

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ федеральное  
государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ им. В. П. АСТАФЬЕВА  
(КГПУ им. В. П. Астафьева)

На правах рукописи

Кламер Инесса Евгеньевна

**ДИСКУРСИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА БУДУЩЕГО:  
КОГНИТИВНЫЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

Специальность – 5.9.8 – Теоретическая, прикладная и сравнительно-  
сопоставительная лингвистика

**НАУЧНЫЙ ДОКЛАД**

Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
профессор Казыдуб Н. Н

Красноярск – 2023

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая научно-квалификационная работа посвящена описанию когнитивного и прагматического аспектов дискурсивного конструирования образа будущего в англосаксонской и русской лингвокультурах. Исследование выполнено в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы в области интеграции когнитивной лингвистики, лингвистической прагматики и аксиологической лингвистики.

Образ будущего привлекает внимание исследователей в различных областях современного знания, в том числе в лингвистике, что объясняется его значительным аксиологическим потенциалом. Этот образ инкорпорирует культурные паттерны, социальные запросы и прагматические установки, которые, с одной стороны, отражают аксиологические предпочтения лингвокультурного сообщества, а, с другой стороны, моделируют векторы социального развития в различных сферах. Проблема языковой репрезентации и лингвистического моделирования образа будущего получает освещение в ряде лингвистических исследований. При этом существует необходимость в расширении диапазона таких исследований для выявления и описания общих принципов и культурных особенностей конструирования будущего мира в дискурсивных событиях.

**Актуальность** исследования определяется включённостью его проблематики в магистральные направления современной лингвистики, а также следующими факторами:

- 1) значимостью образа будущего как аксиологической категории, моделирующей социальные ожидания языковых личностей, аффилированных с определённой лингвокультурой;
- 2) возрастающим интересом исследователей к изучению проблемы лингвистического моделирования социально значимых образов, обладающих значительным потенциалом дискурсивного воздействия;
- 3) необходимостью расширения проблемного поля и методологического инструментария лингвистики образов с учётом многомерности образной реальности;
- 4) междисциплинарным характером данного исследования, что позволяет выявить и эксплицировать вклад разноуровневых операторов в конструирование образа будущего.

**Объектом** исследования является образ будущего, воплощенный в англоязычных и русскоязычных медиатекстах.

**Предметом** исследования выступают когнитивные и прагматические особенности конструирования образа будущего как аксиологической категории на русском и английском языках.

**Гипотеза** данного исследования состоит в том, что дискурсивное конструирование образа будущего имеет комплексный характер с учётом сложной структурно-содержательной организации объекта исследования и осуществляется на разных уровнях дискурсивизации: аксиологическом, концептуальном и прагматическом.

**Цель исследования** заключается в выявлении и системном описании когнитивных и прагматических особенностей дискурсивного конструирования образа будущего как аксиологической категории, моделирующей интенциональные горизонты, когнитивные переживания и коммуникативное поведение языковых личностей.

Достижение цели предполагает решение следующих **задач**:

- рассмотреть теории возможных миров в контексте теории модальности;
- сформировать проблемное поле исследования на основе изучения методологических разработок в области когнитивной лингвистики, лингвистической прагматики и аксиологической лингвистики;
- разработать методологический инструментарий исследования в соответствии с его проблематикой, целями и задачами;
- обосновать и эксплицировать аксиологическую сущность образа будущего как условие формирования его воздействующего потенциала
- выявить и описать когнитивные особенности конструирования образа будущего в англоязычном и русскоязычном масс-медиа дискурсах;
- выявить и описать прагматические особенности конструирования образа будущего в англоязычном и русскоязычном масс-медиа дискурсах;
- обобщить результаты проведённого исследования и эксплицировать потенциал полученных данных для решения дальнейших исследовательских задач в области дискурсивного конструирования социально значимых образов.

**Новизна исследования** определяется принципом интеграции методологического инструментария ряда дисциплинарных областей – аксиологической лингвистики, когнитивной лингвистики, лингвистической прагматики для комплексного описания способов и средств дискурсивного конструирования образа будущего. **Новым** является сопоставление инструментов дискурсивного конструирования образа будущего в двух форматах: 1) англосаксонская – русская лингвокультуры; 2) политический – глянецовый – гастрономический дискурсы.

**Материал исследования** представлен корпусом медиатекстов, репрезентирующих политический (политические выступления), глянецовый (журнальные и интернет-статьи) и гастрономический (интернет-статьи) дискурсы. Общий объём эмпирического материала составляет 150 медиатекстов.

**Теоретико-методологическую базу исследования** формируют работы, выполненные в таких областях, как:

– когнитивная лингвистика (Д.С. Лихачев, Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.С. Степанов, Н.Н. Болдырев, О.К. Ирисханова, Дж. Лакофф);

– аксиологическая лингвистика (Н.Н. Казыдуб, С.Н. Плотникова, Е.Ф. Серебренникова);

– медиалингвистика (Т.Г. Добросклонская, А.В. Олянич, А.А. Кибрик, М.Р. Желтухина);

– дискурсивное конструирование образа будущего (Н.Н. Казыдуб, Т.И. Семенова, S. Ahvenharjua et al, T. Lombardo, A. Rubin)

**Методы и приёмы исследования.** Выбор методов и приёмов лингвистического анализа предопределяется целью и задачами работы. Используется комплексный подход: общенаучные и частнонаучные (лингвистические) методы. К общенаучным относятся методы наблюдения, обобщения, интерпретации и классификации, дедукции и индукции. Частнонаучные (лингвистические) методы: лингвоаксиологический анализ, методы дефиниционного, концептуального и прагматического анализа.

Результаты проведенного исследования позволяют сформулировать основные **положения**, выносимые на защиту:

1. Образ будущего конструируется как возможный мир, то есть предполагает вариативность интерпретаций и, соответственно, получает набор категориальных признаков в рамках интерпретирующего дискурса.

2. Образ будущего является аксиологической категорией, содержание которой восходит к фундаментальной аксиологии культуры и отражает наиболее значимые для лингвокультуры смыслы. Это – многомерная категория, которая включает широкий спектр ценностных смыслов, вербализуемых корпусом функционально-специализированными номинаций.

3. Образ будущего обладает значительным воздействующим потенциалом в силу своей аксиологической маркированности, что формирует его функционал как эффективного инструмента продвижения определённых моделей мышления и поведения в коллективное и индивидуальное сознание.

4. Образ будущего конструируется на разных уровнях дискурсивизации: аксиологическом, когнитивном, прагматическом. На аксиологическом уровне образ будущего конструируется посредством моделирования аксиологических параметров, формирующих мотивационные контексты. На когнитивном уровне образ будущего представляет собой концептуальный кластер, содержание которого моделирует сценарии развития событий. На прагматическом уровне образ будущего наделяется иллюкативной силой в рамках реализации соответствующих дискурсивных стратегий: стратегии апелляции, аргументации и презентации.

5. Образ будущего широко представлен в разных дискурсивных жанрах, что свидетельствует о его культурологической значимости и социальной валидности. Этот образ получает различные интерпретации в зависимости от дискурсивного жанра. В политическом дискурсе образ будущего позиционируется как модель социального мира, в гастрономическом дискурсе – как модель питания; в глянцево-дискурсе – как модный тренд.

6. Образ будущего является культурологически маркированным: его конструирование осуществляется в координатах определённой лингвокультуры. Культурологическая специфика дискурсивного конструирования образа будущего проявляется в: 1) его ингерентной связи с реалиями данной культуры; 2) выборе культурных концептов для моделирования данного образа; 3) использовании прецедентных имён и идиоматических выражений при его вербализации.

**Теоретическая значимость исследования** определяется его вкладом в теоретическую лингвистику в части расширения представления о способах лингвистического моделирования и языковой репрезентации социально значимых образов. **Теоретически значимым** является обоснование аксиологической параметризации как способа конструирования образа будущего в дискурсивных событиях.

**Практическая значимость** исследования состоит в возможности использования его результатов при чтении лекционных курсов по когнитивной лингвистике, теории дискурса и лингвистической прагматике. Материалы научно-квалификационной работы могут найти применение в исследовательской практике при выполнении квалификационных работ различного уровня на материале других типов дискурса.

**Апробация** выводов и материалов исследования осуществлялась в форме докладов на научно-методическом семинаре «Текст и дискурс в парадигме современного гуманитарного знания» (2023), на научных конференциях студентов, аспирантов и молодых ученых «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики» (2021; 2022; 2023) в рамках Международного форума «Молодёжь и наука XXI века»; заседаниях кафедры английского языка КГПУ им. В.П. Астафьева (2021; 2022; 2023).

По теме диссертационного исследования опубликованы 3 научные работы, в том числе 2 в ведущих научных рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ для публикации результатов диссертационного исследования.

1. Кламер И.Е. Дискурсивное конструирование образа будущего: аксиологический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 6 (476). С. 67–72. doi: 10.47475/1994-2796-2023-476-6-67-72.

2. Казыдуб Н.Н., Кламер И.Е. Аксиологическая параметризация как способ

конструирования образа будущего в дискурсе глянцевого журналов // Международный информационно-аналитический журнал «Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык». 2023. № 4 (в печати).

**Структура и объем диссертации.** Научно-квалификационная работа состоит из введения, двух глав, сопровождающихся выводами, заключения, списка использованной литературы, включающего 140 наименований, в том числе – на английском языке, списка источников примеров. Общий объем работы составляет 134 страницы печатного текста.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** обосновывается актуальность данного исследования, обозначаются объект, предмет, цель и задачи научного поиска, формулируется гипотеза, раскрываются новизна, теоретическая значимость и практическая ценность результатов исследования, излагаются положения, выносимые на защиту, характеризуются методы, исследовательский материал и структура работы.

**В первой главе** «Теоретические основания исследования дискурсивного конструирования образной реальности» представлена теоретико-методологическая база исследования: рассматриваются теории возможных миров, определяются когнитивные и прагматические аспекты образа будущего.

В параграфе 1.1. «Теории возможных миров как методологическая основа конструирования образа будущего» рассматривается онтологический статус понятия «возможные миры». Получает описание теория модальной логики С. Крипке и Я. Хинтикки, в которой в качестве значений пропозиций признается их истинность или ложность во всех возможных мирах, модальных контекстах, постижимых сознанием. Характеризуются подходы модального мышления – номинализм и актуализм, которые определяют теории модальности. Актуализм исключает существование нереальных форм бытия в реальном мире, поэтому дает оценку истинности модальных утверждений с точки зрения реального мира. Номинализм рассматривает возможные миры как конкретные частицы, недоступные нам из нашего мира, но схожие по своей форме и сути с тем миром, которым мы живем. «Возможные миры» интерпретируются как способ концептуализации модальных понятий, воплощающихся в языковой реальности мира.

В языковом пространстве понятие «возможных миров» рассматриваются через призму двух подсистем в устройстве языка – семантики и референции, что определяет существующую языковую реальность. Моделирование возможного мира в речи опирается на теорию возможных миров. Такая теория описывает миры, которые «трансформируют реальность и изображают некую альтернативную действительность» [Мисник, 2006]. Понятие возможного мира интерпретируется

как «возможное состояние дел или возможный ход событий» [Кобозева, 2007: 13]. Оно тесно связано с понятием «модель». Модель возможного мира определяется как сокращенное и упрощенное отображение представлений о возможном положении дел в мире. Все большую популярность приобретает положение о том, что языковые выражения могут быть соотнесены с единицами «спроецированного» из нашего сознания мира. Проекция реальной действительности подразумевает репрезентацию субъективной оценки говорящего. Так единицы ментальной репрезентации становятся единицами проецируемого или кажущегося мира только тогда, когда они осознаваемы. Из этого следует, что кажущийся мир не является спонтанно порожденным, он конструируется заранее в соответствии с представлениями или скрытыми прагматическими намерениями отправителя сообщения. Так отправитель сообщения формирует у адресата особый тип восприятия — «неспособность воспринять истинную референтную отнесенность» [Олешков, 2009: 372].

Образ будущего можно интерпретировать как возможный мир, включающий в себя аксиологические категории, концептуальные кластеры и модели интерпретации. Исходя из определения возможного мира, образ будущего представляется как совокупность представлений о возможном положении дел в мире. Образ будущего конструируется как возможный мир, то есть включает альтернативные векторы развития событий, которые моделируют интерпретационное поле дискурсивизации. Ср.:

*Первый образ: мы будем жить как на идеализированном Западе, где комфортно, зажиточно и красиво. И, конечно, мирно и спокойно. Для страны в целом таким образом де-факто стала Москва. Этот образ можно назвать Комфортная Россия.*

*Второй образ – это техно – гаджет – будущее: Высокие технологии, полеты на Марс, киборги, беспилотные автомобили и курьеры.*

*Третий образ – Великая Россия. Страна, которая может сказать «нет!». Ее в мире боятся и уважают за силу и твердость.*

*Четвертый образ – Справедливая Россия – страна, где неравенство преодолено, где справедливость из лозунга превратилась в норму, где обеспечены равные возможности для детей не только чиновников и миллиардеров, но и простых людей (Глава ВЦИОМа ..., 2023).*

В параграфе 1.2. «Дискурсивное конструирование образа будущего как объект лингвистического исследования» обосновывается интерес исследователей [Арнольд, 1991; Белякова, 2005; Желтикова, 2020; Казыдуб, 2009, 2014, 2022; Серебренникова, 2021; Семенова, 2022] к изучению данного феномена. Сущность дискурсивного конструирования будущего мира заключается в том, что будущий опыт прежде всего осмысливается и репрезентируется в дискурсе, а проявляется

уже позже. Социальная реальность изменится в будущем благодаря ее дискурсивному конструированию в настоящем. Дискурс рассматривается как уникальная область языка, обладающая различными когнитивными характеристиками. Дискурс воспринимается как ментально-языковая репрезентация реальной действительности, которая обуславливает выбор языковых единиц и коммуникативного поведения, динамически конструируемого когнитивно-языкового пространства, которое воссоздается на основе знаний участников о мире и языке, типа их социальной активности и условий порождения дискурса.

Методологической основой конструирования образа будущего в дискурсивных событиях является теория социального конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана. Согласно П. Бергеру и Т. Лукману существование в мире подразумевает существование в языке: «язык реализует мир в двойном смысле слова: он его постигает, и он его производит» [Бергер, Лукман, 1995]. Феномен дискурсивного конструирования обосновывается положением о динамической природе дискурса, которая формирует его способность конструировать возможные миры в речевой коммуникации. В настоящем исследовании принимается точка зрения о синергичном характере дискурсивного конструирования, что предполагает участие разноуровневых единиц в формировании образа будущего.

Дискурсивное конструирование образа будущего основывается на дифференциации уровней ориентирующего воздействия [Худякова, 2012; Шевченко, 2018]. Исследователи выделяют следующие уровни моделирования образа будущего: 1) контактоустанавливающий, 2) концептуальный, 3) аффективный, 4) волюнтаривный, 5) эвалюативный уровень. Рассмотрим эти уровни подробнее.

1. Контакттоустанавливающий уровень включает воздействие на адресата при помощи языковых средств для вовлечения его в коммуникативный акт.

2. Концептуальный уровень предполагает активацию познавательной деятельности языковой личности во время коммуникации.

3. Аффективный уровень понимается как уровень психоэмоционального воздействия, направлен на психоэмоциональную атмосферу в условиях коммуникации.

4. Волюнтаривный уровень моделирует интенциональную ориентацию адресата целевой аудитории относительно своих желаний и действий для реализации преобразований, необходимых для формирования позитивного переживания будущего.

5. Эвалюативный уровень транслирует языковую оценочность, которая проявляется в когнитивной деятельности познающего субъекта и присутствует в той или иной мере в любом дискурсе [Казыдуб и др., 2022].

Выявлено, что образ будущего конструируется на разных уровнях дискурсивизации. На контактоустанавливающем уровне решается задача достижения коммуникативной солидарности путем активации языковых операторов, включающих коммуникантов в интеграционное пространство социального партнерства. На концептуальном уровне имеет место конструирование конфигураций, отражающих значимые компоненты актуальной социальной повестки и аттрактивное содержание будущего, воплощённого в основном в риторике инновационности. Аффективный уровень включает в переживание образа будущего эмоциональную составляющую, что формирует аттрактивность дискурсивной дестинации. На волюнтаристическом уровне укрупняется фактор интенциональности коммуникатора, который ориентирует целевую аудиторию в отношении своих желаний, намерений, стремлений и целевых установок относительно будущего. Эвалюативный уровень отражает заложенную в когнитивности и языке оценочность, которая проявляется, в частности, при сопоставлении настоящего и будущего развития событий. Целевое назначение каждого уровня реализуется посредством активации функционально-специализированных языковых единиц, в совокупности своей обеспечивающих прагматическое воздействие на адресата [Казыдуб, Сергеева, 2022].

В параграфе 1.3. «Когнитивные основы дискурсивного конструирования образной реальности» эксплицируются инструменты моделирования образов как когнитивных феноменов. Выполняется описание основных терминов когнитивной лингвистики, таких как «концепт» – универсальная составная часть человеческой мыслительной сферы, которая объединяет в себе многоуровневое совокупное знание о каком-либо аспекте реального мира [Кубрякова, 2004: 10]; «концептосфера» – совокупность концептов, характерных для нации, которая формируется на основе всех потенциалов концептов, используемых носителями языка. Чем богаче культура нации, включая ее фольклор, литературу, науку, изобразительное искусство, исторический опыт и религию, тем более богатой и разнообразной становится концептосфера национального языка [Лихачев, 1997: 4]; «когнитивная модель» – сложное единство языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта [Дейк, 1989: 246].

В этом параграфе рассматриваются различные классификации концептов, где выделяются: одноуровневые, многоуровневые, сегментные концепты [Лакофф, 1996: 164]; представление, схема, понятие, фрейм, сценарий (скрипт), гештальт [Попова, Стернин, 2003: 45]; абстрактные и конкретные концепты; устойчивые и неустойчивые концепты, вербализованные и скрытые концепты [Там же].

Представляет интерес полевая модель концепта, которая даёт возможность

описания концепта в терминах ядра (прототипический слой признаков) и периферии (более абстрактные признаки концепта) [Там же]. Уникальность моделирования концепта состоит в том, что его невозможно представить в виде определенной структуры в связи с его непрерывным функционированием и актуализацией. Такая особенность является ярким проявлением отнесенности концепта к области мышления, что обуславливает необходимость применения когнитивной модели для его описания.

В подпараграфе 1.3.1. рассматривается позиционирование образа в системе когнитивных моделей как абстрактного представления, которое существует параллельно с концептами. Создание образа объекта является результатом общей способности человека кодировать и сохранять разнообразные виды информации. Это не только не исключает наличие знаний о самом объекте, но даже предполагает их наличие [Olson, Vialystok 1982: 124].

В современной лингвистике образ получает комплексное терминологическое описание. Образ рассматривается как тип знака, который отражает сходство с объектом. Образ представляет собой внутренний объект, или перцепцию, который возникает в воображении человека при восприятии языкового знака. С гносеологической точки зрения образ отражает знания и представления человека об окружающем мире. Одним из важнейших свойств образа является его способность отражать мир в процессе практического созидания, представляя собой модель реальности, которая воплощает информацию, полученную из реального мира [Арнольд, 1991: 73]. Следовательно, образ возникает как результат восприятия и понимания мира. Отмечается, что будущее представляет собой одну из абстрактных и недоступных для осязания категорий, которая имеет фундаментальное значение в человеческом сознании [Ирисханова, 2013].

В подпараграфе 1.3.2. выполняется описание когнитивных механизмов, которые представляют собой сложные способы обработки информации, изменения структуры знаний и формирования концептуального содержания для передачи конкретных смыслов [Болдырев, 2016: 7]. Когнитивные механизмы распределяются по уровням, что согласуется с уровневой организацией процесса познания. Каждый уровень познания (эмпирическое понимание, понятийное осмысление, вторичное осмысление) характеризуется определенной структурой знаний о мире и соответствующей им мыслительной и языковой репрезентацией на разных уровнях языковой системы. На лексическом уровне когнитивные механизмы содействуют созданию системы наименований, которая вытекает из нашего опыта взаимодействия с окружающим миром. На морфологическом уровне принцип работы когнитивных механизмов заключается в логическом осмыслении мира, эти механизмы можно разделить на два типа: систематизирующие (направлены на формирование концептов, которые могут быть переданы

морфологически) и конкретизирующие (направлены на передачу конкретных смыслов в контексте уже сформированных морфологических концептов). На синтаксическом уровне когнитивные механизмы ориентированы на обработку языковых и мировых знаний, с учетом индивидуального осмысления, которое определяется субъектом (этот вид обработки знаний опирается на уровень интерпретативно-оценочного понимания).

С учётом жанровых особенностей конструирования образной реальности следует выделить механизм когнитивной доминанты и механизм переакцентуации как средства структурирования концептуального содержания политического дискурса в контексте авторских стратегий и формирования индивидуального авторского концепта (механизм когнитивной доминанты предполагает разделение значимых и незначимых знаний и их применение с использованием авторских стратегий и тактик; механизм переакцентуации базируется на выделении оценочных смыслов и усилении привлекательных характеристик одного субъекта политической деятельности в сравнении с другим субъектом [Ноблок, 2007]); механизм перспективизации и его взаимосвязанные механизмы функционируют как инструменты создания объектов в дискурсе для восприятия другими участниками и для управления вниманием участников.

В параграфе 1.4. «Стратегии конструирования образной реальности» эксплицируется коммуникативная природа языкового функционирования и употребления в рамках прагматической теории языка. Раскрывается содержание термина «прагматика» в контексте семиотики – общей теории знаков. Прагматический подход предполагает анализ речевых высказываний, как устных, так и письменных, как актов коммуникации, цель которых – оказать определенное воздействие на адресата. Данный подход особенно важен при исследовании массмедиального дискурса, так как его основная задача заключается в манипуляции целевой аудиторией.

Прагматическое воздействие образов, в том числе образа будущего, конструируется в дискурсе посредством реализации речевых стратегий и тактик. Дискурс представляет собой сложный когнитивный процесс, включающий не только способы представления и передачи информации, но также методы ее восприятия и включает различные аспекты, компоненты и факторы. Это – социальные, культурные и национальные особенности участников общения, контекст речевого взаимодействия, цели и задачи говорящего, а также разнообразные способы интерпретации высказываний адресатами. Дискурс содержит в себе идею непрерывного развития мира. Е.С. Кубрякова определяет дискурс как основную черту непрерывного формирования мира, при котором всеобщее конструирование дискурса обуславливает всеобщее конструирование

жизни, наличие которых обуславливается в некоторый момент времени и находится в процессе постоянных изменений [Кубрякова, 2000].

Речевые стратегии определяются как комплекс речевых действий, нацеленных на достижение общей коммуникативной цели говорящего и речевые тактики, представляющие конкретные действия, способствующие имплементации стратегии [Иссерс, 2008: 109]. Стратегический замысел определяет выбор средств и методов его реализации, что подчеркивает связь между речевой стратегией и тактикой, считая их разными аспектами одного процесса.

Стратегический инструментарий конструирования образа будущего получает описание в терминах презентации, аргументации и апелляции.

Презентация представляет собой описание или анализ какого-либо объекта, события, явления или концепции. Основные характеристики презентации: а) адекватная и динамическая реализация дискурсивного пространства (продвижение); б) смысловое изменение дискурсивного пространства, влекущее за собой изменение структуры дискурсивной среды (создание образа); в) расширение структуры дискурсивной среды без изменения дискурсивного пространства (расширение информационной среды) [Олянич, 2015: 155].

Аргументация включает специфические приемы и методы, которые используются для убеждения, аргументации или влияния на собеседника или аудиторию в рамках лингвистической коммуникации. Основные характеристики аргументации: а) наличие доказательств: статистические данные, экспертные мнения и т.п.; б) эмоциональное воздействие: эмоциональные аргументы, направленные на получение симпатии, сочувствия или эмоциональной реакции аудитории (истории, анекдоты, пафос); в) апелляция к авторитету: ссылка на авторитетные источники или экспертов; г) логические аргументы: использование логических заключений и аргументов (силлогизмы, аналогии, модусы понятий); д) рефутация: опровержение аргументов противника или возражения на возможные контраргументы.

Апелляция основывается на идентификации значимой для целевой аудитории ценности. Её основные характеристики: а) выбор форм обращения: использование различных форм обращения; б) риторические вопросы; в) повелительные формы для призыва к действию или изменению поведения; г) аргументация и доказательства: предоставление аргументов, фактов и доказательств, которые могут поддержать позицию говорящего и убедить адресата; д) эмоциональное воздействие; е) стиль и лексика: выбор определенного стиля речи, лексики и языковых средств также может влиять на то, как адресат воспримет сообщение.

Реализация стратегий презентации, аргументации и апелляции (в ряде случаев параллельная) формирует насыщенное дискурсивное пространство,

которое способно конструировать привлекательный образ будущего и успешно воздействовать на адресата.

В параграфе 1.5. «Массмедиаальный дискурс как пространство конструирования образной реальности» обосновывается статус массмедиаального дискурса

Медиалингвистика рассматривается как научное направление, изучающие языковое функционирование в области массовой коммуникации [Добросклонская, 2008]. Основной теоретической составляющей медиалингвистики считается «особая концепция медиатекста, которая присутствует во всех исследованиях медиаречи» [Добросклонская, 2008]. Изучение медиадискурса позволяет понимать, как социальные, политические и культурные факторы влияют на формирование общественного сознания и как средства массовой информации воздействуют на наше понимание мира. Медиадискурс представляется динамическим явлением, которое постоянно изменяется [Добросклонская, 2008: 152].

Важной характеристикой медиатекстов является прецедентность как один из способов упорядочения разнообразных паттернов поведения в различных ситуациях. Под прецедентными текстами понимаются те, которые имеют значимость для индивида как с познавательной, так и эмоциональной точек зрения. Они хорошо известны широкому кругу людей, включая как предшественников, так и современников этого индивида [Караулов 2016: 216].

Массмедиаальный дискурс обладает такими характеристиками, как: информативность; суггестивность – способность оказывать воздействие на адресата; интерактивность – взаимодействие между адресантом и адресатом. Наблюдается усиление взаимосвязи между людьми, вместе с увеличением взаимозависимости и включенности в медиа: «любой участник сети становится летописцем истории собственной жизни и жизни общества, что особенно наглядно проявляется в социальных сетях общего формата» [Желтухина 2016: 90].

Массмедиаальный дискурс отличается разнообразием и включает в себя следующие жанры: политический, журналистский, рекламный, радиодискурс, глянецовый, гастрономический и т.д. Параметры выделения различных типов медиадискурса предопределяются когнитивными установками адресанта, характеристикам целевой аудитории, лингвистическими и экстралингвистическими стратегиями обработки и конструирования информации.

Во **второй главе** «Особенности конструирования образа будущего в массмедиаальном дискурсе» выполнено описание концептуальных механизмов и дискурсивных стратегий, конструирующих образ будущего в трех жанрах массмедиаального дискурса: политическом, гастрономическом и глянецовом.

В параграфе 2.1. «Когнитивные и прагматические особенности конструирования образа будущего в политическом дискурсе» выполняется

описание когнитивных и прагматических характеристик образа будущего, присущих политическому дискурсу.

Политический дискурс является ярким примером моделирования образа будущего. Этот дискурс представляет собой своеобразную знаковую систему, которая обладает значительным потенциалом воздействия на адресата, который конструируется посредством актуализации аксиологических концептов в векторе реализации определённой речевой стратегии.

Политический дискурс призван эмоционально воздействовать на граждан, формировать в их сознании соответствующую картину мира. Функциями политической коммуникации выступают проекция в будущее, создание образа светлого или темного будущего, предсказывание возможного будущего и как в нем отразится настоящее. Такое конструирование образа будущего осуществляется с помощью языковых единиц, воплощающих определенное видение, модель будущего, а также комплексного инструментария, включающего разноуровневые средства ориентирующего воздействия. В итоге создается полное представление о том, как видит будущее политик и как он воздействует на аудиторию посредством конструирования этого образа в дискурсивных событиях. Образ будущего является одним из эффективных инструментов продвижения политических идей. Установлено, что конструирование образа будущего осуществляется по типу ориентирующего воздействия на целевую аудиторию посредством активации и позиционирования в дискурсивном пространстве лексических единиц, грамматических форм, синтаксических структур, транслирующих прагматическое задание адресанта.

Центральной для моделирования образа будущего является категория времени: отношение к времени формирует вектор воздействия на целевую аудиторию.

В политическом дискурсе образ будущего моделируется как образ социального мира, где преодолеваются дефициты настоящего положения дел и реализуются программы и проекты, повышающие уровень безопасности, качество жизни и уровень комфорта членов социума.

Процесс конструирования образной реальности обусловлен прагматическими мотивами: его характер определяется позициями (точками зрения) участников коммуникативного события. Дискурсивно значимой становится позиция концептуализатора – языковой личности, формирующей дискурс на основе исчисления концептов, обеспечивающих эффективность дискурсивного воздействия.

На уровне когниции образ будущего конструируется путём актуализации аксиологически маркированных концептов. В ходе исследования выявлены базовые концепты, моделирующие образ будущего в политическом дискурсе. Это

– «инновационность/innovation»; развитие/growth»; «изменение/change»; «справедливость/justice»; «технологии/technologies»; «комфорт/comfort».

Приведём примеры.

(1) *Основной задачей улучшения экономического положения России является переход на новые принципы работы, посредством использования новых принципов работы: ... перевести всю экономику, социальную сферу, органы власти, работу органов власти на качественно новые принципы работы, внедрить управление на новых данных ... (Владимир Путин..., 2023).*

(2) *От качества нашей мысли зависит будущее, осмыслению этого будущего и посвящен Валдайский форум, который проводится уже в 20-й раз. На наших глазах произошло невероятное количество изменений (Стенограмма заседания дискуссионного клуба Валдай, 2023).*

(3) *Развитие квантовых технологий – один из основополагающих принципов технологического суверенитета России. Важно создавать отрасли и рынки будущего (Квантовый скачок: Владимир Путин о технологиях будущего и о проблемах настоящего, 2023).*

(4) *Boosting innovation. Finally under the ‘e’ of Enterprise I come to our innovation economy, a central area of national competitive advantage for the United Kingdom. We successfully secured the sale of the UK arm of Silicon Valley Bank to HSBC, so the future of those companies is now safe in the hands of one of Europe’s biggest and most creditworthy banks. But those events show that we need to build a larger, more diverse financing system, where the benefits of investment in high growth firms are available to more investors. However, when it comes to our innovation industries, there are two areas I want to make progress on today. So today I want to reform the regulations around medicines and medical technologies (Spring Budget 2023, 2023).*

(5) *... we want the UK to be the best place in Europe for companies to locate, invest and grow so today’s enterprise measures strengthen our technology and life science sectors, invest in energy security and for three years – but I hope permanently – cut corporation tax by £9 billion a year to give us the best investment incentives of any advanced economy (Spring Budget 2023, 2023).*

(6) *Prosperity with a purpose. That’s why growth is one of the Prime Minister’s five priorities for our country (Spring Budget 2023, 2023).*

Концептуальное содержание будущего мира репрезентируется языковыми единицами со значениями новизны, важности, амбициозности, масштабности изменений. В условиях развёртывания дискурса такие номинации противопоставляются лексемам и/или словосочетаниям с негативной коннотацией при актуализации приема контраста настоящего и будущего миров. Например:

(7) *Четвертый образ – Справедливая Россия – страна, где неравенство преодолено, где справедливость из лозунга превратилась в норму, где обеспечены*

равные возможности для детей не только чиновников и миллиардеров, но и простых людей (Глава ВЦИОМа ..., 2023).

Лингвокультурная специфика когнитивного моделирования будущего мира в политическом дискурсе формируется посредством выбора концептов, воплощающих аксиологические приоритеты лингвокультур и/или актуальную политическую повестку. Ср.:

(8) *Часто слышу, что нам нужна национальная идея, все об этом говорят, образ будущего. Вы знаете, уважаемые друзья, я стараюсь избегать каких-то высокопарных слов, но считаю, что крепкая благополучная семья, в которой растут двое, трое, четверо детей – по сути и должна быть вот этим образом будущего России. Ничего здесь придумывать и не нужно* (Путин рассказал об образе будущего России, 2023)

Прагматическое воздействие образа будущего на целевую аудиторию конструируется посредством реализации стратегий презентации, аргументации и апелляции.

Стратегия презентации организует дискурс по типу дескрипции, предполагающей описание идеологии или технических характеристик проекта, программы, схемы и т.п. Следует заметить, что фокус стратегии презентации – не статичен и не произволен, что подтверждается склонностью к последовательному перемещению в рамках времени дискурсивного пространства.

Примером может быть речь канцлера казначейства Великобритании Дж. Ханта.

#### ***Executive summary***

(9) *At Autumn Statement 2022 the government took the difficult decisions needed on tax and spending to restore economic stability, support public services, and lay the foundation for long-term growth. At Spring Budget 2023 the government is building on this foundation, with a plan to deliver on three of the five key priorities set out by the Prime Minister in January: to halve inflation, grow the economy and get debt falling* (Spring Budget 2023, 2023).

В первом фрагменте стратегия презентации реализуется во временном рамочном пространстве дискурса прошлого и настоящего. Фокус перемещается последовательно из прошлого в настоящее. Такая динамика актуализирует аксиологически маркированную дескрипцию «foundation for long-term growth» – основу для длительного роста. Эта дескрипция воплощает цель экономической политики правительства Великобритании, которая последовательно раскрывается посредством вербализации политических задач в сфере экономики: *to restore economic stability, support public services, to halve inflation, grow the economy and get debt falling*.

В следующем фрагменте временное дискурсивное пространство расширяется – добавляется категория будущего. В данном фрагменте фокус перемещается из настоящего в будущее.

(10) *Today the Office for Budget Responsibility forecast that because of changing international factors and the measures I take, the UK will not now enter a technical recession this year. We are following the plan and the plan is working. They forecast we will meet the Prime Minister's priorities to halve inflation, reduce debt and get the economy growing* (Spring Budget 2023, 2023).

Прогностический потенциал образа будущего актуализируется с помощью глагола с семантикой прогнозирования «forecast» и глагола «enter» в форме будущего времени. Повтор словосочетаний «to halve inflation», «reduce debt», «get the economy growing», вербализующих приоритеты британского правительства, транслируют нацеленность на реализацию заявленной экономической программы. Отметим, что лексический и синтаксический повторы широко используются в политическом дискурсе и обеспечивают продвижение политических концептов, в том числе и образа будущего, в дискурсивном пространстве лингвокультуры.

Реализация стратегии презентации решает три задачи:

1. обеспечение адекватной и динамической реализации дискурсивного пространства (продвижение);
2. смысловое изменение дискурсивного пространства, влекущее за собой изменение структуры дискурсивной среды (создание образа);
3. расширение структуры дискурсивной среды без изменения дискурсивного пространства (расширение информационной среды) [Олянич, 2007: 265].

В параграфе 2.2 «Когнитивные и прагматические особенности конструирования образа будущего в гастрономическом дискурсе» содержится описание концептуальной организации и прагматической интерпретации образа будущего в области гастрономии.

Гастрономический дискурс является отдельным жанром массмедиального дискурса, который А.В. Олянич определяет как вид коммуникации, связанный с состоянием пищевых ресурсов и всеми аспектами их обработки и потребления (включая сервировку, советы по хранению пищевых продуктов и т.д.) [Олянич, 2015: 157]. Значимость еды выходит далеко за пределы поддержания биологической потребности человека. Еда является идентификатором и аксиологическим индексом класса, социальной культуры, национальной и социальной идентичности. Социальная значимость гастрономического дискурса обусловлена запросом информации о возможном дефиците продовольствия, новых пищевых продуктах и перспективах развития системы питания. Феномен еды как один из важнейших факторов, который пронизывает все стороны

жизнедеятельности человека, занимает важное место в дискурсивно конструируемой модели будущего [Семенова, Проскурнина, 2022: 28].

Образ будущего в гастрономическом дискурсе обусловлен социально-культурными факторами, которые эксплицируются в медиапрогнозах. Например:

(11) *Традиционное производство продуктов не справится с потребностями растущего населения планеты в здоровом и недорогом питании.*

*По данным ООН, сегодня на Земле живут около 7,7 млрд человек, а к 2050 году население вырастет до 9,7 млрд человек. Такой рост приведет к нехватке продуктов и голоду. Сейчас ситуацию усугубляет распространение коронавируса: кризис может спровоцировать гуманитарную катастрофу и голод, сравнимый с периодом Второй мировой войны, прогнозирует директор Всемирной продовольственной программы ООН Дэвид Бизли. При этом население Земли не только увеличивается, но и стареет. Правительствам стран нужно кормить все больше людей все более качественными продуктами. И делать это, не вырубая леса под посевы культур и пастбища для коров — миру необходимо стабилизировать экологическую обстановку (Наше питание устарело: еда будущего будет из пробирок и биореактора, 2021).*

(12) *The culinary landscape is predicted to undergo major changes in the decades ahead. Кулинарный ландшафт, по прогнозам, претерпит значительные изменения в следующие десятилетия. В 2050, the global population is expected to hit 10 billion people. К 2050 году ожидается, что мировое население достигнет 10 миллиардов человек. (The Future of Food..., 2020).*

Медиапрогноз как способ дискурсивного конструирования образа будущего, в том числе в гастрономической сфере, формируется посредством использования глаголов с семантикой предсказания, предвосхищения, ожидания. Актуальность обсуждения еды будущего прослеживается в заголовках интернет-статей, которые помещают в фокус дискурсивизации модель будущего стиля питания, способы производства продуктов и появление альтернативных продуктов на рынке. Адресаты нацелены на поиск ответов на вопросы: *The future of food: What will we be eating in 20 years? – Будущее еды: Что мы будем есть через 20 лет?* (The Future of Food..., 2023); *The future of food: what we'll eat in 2028 – Будущее еды: Что мы будем есть в 2028?* (The future of food: what we'll eat in 2028, 2023); *The future of food: What will you be eating in 2050? – Будущее еды: Что вы будете есть в 2050?* (What will you be eating in 2050, 2023). *Plant-Based Meat: A Brighter Future for Food? – Мясо на растительной основе: светлое будущее продуктов питания?* (The Future of Food..., 2020).

Для решения актуальных проблем обеспечения населения питанием на данном этапе развития общества (*population growth* – рост населения; *effects of global warming* – последствия глобального потепления; *inequality in access to food* –

неравенство в доступе к пище) предлагается новая модель еды будущего: *seaweeds/algae* (морские водоросли); *plant-based meat* (мясо на растительной основе); *lab-grown meat* (мясо, выращенное в лаборатории) (The future of food: What will you be eating in 2050?).

Когнитивное моделирование еды будущего предопределяется кластером аксиологически маркированных концептов: «здоровье/health»; «экологическая и социальная устойчивость/ecological and social stability»; «этика/ethics»; «безопасность/safety». Приведём примеры.

(13) В Москве бургеры «без греха» (они так и называются) можно попробовать в ресторанах холдинга *White Rabbit Family*: в «Горыныче», «Ракете», *Tehnikum*, *Mushrooms* и других. Стоит, кстати, такое блюдо 450–650 р. — выше цены обычного бургера всего на 15%. Говорят, что через несколько лет растительное мясо в России можно будет не только заказать в любом заведении, но и купить в супермаркете возле дома (Еда будущего: искусственное мясо, насекомые, водоросли и ГМО, 2020).

(14) *Seaweeds/algae (sometimes referred to as sea vegetables) are another food trend that has already made inroads into our dietary habits. You may have already consumed them in sushi or in the form of spirulina, a popular addition to the diets of the super health-conscious. Like insects, seaweeds also cause little harm to the environment, grow quickly, and contain many nutrients, making them an ideal candidate as a food of the future* (What will you be eating in 2050, 2023).

Образ еды будущего конструируется на основе осознания необходимости замены животной пищи её растительными аналогами. Т.И. Семенова и Л.Н. Проскурнина отмечают: «Концептуальный вектор медийной репрезентации социально-значимых тем, связанных с питанием и здоровьем, смещается в сторону растительного стиля питания (plant-based food), который становится одним из актуальных медиатопиков (buzz-topics)» [Семенова, Проскурнина, 2022: 22]. Приведём примеры.

(15) Главные тренды ближайших десятилетий: растительная еда, применение технологий и искусственного интеллекта в производстве пищи и настройка индивидуальных пищевых характеристик продукта (Еда будущего: красная икра из соков, 3D-печать кальмара из бобов и ваш ИИ-диетолог, 2021).

(16) *Bloomberg Intelligence report projects global retail sales of plant-based food alternatives may reach \$ 162 billion by 2030 up from \$ 29,4 billion in 2020* (Our Meatless Future, 2022).

Концептуальное содержание образов будущего в гастрономическом дискурсе в целом совпадает в русской и англосаксонской лингвокультурах, что объясняется универсальной значимостью пищи как ресурса жизнеобеспечения.

В гастрономическом дискурсе широко применяется стратегия аргументации при конструировании образа будущего. Наиболее частотными аргументами являются: 1) статистические данные; 2) экспертная оценка; 3) сопоставление положения дел в разные временные периоды. Например:

(17) *По мнению авторов исследования «Еда будущего», проведенного «Магнитом» и Федеральным научным центром пищевых систем, каждая десятая порция мяса и молочных продуктов будет альтернативной. В наш рацион войдут другие источники белка — например, с 2019 по 2021 год российские компании вложили \$300 млн в разработку товаров на основе насекомых. (Что будем есть: как изменится питание к 2050 году, 2021).*

(18) *The first burger made of lab-grown meat cost a whopping \$325,000 to make back in 2013. A few years ago, the cost of a lab-grown burger dropped to just \$12 (Fake Meat: The Future of Food, 2023).*

(19) *Given the speed of development, the «lab-grown protein market may account for 35 per cent of the global meat market by 2040», estimates AT Kearny (What will you be eating in 2050, 2022).*

Образ еды будущего моделирует новые ценности, которые обосновывают и формируют гуманистический подход к гастрономической культуре, исключая убийство животных. Центральным элементом этого образа является представление о гуманном, этичном будущем, свободном от жестокости в отношении животных, что подтверждается широким спектром языковых номинаций, вербализующих гуманистические ценности: *animal-free /cruelty-free / serum-free/ slaughter-free future, ethical meat, cruelty-free food, no kill meat, no-kill products, compassionate products, non-animal products, animal-friendly products*. Растительная пища как альтернатива мясной пищи также объективируется широким кругом языковых номинаций: *meat alternatives, plant-based protein, meat replacements, meat substitutes, faux meat, meat imitations, fake meat, cultured meat, cell meat, lab meat, plant meat, vegetarian options, simulated meat-like products, plant-based meat: искусственный продукт, искусственное мясо, заменители мяса, альтернативная продукция, растительный продукт, культивируемое мясо, заменители яиц*. Этот факт свидетельствует о высокой плотности дискурса о растительном питании и, соответственно, продвижении этого стиля в массовое сознание.

В параграфе 2.3. «Когнитивные и прагматические особенности конструирования образа будущего в глянцево-дискурсе» характеризуются концептуальное содержание и прагматические интерпретации образа будущего в глянцево-дискурсе.

Установлено, что моделирование образа будущего в дискурсе глянцево-журналах определяется жанровыми характеристиками маркетинговой

коммуникации и носит комплексный характер, то есть осуществляется на разных уровнях дискурсивизации: концептуальном, вербальном и прагматическом. На концептуальном уровне осуществляется целенаправленный выбор аксиологических концептов, конструирующих аттрактивность нового образа социокультурной реальности. На вербальном уровне аксиологические концепты объективируются аксиологемами – языковыми номинациями, воплощающими ценностное содержание лингвокультуры. На прагматическом уровне моделируются эффекты эмоционального воздействия на целевую аудиторию.

Основополагающим для данного исследования является тезис о том, что системообразующим оператором дискурсивизации в глянцевах журналах является аксиологема «тренд/trend», которая моделирует образ моды будущего в терминах тенденций/направлений/перспектив развития индустрии. Ср.: trend – a gradual change or development that produces a particular result [MED, 2007: 1599]. Эта аксиологема конструирует аксиологическую перспективу дискурсивизации: продвижение в сознание целевой аудитории модных трендов.

Концептуальное содержание образа будущего в глянцево дискурсе дискурса формируется такими аксиологически маркированными концептами, как: «тренд/trend»; «мода/fashion»; «инновационность/innovation»; технологии/technologies»; «креативность/creativity». Ср.:

(20) *Технологии в современном мире развиваются с бешеной скоростью. Еще недавно носимые гаджеты были новинкой, а сегодня каждый третий ходит с «умными» часами или фитнес-трекером на руке. Новые технологии разрабатывают и для одежды (Одежда будущего. Новые технологии в одежде, 2021).*

(21) *Sustainability and digitization are the two major categories that will determine and change fashion trends in the future (Major Trends: Future Fashion, 2022).*

Когнитивное моделирование образа будущего в глянцево дискурсе осуществляется в виде аксиологической параметризации дискурсивного пространства, сущность которой заключается в повышении «ранга» отдельных концептов. Такие концепты приобретают статус параметров-аттракторов, обладающих высоким пенетрационным потенциалом в силу их ассоциации с позитивными эмоциональными переживаниями и социальными ожиданиями целевой аудитории.

Выявлены следующие параметрические концепты: «инновационность/innovation»; «яркость/brilliance»; «креативность/creativity».

В рамках этой параметрической триады конструируется образ будущего в сфере моды в виде трендов как трансляторов новых идей и креативных решений. Обратимся к примерам.

(22) *ACCESSORIES that are emblematic of escape? See the*

*BRIGHT side all season with pieces  
in a PRISMATIC PALETTE (Vogue, 2023: 46).*

В примере (22) аксиологическая параметр яркости конструируется с помощью языковых номинаций, актуализирующих положительно маркированный образ будущего (используются прилагательные с семантикой яркости, света и сияния: *bright* (*bright – full of light, shining* [Cambridge Dictionary, 2023] и *prismatic* (*prismatic – consisting of many different bright colours, like those separated from white light by a prism* [Cambridge Dictionary, 2023]), а также существительное *palette* (*palette – 1) a board that an artist uses for mixing paints; 2) the particular set of colours*) that the artist uses [Macmillan..., 2007: 1079]. Графическое оформление прилагательного «BRIGHT» и атрибутивного словосочетания «PRISMATIC PALETTE» (использование прописных букв) формирует прагматические фокусы воздействия на целевую аудиторию.

(23) *EPIC scale*

*EXPAND your handbag horizons. For the new season, CLASSIC  
SILHOUETTES get souped-up and SUPERSIZED (Vogue, 2023: 56).*

В примере (23) параметр инновационности моделируется посредством использования языковых единиц, указывающих на улучшение качества модного аксессуара как маркера нового тренда. Атрибутивное словосочетание «EPIC scale» в качестве заголовка текста прогнозирует масштабность нового образа. Побудительное высказывание *EXPAND your handbag horizons* восходит к словосочетанию *expand (one's) horizons (to expand (one's) horizons – to have or seek out new experiences, especially if one's experiences have been relatively limited* [Cambridge Dictionary, 2023]), которое обосновывает привлекательность нового опыта, расширяющего интенциональный горизонт языковой личности. Ориентированность на будущее передаётся атрибутивным словосочетанием «new season», а эффект новизны создаётся указанием на усовершенствование классических (традиционных) образов: *CLASSIC SILHOUETTES get souped-up* (*souped up – made faster or more powerful or effective* [Macmillan..., 2007, p. 1428]) and *SUPERSIZED* (*to supersize – to change something for a much larger size* [Macmillan..., 2007: 1503]).

(24) *Surprise MATTERS*

*Fixate on FLABBERGASTING style. The most unpredictable pieces? Take your  
WILDEST guess...*

*Embrace your inner CHILD whimsical accessories. Dressing never felt so FUN  
(Vogue, 2023: 55).*

В примере (24) параметр креативности конструируется посредством использования серии словосочетаний с компонентами-прилагательными, передающими высшую степень эмоциональных переживаний: *flabbergasting style*,

*the most unpredictable pieces, your wildest dreams.* Диапазон прагматического воздействия на адресата расширяется с помощью апелляции к категории удовольствия как аксиологического аттрактора, продвигающего в сознание целевой аудитории образ нового тренда: *Embrace your inner CHILD whimsical accessories. Dressing never felt so FUN.*

Аксиологическая параметризация как способ дискурсивного конструирования образа будущего формирует системы аксиологических координат путём выдвижения в фокус дискурсивного события аксиологем – языковых номинаций, воплощающих ценностные категории определённой лингвокультуры и, соответственно, социальные ожидания языковых личностей, аффилированных с данной лингвокультурой.

Выявлено широкое использование стратегии апелляции к адресату как способа конструирования ориентирующего потенциала образа будущего в глянцево дискурсе.

В **Заключении** в обобщенной форме излагаются результаты проведенного исследования и намечаются перспективы дальнейшей разработки проблемы.

В ходе исследования установлено, что образ будущего является аксиологической категорией, которая конструируется в дискурсе посредством актуализации аксиологически маркированных концептов в векторе реализации дискурсообразующих стратегий. В силу своей социокультурной значимости образ будущего является аксиологическим аттрактором, который моделирует широкий диапазон эмоциональных переживаний и, как следствие, обладает значительным воздействующим потенциалом при конструировании дискурса. Образ будущего моделируется как возможный мир, содержащий в себе разнообразие интерпретаций, получающих актуальные значения в дискурсивных событиях. Образ будущего конструируется на разных уровнях дискурсивизации: когнитивном, вербальном и прагматическом. На когнитивном уровне осуществляется выбор и размещение в дискурсе ценностных концептов в рамках конструирования определённой аксиологической перспективы. При дискурсивизации аксиологические концепты получают положительную или отрицательную значимость в соответствии с интенциональностью адресанта. Такие концепты приобретают статус аттракторов, конструирующих интерпретативное поле дискурса. На вербальном уровне актуализируются языковые репрезентации, объективирующие концептуальную модель дискурсивизации. На прагматическом моделируются интерпретации, обеспечивающие реализацию воздействующего потенциала образа будущего.

Лингвокультурная специфика дискурсивного конструирования образа будущего заключается в: а) выборе культурных концептов и прецедентных феноменов в качестве инструментов воздействия на адресата; б) использовании

культуроспецифических языковых номинаций: фразеологизмов, прецедентных имён и т.п. в) выборе дискурсообразующих стратегий, совместимых с паттернами лингвокультуры.

**Перспективой** дальнейшего исследования является расширение корпуса эмпирического материала и кросс-культурного описания образа будущего.

По теме исследования опубликованы 2 работы в ведущих научных рецензируемых журналах, включенных в перечень ВАК Минобрнауки РФ:

Кламер И.Е. Дискурсивное конструирование образа будущего: аксиологический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 6 (476). С. 67–72. doi: 10.47475/1994-2796-2023-476-6-67-72.

Казыдуб Н.Н., Кламер И.Е. Аксиологическая параметризация как способ конструирования образа будущего в дискурсе глянцевого журнала / Международный информационно-аналитический журнал «Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык». 2023. № 4 (в печати).