

ISSN 2218-2926

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

V. N. KARAZIN KHARKIV NATIONAL UNIVERSITY

COGNITION, COMMUNICATION, DISCOURSE

Series “Philology”

25

International on-line scholarly journal

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

Published since 2010

Included in the list of specialized scientific publications in Ukraine category “Б”
(The order of the Ministry of Education and Science of Ukraine
from 28.12.2019 No 1643).

Kharkiv
2022

This issue of “Cognition, communication, discourse” presents results of interdisciplinary studies of political, ecological, academic, digital, and literary text and discourse in English, Ukrainian and German with a special focus on their cognitive, pragmatic, rhetorical, semiotic, and multimodal analysis. The authors of this issue represent Universities of Ukraine, Austria, and Germany.

This issue of the journal has been edited and published with the help of the European project SUES – Support to Ukrainian Editorial Staff.

For linguists, teachers, graduate students, and undergraduates.

Editor-in-Chief:

Iryna Shevchenko, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
iryna.shevchenko@karazin.ua

Vice Editor-in-Chief:

Y. V. Bondarenko, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
ievgeniia.bondarenko.2014@gmail.com

Consultant Editors:

Ronald W. Langacker, Doctor, Professor (University of California, San Diego, United States)
Suzanne Kemmer, Doctor, Professor (Rice University, Huston, United States)

Technical editor:

V. O. Gutorov, Doctor, Associate Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine); gutorov@karazin.ua

Executive secretary

A. B. Kalyuzhna, Doctor, Associate Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua; alevtyna_16@ukr.net

Editorial Board:

Donka Alexandrova, Doctor, Professor (University St. Kliment Ohridski, Sofia, Bulgaria);
A. D. Belova, Doctor, Professor (Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine);
L. R. Bezugla, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Natalia Chaban, Doctor, Professor (University of Canterbury, Christchurch, New Zealand);
Elżbieta Chrzanowska-Kluczevska, Doctor, Professor (Jagiellonian University in Krakow, Poland);
Margaret H. Freeman, Doctor, Professor Emeritus, Co-director (Myrrifield Institute for Cognition and the Arts, Heath, United States);
Seda Q. Gasparyan, Doctor, Professor (Yerevan State University, Armenia);
Alina Israeli, Doctor, Associate Professor, Department of World Languages and Cultures (American University, Washington, D.C., United States);
Y. A. Karpilovska, Doctor, Professor (Ukrainian Language Institute, National Academy of Sciences, Kyiv, Ukraine);
Ben O’Loughlin, Professor (Royal Holloway, University of London, United Kingdom);
A. P. Martynyuk, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Francisco D. Matito, Doctor, Professor Titular (University of La Rioja, Logroño, Spain);
O. I. Morozova, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Nataliya Panasenko, DrSci, Professor (University of SS Cyril and Methodius in Trnava, Slovakia);
A. M. Prykhodko, Doctor, Professor (Zaporizhzhia National Technical University, Ukraine);
O. V. Rebrij, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
L.V. Soloschuk, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Peeter Torop, Doctor, Professor (University of Tartu, Estonia);
O. P. Vorobyova, Doctor, Professor (Kyiv National Linguistic University, Ukraine);
S. A. Zhabotynska, Doctor, Professor (Bohdan Khmelnytsky Cherkassy National University, Ukraine).

Editorial Address:

4, Svobody square, Kharkiv, 61022, Ukraine
(V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
Faculty of Foreign Languages
Tel.: (057) 707-51-44

<https://periodicals.karazin.ua/cognitiondiscourse>

Internet-page: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

All articles are double blind peer reviewed
Semiannual

Recommended by the Academic Council of V.N. Karazin Kharkiv National University
(Minutes # 18 of November 25, 2022)

Abstracting / Indexing:

Bielefeld Academic Search Engine (BASE),
Directory of Open Access Journals (DOAJ),
Index Copernicus,
ERIH PLUS,
Google Academy,
ResearchBib,
Scientific Indexing Services (SIS),
Vernadsky National Library of Ukraine,
Ulrichsweb.

ISSN 2218-2926

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

КОГНІЦІЯ, КОМУНІКАЦІЯ, ДИСКУРС

Напрямок “Філологія”

№ 25

Міжнародний електронний збірник наукових праць

Започаткований у 2010 р.

Включено до Переліку
спеціалізованих наукових видань України категорії “Б”
(наказ МОН України від 28.12.2019 № 1643).

Харків
2022

У цьому номері журналу “Cognition, communication, discourse” представлено результати міждисциплінарних досліджень політичного, екологічного, академічного, дигітального та літературного тексту і дискурсу англійською, українською та німецькою мовами з особливим акцентом на їх лінгвокогнітивному, прагматичному, риторичному, семіотичному та мультимодальному аналізі. Автори цієї збірки представляють університети України, Австрії, Німеччини.

Підготовка і видання цього випуску здійснені за підтримки Європейського проєкту SUES – Support to Ukrainian Editorial Staff (“Підтримка українським редколегіям”).

Для лінгвістів, викладачів, аспірантів і магістрантів.

Затверджено рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(протокол № 18 від 25 листопада 2022 р.)

Головний редактор

І. С. Шевченко, докт. філол. нук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
iryana.shevchenko@karazin.ua

Заступник головного редактора

Є. В. Бондаренко, доктор філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
ievgeniia.bondarenko.2014@gmail.com

Редактори-консультанти

Роналд Ленекер, доктор наук, професор (університет Каліфорнії, Сан-Дієго, США)
Сюзанна Кеммер, доктор наук, професор (університет Райс, Х'юстон, Техас, США)

Технічний редактор

В. О. Гуторов, канд. філол. наук, доцент (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
gutorov@karazin.ua

Відповідальний секретар

А. Б. Калюжна, канд. філол. наук, доцент (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua; alevtyna_16@ukr.net

Редакційна колегія

Донка Александрова, доктор філософії, професор (університет Св. Климента Охридського, Софія, Болгарія)
Л. Р. Безугла, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
А. Д. Белова, докт. філол. наук, професор (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна)
О. П. Воробйова, докт. філол. наук, професор (Київський національний лінгвістичний університет, Україна)
С. К. Гаспарян, докт. філол. наук, професор (Єреванський державний університет, Вірменія)
С. А. Жаботинська, докт. філол. наук, професор (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Україна)
Аліна Израелі, доктор, доцент, кафедра мов і культур світу (Американський університет, Вашингтон, США)
Є. А. Карпіловська, докт. філол. наук, професор (Інститут української мови Національної академії наук України, Україна)
Ельжбета Кржановська-Ключевська, доктор наук, професор (Ягелонський університет, Краків, Польща)
Бен О'Лофлін, професор (університет Лондона, Ройал Холлоу, Велика Британія)
А. П. Мартинюк, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
О. І. Морозова, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
Наталія Панасенко, докт. філол. наук, професор (Трнавський університет св. Кирила і Мефодія, Словачія)
О. В. Ребрій, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
Л. В. Солощук, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
Пеетер Тороп, доктор філології, професор (Тартуський університет, Естонія)
Маргарет Фріман, доктор філософії, почесний професор (Веллі коледж, Лос-Анжелес, США); співдиректор (Меріфілд інститут когніції та гуманітарних наук, Хіт, США)
Наталія Чабан, доктор філософії, професор (університет Кентербері, Крайстчерч, Нова Зеландія)

Адреса редакційної колегії:

Україна, 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4
(Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна)
Факультет іноземних мов. Тел.: (057) 707-51-44
<https://periodicals.karazin.ua/cognitiondiscourse>
Інтернет-сторінка: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

Текст подано в авторській редакції. Статті пройшли внутрішнє та зовнішнє рецензування.
Періодичність – 2 випуски на рік

Журнал “Kognitsia, kommunikatsia, diskurs” індексовано в міжнародних базах даних:

Bielefeld Academic Search Engine (BASE),
Directory of Open Access Journals (DOAJ),
Index Copernicus,
ERIH PLUS,
Google Academy,
ResearchBib,
Scientific Indexing Services (SIS),
Vernadsky National Library of Ukraine,
Ulrichsweb.

CONTENTS

Belova Alla SUSTAINABLE FASHION IN THE ENGLISH LANGUAGE MIRROR	9
Molodcha Natalia, Khilkovska Asya STRATEGIES OF CRITICISM AND DISAPPROVAL IN THE ACADEMIC ADMINISTRATIVE DISCOURSE	19
Onishchenko Nataliia, Smoliana Tetiana SHAKESPEARE'S QUOTATIONS IN GERMAN LINGUOCULTURE: AN ECOLINGUISTIC APPROACH	33
Prykhodko Anatoliy, Lazebna Nataliia DIGITAL DISCOURSE IN THE REALM OF RELATED PHENOMENA	52
Shevchenko Iryna AMERICAN SOCIAL MEDIA ON THE RUSSIA-UKRAINE WAR: A MULTIMODAL ANALYSIS	65
Tsapiv Alla MULTIMODAL IMAGERY IN PICTURE BOOKS FOR CHILDREN	80
Zhabotynska Svitlana, Brynko Anastasiya EMOTIVE LEXICON OF THE POLITICAL NARRATIVE: UKRAINE AND THE WEST IN CHINESE MEDIA	89
GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS	119

ЗМІСТ

Белова Алла СТІЙКА МОДА У ДЗЕРКАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	9
Молодча Наталя, Хільковська Ася СТРАТЕГІЇ КРИТИКИ ТА НЕСХВАЛЕННЯ В АДМІНІСТРАТИВНО- АКАДЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ	19
Оніщенко Наталія, Смоляна Тетяна ЦИТУВАННЯ ШЕКСПІРА В НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ: ЕКОЛІНГВІСТИЧНИЙ ПІДХІД	33
Приходько Анатолій, Лазебна Наталія ДИГІТАЛЬНИЙ ДИСКУРС СЕРЕД БЛИЗЬКИХ І СПОРІДНЕНИХ ЯВИЩ	52
Шевченко Ірина АМЕРИКАНСЬКІ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ: МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ АНАЛІЗ.....	65
Цапів Алла МУЛЬТИМОДАЛЬНА ОБРАЗНІСТЬ В ІЛЮСТРОВАНИХ ТЕКСТАХ ДЛЯ ДІТЕЙ	80
Жаботинська Світлана, Бринько Анастасія ЕМОТИВНИЙ ЛЕКСИКОН ПОЛІТИЧНОГО НАРАТИВУ: УКРАЇНА І ЗАХІД У КИТАЙСЬКИХ ЗМІ	89
РЕКОМЕНДАЦІЇ АВТОРАМ З ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ	119

Cognition, communication, discourse. 2022, 25: 9-18.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-01>

Received 24.09.2022; revised and accepted 25.11.2022

UDC 811.111

SUSTAINABLE FASHION IN THE ENGLISH LANGUAGE MIRROR

Alla D. Belova

Doctor of Sciences in Linguistics, Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(60 Volodymyrska, Kyiv, 01033, Ukraine);

e-mail: profbelova@gmail.com;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3014-326X>

Article citation: Belova, A. D. (2022). Sustainable fashion in the English language mirror. *Cognition, communication, discourse*, 25, 9-18; <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-01>.

Abstract

The research is conducted in the critical eco-linguistics domain, an umbrella term for diverse academic inquiries and empirical evidence. The aim of the article is the analysis of English words and lexical structures used to verbalize two major aspects of sustainable fashion as a new movement and world vision – ethical fashion and conscious fashion with the focus on animals in fashion and thrifting. Sustainable fashion has a number of dimensions categorized as conscious, green, and circular, eco-friendly fashion, ethical fashion, vegan fashion. The goal of conscious fashion has much in common with environmentalism and green marketing. Ethical fashion focuses on exploitation in fashion, of both animals and humans, and encompasses animal rights, fair trade of animal-related products, working conditions in fashion industry what are quite often not decent. Vegan fashion promotes non-animal plant-based textiles and man-made fabrics. Circular fashion centres on clothes recycling, extending terminology to upcycling, downcycling and regenerating. Thrifting, renting, and sharing are to popularize slow fashion and conscious fashion. Coverage of fashion sustainability in mass media resulted into coinage of new eco-conscious words and word collocations and their increasing frequency. Several word-forming models dominate in the sustainable fashion terminology including numerous V-ing words to describe manufacturing processes and activities, non+N, non+Adj coinages to emphasize denial of traditional practices. Some words (animal, cruelty) and word-forming components (eco-) have become more noticeable in sustainable fashion in the past decade. The adjective 'sustainable' is among 1% top words in Modern English (Merriam-Webster dictionary online, n.d.) though the collocation 'sustainable fashion' is not fixed yet by this dictionary or its counterparts. Thus sustainable fashion is to be conceptualized to find its way to dictionaries as well as to mentality of fashion designers, clothes manufacturers and consumers worldwide. Increasing vocabulary of sustainable fashion should become more familiar to consumers to push them to rethinking their lifestyle, clothing choices, becoming eco-conscious.

Keywords: eco-conscious lexis, conscious fashion, ethical fashion, green fashion, sustainable fashion.

1. Introduction

History of fashion mirrors hundreds of trends, various lifestyles, unique imagination of designers, social changes and social movements, technological innovations and diverse materials used for clothes, accessories and footwear. The 21st century witnessed the emergence of a new trend—sustainable fashion. *Sustainable fashion* is an umbrella term for *ethical fashion*, *vegan fashion*, *green fashion*, *conscious fashion*, *circular fashion*, *slow fashion*. These terms are not synonymous as each of them focuses on particular stages of clothes production and wearing but all the concepts overlap.

Generally, sustainable fashion is opposed to *unwanted fashion* and *fast fashion*—buying cheap, affordable, and disposable clothes items. The core of sustainable fashion is animal welfare and eco-consciousness. Discussion of fashion sustainability resulted into increasing frequency of the adjectives *sustainable*, *conscious*, and *eco-conscious*. *Sustainable* is among 1% top words in Modern English (Merriam-Webster dictionary online, n.d.). First used in 1972, *eco-conscious* is among top 8% of words (Merriam-Webster dictionary online, n.d.). *Eco-conscious consumers/ brands/ choices, products* are typical collocations. The concept is quite recognizable in acronyms *Ecologically Conscious Consumers* (ECCs), *Ecologically Conscious Consumer Behaviour* (ECCB) (Tilikidou et al., 2002). The main goal of the trend is to make current and future generations more nature-friendly and eco-friendly, more rational and economical about clothing selection. The slogans “*Sustain your lifestyle, mend more*”, “*Fashion should be fun, not fatal*”, the movement WEAR IT KIND and fashion brand ratings like GOOD ON YOU (Good On You, n.d.) are aimed at changing strategies of fashion brands, preferences, and mentality of consumers.

As many other fields, fashion, later fashion industry, developed its terminology and vocabulary. Many terms are of French origin as Paris was a fashion trendsetter for centuries. In the 20th century, new fashion centres cropped up outside France so many new fashion words originated in the English language. One can draw a parallel with medical terminology that was initially based on Latin only but in the 20th century experienced ‘the English invasion’. Fashion vocabulary was always aesthetical and elegant as fashion itself. Many lexical units had either explicit or implicit positive evaluative meaning. Within a decade sustainable fashion built its vocabulary which is too different from conventional fashion terms. Sustainable fashion originated in environmental movements and environmental activism therefore its vocabulary is at the crossroads of ecology, agriculture, biology, and technology. Reference to statistics and harsh facts make texts on sustainable fashion argumentative and persuasive. Ethical fashion coverage in global fashion media quite often looks like PSA.

2. Theoretical background

Theoretically, this research is based on the works on Ecolinguistics and Ecolinguistic Paradigm, Eco-critical linguistics which span issues of language ecology, the reciprocal relations of language and society, societal changes and the ways natural languages mirror them (Fill & Penz, 2018; Derni, 2008; Steffensen & Fill, 2014; Yuniawan et al., 2017; Zhou, 2022). Ecological linguistics originated as a metaphor in the 1970s and was gaining importance as ecology turned into the vital issue in the world. Now ecolinguistics as an umbrella term and a naturalised science of language (Steffensen & Fill, 2014) covers a wide diversity of approaches and several ecologies (Tilikidou et al, 2002; Shevchenko, 2018; Karmakar, 2020; Ruijie & Wei, 2021). Many environment-related problems are highlighted via ecological discourse and green discourse (Yuniawan et al., 2017). The analysis of ecological discourse and texts on environmental and ecological issues makes a considerable part of research within ecolinguistics. Mass media highlight mostly industrial contamination of all sorts (water, air pollution, noise and gene pollution as well) but rarely mention fashion industry as a source of environmental problems. In addition to environmental pollution, fashion is associated with a number of ethical issues.

The discourse of animal rights has much in common with that of animal liberation and explicitly calls for legal rights to be established for certain nonhuman species of animals. An important role of animal rights discourse is in countering one of the main assumptions of oppressive discourses: that humans are superior to all other species because of the uniqueness of their intellect, language ability, self-conception, or other arbitrary characteristics. The deep ecology movement presents a biocentric view which has great potential to contribute to harmonious relationships between humans and other animals: the wellbeing and flourishing of human and nonhuman life on Earth (Devall & Sessions, 1985), bio-ecological awareness (Cowley, 2014), ecological harmony, ecological ethics (Ruijie & Wei, 2021).

Experts believe the post-pandemic era will need ecolinguistics (Stibbe, 2005) as a pacesetter into a new scientific age, as connective knowledge to cope with the ethical and axiological issues in forms of languages and discourses called ‘coronaspeak’ (Thorne, 2020). Specifically, the ecological turn can contribute to building a new ecological civilization.

3. Research results

Animals have been used for clothes and footwear for centuries. It was predetermined by human survival, especially in the severe climate, and a great scarcity of materials for clothing. Initially, fur, leather, feathers were obtained from wild caught or hunted down animals and affordable for the elite of the societies. Numerous portraits of the royals and aristocrats in garments trimmed with precious fur, with luxurious fur collars and cuffs, in feather-embellished hats prove that fur and feathers were status-conveying and the preserve of the wealthy only. The fashion for feathered hats and hats with stuffed birds peaked in the Victorian era and brought some exotic birds to the verge of extinction (Smith, 2021). Only animal-farms helped some birds and animals survive in the wild. On the other hand, farms made fur and leather available for large-scale clothing manufacturing. Human whims always reigned supreme over animals’ lives and suffering and, excepting some individuals, people did not think much about animal rights. Today, environmental activists insist that buying and wearing fur clothes is outdated, at least in warm climate. Some famous fashion brands, A-list celebrities, pop-culture icons denounce real fur trying to be trendy and impose new perception of fashion and lifestyle. The Concept of Animal Rights is becoming a significant component of a Corporate Social Responsibility (Laemel, n.d.), of fashion strategy, growing as important for fashion industry as green politics, green culture, and green marketing for business practices.

The birth of ethical fashion coincided with the rise of many environmental movements such as world animal protection, animal welfare, animal rights protection, animal rights charity, anti-zoo, and anti-circus campaigns. Circus and zoo gardens, much criticised nowadays, appeared in Europe in the Age of Discovery when first exotic animals were brought to the Old World and kept in cages for entertainment and curiosity of urban residents. Now some life-size sculptures of menagerie animals remind visitors about kingly vogue for beasts at the Tower of London. Anti-zoo criticism became audible and visible in the 21st century only.

In Victorian times, different animals and birds as family pets gave a finishing touch to luxurious homes. Rich people used to keep dogs for companionship (Elwes, 2020). Portraits of royals, wealthy people picture their dogs as closest companions. Animals were widely used in fashion ads as well. Firstly, anthropomorphic imagery for human activities conquered children's books, in Victorian times anthropomorphized animals settled in greetings cards industry, then animals became noticeable in fashion media. Now small and big, wild animals and pets appear on covers of posh women’s fashion magazines, in the most popular commercials and videos (Katcher, 2019). Therefore, in fashion, animals made the way from clothing source to glamour accessories. Some pets are deeply integrated into the image of their owners, contribute to their self-branding in reality and social media. In the 21st century dogs and cats have their own Stardom and Couture with specialized magazines (DOGUE), books, social media accounts, make “special appearance” in John Galiano's outfit (Cope, 2021). Some pets become online personalities, inspire new fashion collections and inherit fortunes like Karl Lagerfeld’s Choupette.

The split into “the Rich and the Poor” in human society is observed in animal world as well and can be described as “the Loved and the Exploited”: some species turned into beloved household pets and enjoyed happy life bringing joy and reward to their owners while other species remained purely functional. They were domesticated and kept for food and by-products such as fur, leather, down, feathers. English idioms with the zoo component (*cat, dog, lion, elephant, monkey, mouse, horse, donkey, fox, owl*) reveal human factor in categorization, human preferences for some animals as well as merits and demerits people ascribed to wild and domesticated species. Joshua Katcher presented

fashion-related animal categorization as the separation of “animals that we love from the animals that we wear” what brings cognitive dissonance (Katcher, 2019; Tilikidou et al., 2002).

The 19th century marked the emergence of animal rights movement: bird-protection charities were set up, first exhibitions of cats were held in London in 1871 and New York in 1875 what raised awareness of value and life of animals (Vocelle, 2014). In the end of the 20th and 21st century, animal rights debates brought numerous word clusters which are often used in English texts on ethical fashion. Many *-ing*-terms attract attention to aggressive attitude to animals and brutal procedures animals are subjected to:

- (1) *factory farming, mass-farming, commercial farming of animal fur, skinning, killing, wool-producing, sheep shearing, mulesing, crutching, steining, dipping, suffering, handling, trapping, live-plucking, bludgeoning, gassing, collecting cocoons.*

Other *-ing*-terms (leather *tanning*, textile *washing, bleaching, tanning, dyeing*) focus on environmental pollution leather and textile processing entails (Animal aesthetics. (n.d.); FOUR-PAWS, 2020; Robertson, 2021).

Words with the semantics of execution and cruel treatment (*massive industrial confinement and killing, extreme crowding, deprivation and painful treatment, leather mass-slaughters, a lifetime of torment, electrocution, etc.*) in the texts on ethical fashion are supposed to draw attention to animal exploitation and animal rights. Ultimately, these words are aimed at restraining excessive shopping habits.

Another conspicuous group of words and word collocations includes *-ed* verb forms to emphasize the inability of animals to oppose humans: animals are

- (2) *hunted, enslaved, being trapped, captured for fur, caged, kept in inappropriate conditions, skinned alive, killed for their skins, caged, farmed, live-plucked down, factory-farmed, subjected to painful treatments, brutally slaughtered for their fur, exploited in the fashion industry.*

Lexical combinability of the word *animal* as well as its syntagmatical relations extended due to the intense discussion of animal rights in mass media:

- (3) *animal rights/welfare/cruelty/derivatives, animal rights organizations, animal welfare legislation, animal-based materials/textiles, traceability of animal-based fashion supply chains, animal-derived product/counterparts, animal-training compounds, animal-free alternatives, animal-friendly fashion future, the animal-friendliest choice; non-animal; To achieve an animal-friendly future, animal-welfare must be actively acknowledged as an essential third pillar of ethical fashion.*

Eventually, the statements of fur traders that animals are farmed for fur legally cannot be regarded as an excuse for luxury fashion.

Frequency of the words *cruelty* (top 4% of words) and *cruelty-free* (top 18% of words (Merriam-Webster dictionary online, n.d.) has also increased in connection with animals protection movement and campaigning against horrific cruelty (*systemic cruelty, cruelty-free fabrics/ options/ living / brands / cosmetics/ investing; Cruelty Free International*). Traditionally, *cruelty free* was applicable to cosmetic testing—“developed or produced without inhumane testing on animals” (Merriam-Webster dictionary online, n.d.). In fashion *cruelty-free* means “without abuse to animals”, for example, leather obtained as a by-product of meat industry or silk gathered from left cocoons, non-mulesed or recycled wool. As a word-forming component (pseudo-suffix) *-free* was

used to coin other terms relevant to ethical fashion: *fur free movement*, *fur-free policies*, *go furfree*, *mulesing-free wool*.

Free-range fur—fur used from wild caught animals who have lived their lives free and natural in the wild—is considered more ethical. The slogan *Fur is Green* (transformation of well-known slogans used in ecological discourse and green marketing *Green is the new black*, *Green is sexy*) was coined by ambassadors of sustainability and proponents of the opposite trend who insist that real fur is more sustainable than faux fur or cheap textile. Real fur remains beautiful and functional for many years; it is *durable*, *reusable*, *recyclable*, *biodegradable*. For example, Tesfa Joseph, a young eco-conscious fashion designer, was shown a 100 year old fur coat in a Denmark vintage store, by his partner Tommy-Louis Julius Funch Kraglund, an ambassador of sustainability. Only outdated design of the fur coat betrayed its age (What does the term ‘green’ fur mean, n.d.). Obviously, high-quality coats and other clothes items made of real fur are true durables that can be passed to next generations, therefore can be categorized as slow fashion. To make artificial fur more competitive textile manufacturers and designers are to achieve a technological breakthrough.

Manufacturing of synthetic leather turned out more effective. Genuine and fake leather are sometimes nearly impossible to identify. Alternatives to pure leather are becoming increasingly more innovative, attractive, beautiful, *durable*, *sustainable*, *renewable*. Abusive animal treatment is not the only argument in favour of anti-leather campaign. Eco-activists claim that use of exotic leather for luxury bags and other accessories leads to the loss of biodiversity.

The vocabulary of ethical fashion is becoming more *vegan*. The clusters *vegan fashion*, *vegan clothing*, *vegan items*, *vegan microfiber*, *fashion-conscious vegan*, occasional coinages like VEGANUARY prove the tendency. “Veganization” of fashion falls into the imposed paradigm of veganism. The trend started with severe criticism of fur and leather in fashion. Now wool, cashmere, mohair and silk production are considered unethical, exploitative, and cruel.

Eco activists allege that wool is the most disputable animal product in the fashion industry. Wool is not as eco-friendly as many people believe because sheep grazing requires land protection and conservation practices. For example, 30% of Patagonia is affected by desertification due to sheep grazing. Alpaca are more eco-friendly than cashmere goats though animal rights activists claim goats are abused for cashmere and mohair. This fine wool is very popular but the majority of consumers have no idea about wool-producing business.

The main wool-producing problem is mulesing, which poses questions about sheep’s welfare. *Mulesing*—a controversial bloody method of removal of strips wool-bearing skin of highly wrinkled Merino sheep to prevent parasitic infection—was implemented in Australia by John W. H. Mules. The research proved that breeding sheep based on “wrinkliness” can reduce fly strikes within five years within a single flock. Nevertheless pro-mulesing farmers claim breeding programs are slow and not cost-effective thus they have to be cruel to be kind. The frequency of the word *mulesing* increased due to heated discussion of animal rights in wool-producing and ethical fashion. It is a pretty rare case when a specific animal-related word derived from a Proper Name proliferated General English.

A similar linguistic fact is the word *maverick* associated with Samuel A. Maverick and synonymous with unbranded livestock. By the end of the 19th century, semantic change occurred and *maverick* acquired a new meaning—an independent individual who does not go along with a group or party (Merriam-Webster dictionary online, n.d.). Crutching is considered less effective than mulesing but looks much more humane for the sheep. Any ethical consumer should be aware of the fact that only biological engineering and selective breeding are the best alternatives to get fashion items of *non-mulesed* merino wool (*ethical Merino wool*) and stick to *mulesing-free* wool standards like *ZQ Merino*, *Woolmark*, *RWS (Responsible Wool Standard)*. *Unethical* manufacturers and designers might use mislabeling so supply chain transparency and certification systems are to ensure traceability and verification of the brand’s claims. Ultimately, cruelty-free, mulesing-free wool-producing is expected to become a strategy of wool producers and fashion brands and their marketing

component as well. Animal protection and animal rights should be recognized as pillars of ethical fashion.

Ethical fashion offers numerous alternatives for wool such as cotton, acrylic, polyester fleece. *Tencel*®, the newest cruelty-free wool substitute, made from eucalyptus is *breathable, durable and biodegradable*. *Polartec Wind Pro*, the latest innovation, is made from recycled plastic soda bottles, highly resistant and fully sustainable. Vegan fashion promotes other *plant-based* and *man-made* textiles such as organic cotton, linen, canvas, ultrasuede, nylon, velvet, cork, Piñatex (a fiber that comes from pineapple leaves).

Lately animal rights activists turned their eyes to silkworms used in silk farming and production. Currently silk producing involves the suffering of animals: thousands of silkworms are boiled to make silk textiles annually. In line with the statistics, 10,000 silkworms are used to make one sari (Laemel, n.d.), 2,000 cocoons – to make a silk dress. *Ethical silk* or *Peace silk*, Tussah, Ahimsa silks can be a viable alternative as cocoons are collected and boiled after insects in the wild left them. Other insects such as ants, wasps, bees, beetles, leafhoppers, flies, and spiders also make cocoons that might be used to produce silk but silk producers claim it is inefficient, costly, therefore, not for commercial use. Other acceptable alternatives to silk are the use of banana leaves, tree stalks, orange skin, hemp and Loncell-F (Fibre2fashion, 2014). Discussion of fashion sustainability and non-animal, man-made textiles as an alternative to pure wool and cotton triggered coinage of *-able* adjectives (*durable, reusable, recyclable, biodegradable, sustainable, renewable, breathable*).

Other word formation patterns involve the prefix *non-* with the meaning of negation (*non-mulesed, non-animal*) what corresponds to ethical fashion as a world vision, denial of many well-known and established patterns.

One more problem relevant to ethical fashion and animal rights is live-plucking of geese—a procedure which involves geese being physically restrained while their feathers and down are torn from their skin while live. Live-plucking can be repeated every five weeks, the animal's bleeding wounds are roughly sewn shut without anaesthetic. Down is highly valued for durability, lightweight, warmth but consumers should be informed about the brutal practice and recommended to buy *certified responsible down* (*Responsible Down Standard*) or *recycled down*.

The concept of sustainable fashion is closely connected with environmental pollution. Nowadays fashion is the world's third largest manufacturing industry and one of the major pollutants in the world. The equivalent of 1 garbage truck of textiles is wasted to the landfill every second. 35 kg of textile waste is generated per person in the USA annually. Now a garment is worn just 7 times in average before being thrown away. Fashion industry accounts for 10% of global carbon emissions. 20% of water pollution comes from textile dyeing. Statistics proves that even production of organic fibers and non-animal textiles is far from eco-friendly. For example, India uses 20,000 liters of water to produce 1kg of cotton while 100 million people in India do not have access to drinking water. Organic cotton uses up to 71% less water than conventional cotton but its amount is insufficient for fashion industry. 99.3% of cotton is grown using genetically modified seeds and fertilizers. Cotton represents 10% of the pesticides and 25% of the insecticides used globally. 20,000 people die of cancer and miscarriages annually as a result of chemicals sprayed on cotton. Finally, being ephemeral fashion produces tons of garbage which is very difficult to recycle. In the nearest future clothes recycling will become one of the highly demanded jobs. *Zero Waste* and *Make Fashion Circular* are the new initiatives aimed at fashion sustainability (Davies, 2019).

Clothing production has roughly doubled since 2000 to meet consumers' demand (Assoune, n. d.). 80 billion garments are produced annually. In Europe, fashion companies went from an average offering of two collections per year in 2,000 to five in 2011. Zara puts out 24 collections per year, while H&M offers between 12 and 16 (McFall-Johnsen, 2020). This strategy of fashion brands goes in parallel with excessive consumerism: current generations buy 10 items while our grandmothers bought only 2. Only 20-30% of women's wardrobes are worn. In previous centuries, clothing was very expensive and hardly affordable. Stark statistics is supported by old traditions: a new item of

clothes was bought on great and special occasions. The Queen's Maundy Money distributed on Holy Thursday comes in two Maundy purses. The red purse contains an allowance for provisions and clothing and proves that Easter was the occasion to buy something new and fashionable.

Quite unexpectedly, royals and celebrities who can afford any luxurious clothing, in the latest fashion trends, started making option for vintage outfits. In 2020, Princess Beatrice borrowed the old Queen Elizabeth's gown designed in the 1960s for her wedding (Lakritz, 2021), in 2022, Queen Letizia of Spain recycled Valentino gown of 1977 from her mother-in-law wardrobe for the New Year diplomatic reception (Tourelle, 2022), Cate Blunnett updated past looks at the Venice Film Festival in 2020. Time will show whether these extraordinary episodes can be considered a step towards sustainable fashion or clothes recycling as it is. Nevertheless, the *re-wearing* of old dresses can give a stimulus to other people to re-examine family wardrobes and make a choice for retro look. Another relevant recommendation for consumers is to shop ethically is to buy at second-hand shops and vintage boutiques thus decreasing recycling and waste; but these outlets are to become smart and glamorous. Proponents of ethical fashion recommend *sharing* and *renting clothes* as alternatives to buying but it does not appeal to everyone.

Sustainable fashion means shopping and wearing clothes ethically, with minimum damage to the environment. Eco-conscious wearers should look after their clothes more carefully. Clothes washing and cleaning brings huge environmental abuse as 190,000 tons of textile microplastic fibers are going into the ocean annually. Therefore, clothes is to be washed when it really needs cleaning. Downcycling becomes inevitable as twice as many particles are released by old garments as compared to new ones. Opponents of ethical fashion in the extreme might use statistics on microplastic pollution as an argument against man-made textile. Microplastic pollution of the deeper areas of the world's ocean might rapidly change marine eco-systems and have more damaging, catastrophic consequences for nature.

4. Conclusion

Some historians claim that de facto the 20th century began in 1918 when the world recovered after WWI and the Spanish flue pandemic. It was marked visually by sweeping changes in women's fashion. Women joined the workforce, life became more dynamic, lifestyle – more democratic. Flamboyant feather-adorned hats and full-length gowns were too large and too long for automobiles and public transport, for speedy life, moreover, they looked inappropriate for those who suffered and lost their relatives during WWI. Approximately 100 years later when the world is struggling with another human catastrophe—COVID-19 pandemic, one can come across statements that the 21st century began in the 2020s. As Schwab, the executive chairman of the World Economic Forum, put it: “The Pandemic represents a rare but narrow window of opportunity to reflect, reimagine and reset our world” (Schwab & Malleret, 2020). That reflection might bring a true Fashion Revolution radically changing the way clothes are sourced, produced, and consumed, so that our clothing is made in a safe, clean, and fair way (Durden, 2022).

COVID-19 pandemic might be another spur towards nature-positive economy. When humans were confined to their dwelling places during the lockdown in 2020, wild animals occupied big cities and other civilized places within a week. Watching animals in the streets and squares from their homes many urban residents were astonished that nature claimed territories back so quickly. People shared their admiration and respect to wild animals in social media and made conclusion about the need to achieve a harmonious balance with wild nature and re-establish our broken relationship with the natural world. Obviously, that pandemic experience will contribute to global mentality change towards more responsible attitude to animals. People might pledge not to wear fur and leather, favor vegan and cruelty-free alternatives. Designers and textile manufacturers will have to offer more animal-free alternatives. Mass media and ethical fashion ambassadors should heighten public awareness of the technologies of clothes and footwear manufacturing, of high risk' animal-based materials and encourage ethical shopping. Generally, ethical consumers should be aware of the origin

of animal-derived materials in fashion industry. Brands, retailers, consumers can create a better world for animals.

In the 21st century, fashion industry will face new challenges. Fashion designers will have to work with textile manufacturers to make fashion-forward products more attractive as alternatives to real fur, pure leather, wool, and silk. COVID-19 pandemic halted fashion industry as many other businesses so fashion designers had a chance to reconsider their collections and strategies, consumers had the time to reexamine their wardrobes. Lifestyle behaviour changes due to the pandemic and its long-term consequences might contribute to fashion reassessment in the 2020s as well. Online work and zoomwear as a universal pattern made people rethink their lifestyle. Being deprived of the opportunity to visit shops and buy new clothes, people became more economical. It has become an impetus to reuse and recycle available clothes. Sustainable fashion slogans might turn into lifestyle for thousands of consumers. Ethical fashion mottos and economic factors will push consumers to shop rationally and responsibly, having smaller wardrobes, wearing clothes longer. More extensive coverage of sustainable fashion in old and new media will make consumers aware of stages clothes manufacturing. Increasing use of terms and word collocations, which are limited nowadays to texts on ethical and sustainable fashion, might trigger gradual change of attitude to clothes and wearing, in particular, animal-based products and open up new vistas for further research of lexis of fashion.

References

- Animal aesthetics. (n.d.). Animals used for clothing. Retrieved from <https://www.animal-ethics.org/animals-used-for-clothing-introduction/>
- Assoune, A. (n.d.). The Use of Animals in the Fashion Industry. Wearing animal fur is cruel. Retrieved from <https://www.panaprium.com/blogs/i/use-animals-fashion>
- Cope, R. (2021, November). Oil heiress Ivy Getty marries in fashion extravaganza wearing mirrored dress by John Galliano. *Tatler*. Retrieved from <https://www.tatler.com/article/oil-heiress-ivy-getty-marries-in-fashion-extravaganza-wearing-mirrored-dress-by-john-galliano>
- Cowley, S. (2014). Bio-ecology and language: A necessary unity. *Language Sciences*, 41, 60-70. <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2013.08.007>
- Davies, C. (2019, July). 6 fashion jobs created by circular economy. *Vogue business*. Retrieved from <https://www.voguebusiness.com/talent/articles/6-fashion-jobs-created-by-the-circular-economy/>
- Derni, A. (2008). The Ecolinguistic Paradigm: An Integrationist Trend in Language Study. *The International Journal of Language Society and Culture*, 24, 21-30. Retrieved from <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.586.2402&rep=rep1&type=pdf>
- Devall, B., & Sessions, G. (1985). *Deep Ecology*. Salt Lake City, UT: G.M. Smith.
- Durden, T. (2022). The last days of the COVIDian cult. Retrieved from <https://www.zerohedge.com/covid-19/last-days-covidian-cult>
- Elwes, A. (2020). The 10 most famous dog-and-owner combinations in history, from Churchill and his poodles to the Royal dog with its own footman. Retrieved from <https://www.countrylife.co.uk/out-and-about/dogs/the-10-most-famous-dogs-in-history-from-churchills-poodles-to-the-royal-dog-with-its-own-footman-213172>
- Fibre2fashion (2014). *Ethical and sustainable fashion*. Retrieved from <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/7238/ethical-and-sustainable-fashion>
- FOUR-PAWS. (2020). *Animal Welfare in Fashion 2020 The 'New Normal' Intergrating more kindness to animals in a sustainable fashion future* (Report June 30). Retrieved from <https://media.4-paws.org/3/0/f/5/30f5ed3f4bd074fb228525ec2346d75d4594b126/FOUR-PAWS-2020-Animal-Welfare-in-Fashion-Report.pdf>
- Good On You (n.d.). Sustainable and ethical fashion brand ratings. Retrieved from <https://goodonyou.eco>

- Karmakar, S. (2020). Ecolinguistics: the integrity and diversity of language systems. *Jadavpur Journal of Languages and Linguistics*, 4(1), 58-69. https://www.academia.edu/44029032/Eco_linguistics_the_integrity_and_diversity_of_language_systems/
- Katcher, J. (2019). *Fashion Animals*. Danvers, MA: Vegan Publishers.
- Laemel, B. N. (n.d.). Appendix B: Friend, Foe, or Frock: Animal Rights in Fashion. Retrieved from <https://courses.lumenlearning.com/suny-good-corporation-bad-corporation/chapter/appendix-b-friend-foe-or-frock-animal-rights-in-fashion-by-briana-n-laemel/>
- Lakritz, T. (2021). 10 of the most expensive royal wedding dresses. *Insider*. Retrieved from <https://www.insider.com/royal-wedding-dresses-most-expensive-ranked-2021-2>
- McFall-Johnsen, M. (2020 January). These facts show how unsustainable the fashion industry is. World Economic Forum. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/fashion-industry-carbon-unsustainable-environment-pollution/>
- Merriam-Webster online dictionary. (n.d.). Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/>
- Robertson, L. (2021). Fashion and Animal Welfare: Everything You Should Know Before You Buy. Retrieved from <https://goodonyou.eco/animal-welfare-fashion>
- Ruijie, Z., & Wei, H. (2021). Ecolinguistics and ecosophy: For a harmonious relationship between people and place through the intermediate medium of language. *Linguistics and the Human Sciences*, 14(3), 261-297. <https://doi.org/10.1558/lhs.36843>
- Schwab, K., & Malleret, T. (2020). *COVID-19: The great reset*. Geneva: World Economic Forum publishing. Retrieved from <http://reparti.free.fr/schwab2020.pdf>
- Shevchenko, I. S. (2018). The correlation of the informational and phatic functions a problem of ecolinguistics. *Cognition, Communication, Discourse*, 10, 114-132. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2015-10-08>
- Smith, M. (2021, February). A hatful of horror: the Victorian headwear craze that led to mass slaughter. *History Extra*. Retrieved from <https://www.historyextra.com/period/victorian/victorian-hats-birds-feathered-hat-fashion>
- Steffensen, S. V., & Fill, A. (2014). Ecolinguistics: the state of the art and future horizons. *Language Sciences*, 41(A), 6-25. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/259129590_Ecolinguistics_The_state_of_the_art_and_future_horizons
- Stibbe, A. (2005). Counterdiscourses and the relationship between humans and other animals. *Anthrozoos: A Multidisciplinary Journal of the Interactions of People and Animals*, 18 (1), 3-17. <https://doi.org/10.2752/089279305785594289>
- Fill, A. F., & Penz, H. (Eds.). (2018). *The Routledge handbook of ecolinguistics*. New York, NY: Routledge.
- Thorne, T. (2020). CORONASPEAK – the language of Covid-19 goes viral. Retrieved from <https://www.kcl.ac.uk/news/coronaspeak-the-language-of-covid-19-goes-viral>
- Tilikidou, I., Adamson, I., & Sarmaniotis, C. (2002). The measurement instrument of ecologically-conscious consumer behavior. *New Medit*, 4, 46-53. Retrieved from http://www.iamb.it/share/img_new_medit_articoli/218_46tilikidou.pdf
- Tourelle, C. (2022, January). Keeping it in the family! Queen Letizia of Spain recycles Valentino dress worn by her mother-in-law Queen Sofia in 1977 as she and King Felipe VI host diplomatic reception in Madrid. *MailOnline*. Retrieved from <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-10410517/Queen-Letizia-Spain-recycled-outfit-worn-mother-law-Queen-Sofia-1977.html>
- Vocelle, L. (2014). Cats in the 19th century (Part 1 – Background). Retrieved from <https://www.thegreatcat.org/cats-19th-century-part-1-background>
- What does the term ‘green’ fur mean? (n.d.). Retrieved from <https://www.madisonavenuemalls.com/what-does-the-term-green-fur-mean>

- Yuniawan, T., Rokhman, F., Rustono, & Mardikantoro, H. B. (2017). The Study of Critical Eco-Linguistic in Green Discourse: Prospective Eco-Linguistic Analysis. *Humaniora*, 3(29), 291-300. <https://media.neliti.com/media/publications/197257-the-study-of-critical-eco-linguistic-in-513e9b70.pdf>
- Zhou, W. (2022). Ecolinguistics: A half-century overview. *Journal of World Languages*, 7(3), 461-486. <https://doi.org/10.1515/jwl-2021-0022>

СТІЙКА МОДА У ДЗЕРКАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Алла Бєлова

доктор філологічних наук, професор,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(60, вул. Володимирська, Київ, 01033, Україна);
e-mail: profbelova@gmail.com;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3014-326X>

Анотація

У статті розглянуті англійська лексика і термінологія нового руху – стійкої моди. Дослідження виконано в межах еколінгвістичної парадигми, що охоплює різні аспекти функціонування мов у суспільстві. Головна увага приділяється двом ключовим аспектам свідомої мови: етичній моді, де центральними є проблеми експлуатації тварин, птахів, комах в індустрії моди, та свідомій моді, що зосереджена на раціональному ставленні до вибору одягу, економному його використанні. Стійка мода має декілька вимірів, що відображають не традиційну діахронічну категоризацію моди, а взаємовідносини індустрії моди з навколишнім середовищем: свідомою модою, ‘зеленою’ модою, екологічною модою, етичною модою, веганською модою. Експлуатація тварин, права тварин, чесна торгівля товарами тваринного походження, неприйнятні умови праці в індустрії моди є пріоритетними для етичної моди. Веганська мода має за мету популяризувати товари рослинного походження, штучні тканини. Вторична мода акцентує увагу на технологіях переробки, повторному використанні одягу. Бережливе ставлення до одягу, секонд-хенд, обмін, прокат одягу відповідають ідеям свідомої мови. Головна ціль свідомої моди – гармонія взаємовідносин людини з різними видами її діяльності – співпадає з ідеями енвайронменталізму і зеленого маркетингу. Обговорення стійкої моди у ЗМІ привело до збільшення кількості термінів, зростанню їх частотності. Помітними є декілька словотвірних моделей, в тому числі V-ing, non- +N, non+ Adj, що пов’язане з критикою різних стадій виробництва одягу, перш за все з матеріалів тваринного походження. Деякі лексичні одиниці, псевдосуфікси стали більш активними у процесах англійського словотвору. Прикметник ‘sustainable’ належить до 1% найбільш популярних слів англійської мови (Merriam-Webster dictionary online, n.d.), однак найбільш престижні словники не надають словосполучення ‘sustainable fashion’ навіть на рівні прикладів, що вказує на необхідність подальшої концептуалізації поняття. Увага до стійкої моди сприятиме утвердженню концепта не лише у словниках, а й у свідомості дизайнерів, виробників одягу, споживачів, спрямовуючи їх до більшої відповідальності щодо їх впливу на навколишнє середовище.

Ключові слова: екологічна термінологія, етична мода, ‘зелена’ мода, свідомою мода, стійка мода.

Cognition, communication, discourse. 2022, 25: 19-32.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-02>

Received 20.09.2022; revised and accepted 25.11.2022

UDC 811.11

STRATEGIES OF CRITICISM AND DISAPPROVAL IN THE ACADEMIC ADMINISTRATIVE DISCOURSE

Natalia Molodcha*

PhD in Philology, Associate Professor,
Kharkiv University of Humanities “People’s Ukrainian Academy”
(Lermontovska St. 27, Kharkiv, 61024, Ukraine);

researcher in Wirtschaftsuniversität Wien
(Welthandelsplatz 1, Vienna, 1020, Austria);

e-mail: natalia.molodcha@gmail.com;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8467-6408>

Asya Khilkovska

Associate Professor,
Kharkiv University of Humanities “People’s Ukrainian Academy”
(Lermontovska St. 27, Kharkiv, 61024, Ukraine);

e-mail: asia.khilkovska@gmail.com;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1659-9428>

Article citation: Molodcha, N., & Khilkovska, A. (2022). Strategies of criticism and disapproval in the academic administrative discourse. *Cognition, communication, discourse*, 25, 19-32. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-02>

Abstract

This article addresses the problem of communicative strategies for conveying criticism and disapproval in statements of appellative genre issued by presidents of American and British top universities. We claim that discursive representation of university chief leaders who are critically evaluating government decisions and incidents forms a linguistic and sociocultural communicative genre system with a set of effective rhetoric and communicative means. In academic administrative discourse, statements of appellative genre are characterized by dynamic application of positive and negative politeness strategies and regular reproduction of value-centered arguments, which update the system of values of the American and British academic communities. Discursive behavior of university chief academic administrators contains the rhetoric that appeals to logic, addressee’s emotions (pathos) and is based on the arguments to ethos, combining this with lexical and stylistic means that ‘threaten’ addressee’s face. Speakers use strategic tautology to increase the significance of the value system of an academic community. The concepts, themes, tasks, and tactical means, identified in the appellative statements of university leaders, contribute to the formation of the concept sphere of American and British academic communities. The results of this present study detail discursive and genre characteristics of the administrative academic discourse and the strategies of conflict (disapproving) discourse in particular. Communicative behavior of university leaders determined, on the one hand, by the value system and, on the other, by strategic aims of communication, can serve as a model of leadership communication and a resource for improving the competence of modern academic leaders.

Keywords: appellative genre, disapproval and criticism strategy, discourse analysis, politeness theory, university leadership discourse.

1. Introduction

In the face of social and cultural transformations, the judgments of university leaders are of particular importance. In modern societies, where tolerance is seen as a major prerequisite of successful communication, it seems relevant to look into strategies and techniques used by university leaders to express their criticism or disapproval of the government's resolutions and/ or events taking place on campus.

This research focuses on the discourse of university leadership or *academic administrative discourse* (AAD) as an intersection of academic and administrative types of discourse that constitutes a special kind of communication aimed at monitoring, preserving, and transmitting academic (university) values. University leaders use various communication channels within the multidimensional activities of the university (Bryman, 2007; Partch & Kinnier, 2011; Brandebury, 2015). Among them there are written statements of the leaders of the top American and British universities that belong to the *appellative-axiological* (ApAx) genre. In the AAD genre typology (Molodcha, 2021), the ApAx genre is defined as a form of interaction to express disapproval and criticism of government decisions, incidents, and events that occurred on campus and in the country.

Our research into the university presidents' discourse touches upon the problem of language (speech) as an instrument of social power. Based on certain values, authorities select linguistic means to structure the information field and influence the recipient's mindset (Fairclough, 1989; Miller, 1984; Bawarshi & Reiff, 2010; Partch & Kinnier, 2011). As concepts (meanings) and values determine text building, the speaker's communicative strategies and tactics determine a certain communicative environment where academic values are fostered and preserved or, vice versa, mitigated (Brandebury, 2015). Informational and value-inculcating communicative strategies, clearly manifesting themselves in written statements of academic authorities, make up the object of particular interest.

The aim of our research is to identify linguistic, sociocultural and pragmatic properties of ApAx genre in AAD of criticism and disapproval.

This study of university leaders' written statements of ApAx genre is underpinned by the methodology of discourse analysis. To reach our aim, we use lexical-semantic analyzer (detector) Voyant to identify concept domains, single out lexical-semantic techniques to define value system of academic leaders' communication, and apply pragmatic analysis as well as other methods to identify their communicative tactics.

The material for our research is sample texts of the ApAx genre presenting the official discourse of academic authorities of the leading American and British universities, such as Harvard, Yale, Oxford, Cambridge, and others for the period from 2008 to 2021 documented on the official websites of their universities.

In this paper, we first provide a rationale for the theoretical framework applied in our research. Then, based on the overview of the theoretical and methodological research grounds, we identify linguistic, sociocultural, rhetoric, and pragmatic markers of the ApAx genre of AAD. Discussion and conclusion draw up tentative implications and the extent of the research findings' applicability.

2. Theoretical background and methodology

In this paper, ApAx statements of AAD are viewed as an integrated communicative-discursive and functional-pragmatic dynamic system. Its analysis is underpinned by the genre theory, classical rhetorical theory, speech acts theory, and politeness theory.

To efficiently perform a study into sociocultural and pragmatic characteristics of ApAx genre in administrative academic communication, we use a comprehensive approach, which implies that the research object is considered in the context of a *communicative-discursive paradigm*. In this research paradigm, communication as a whole and a speech act, in particular, are defined as the purposeful activity of speakers determined by a range of socio and psycholinguistic factors (such as intention, purpose, status, role, communication style, register, and genre) in a certain sociocultural,

professional and institutional environment (Bawarshi & Reiff, 2010; Dijk, 1981; Lakoff, 1972). Communication principles manifest themselves on the discourse level. The latest linguistic studies define *discourse* as “a system of speech interaction within a certain linguocultural community driven by social, cultural, esthetical, and ethical components of the community” (Molodcha, 2021). In the typology of institutional discourse, the academic/university discourse (AD) is differentiated by a set of parameters (topos, participants, roles, purposes, genres), and according to contemporary linguistic research it is defined as the communication of academic community members – students, lecturers, academic administrators (AA), alumni in all spheres of university activity and its stakeholders (Dijk, 1981; Brandebury, 2015); as “cognitive and communicative interaction in the system of higher education” (Molodcha, 2021). It operates within a system of professionally oriented units and characteristics of role and status inherent to participants. AAD is a type of institutional discourse, a subtype of AD. It reflects the communication of the university’s presidents or chief academic administrators (AA). When reconstructing AAD, it is necessary to describe its genre diversity. *Genres* are relatively stable thematic, compositional, and stylistic types of utterances (Miller, 1984; Bawarshi & Reiff, 2010). At the same time, each genre consists of texts that contain certain speech schemes preserved in public circulation, methods, and models for constructing a speech.

Rhetorical features of texts belonging to the ApAx genre, its typical argumentation is consistent with the objective of the genre – to adopt urgent measures and prevent the adoption of decisions that may be potentially harmful to the academic community (Molodcha & Khilkovska, 2022). The university leaders select schemes of argumentation (reasoning models) accordingly. Effective rhetoric employs arguments matching Aristotle’s concepts of ethos (relevance, authority, trust), logos (addressing objective evidence proving claims), and pathos (addressing the emotional background of the recipients). Successful delivery of ethos, logos, and pathos determines the usage of the appropriate argumentation *schemes* and *structures*, through a range of relevant speech strategies and techniques, which may function as means of attenuation and boosting of available arguments. Argumentative schemes or toposes “reflecting the idea of the public about reliable linking arguments to the point made are perceived as convincing. “Argumentation structures” represent different types of reasoning, and they are not identical to schemes. The argumentation scheme constitutes the internal structure of every single argument whereas the argumentation structure as a whole is the external structure of the entire argumentative discourse. According to that layout, the term “argumentation structure” is interpreted as multiple connections between arguments and points (theses) within one argumentation chunk (unit).

To perform the analysis of a speech sign as a means of expression of the speaker’s intentions and mindsets, a tool to reconstruct psycholinguistic aspects of the speaker’s discursive behavior, we employ the methodology of *linguistic pragmatics*, i.e. the analysis of pragmatic aspects of speech, acts of speaker’s impact on the recipient, the interconnection between signs and their users (Grice, 1975; Brown & Levinson, 1987). The systemic analysis of language as an instrument for channeling intentions and mindsets of the speaker is underpinned by the speech acts theory (Searle, 1975; Pocheptsov, 1986). According to this view, speech acts in communication as “acts of interaction between the sender and receiver through the message comprise the aspects of locution (conveying the message using grammar and vocabulary), illocution (moderation of speech acts strength, focus, and purpose to meet the speaker’s objectives), and perlocution (means of influencing the recipient’s consciousness, establishing a new situation in communication, designing a new reality) (Pocheptsov, 1986, pp. 5-6). The comprehensive analysis considers the speaker’s intentions, the situation, and context, social and linguocultural features, which determine the speaker’s choice of pragmlinguistic tools. The speech acts typology enables to analyze the communicative tactics and intentions and to measure the illocutionary force of an utterance (Leech, 1983, p. 206; Pocheptsov, 1986, pp. 271-276).

Pragmatic analysis of the text corpus is carried out based on the Politeness Theory by Brown and Levinson. This theory is in line with a pragmatic approach suggesting that effective

communication is achieved provided appropriate politeness strategies are used by the speakers to establish the most comfortable conditions for the interaction. The authors of the Politeness Theory used the concept of ‘face’ as a basic element, that represents two controversial key needs of the speaker: a desire to get the interlocutor’s approval and positive appraisal, on one hand (‘positive face’), and commitment to independent thought and relative freedom of judgment (‘negative face’), on the other. Positive or negative face strategies allow the speaker to make a good impression on the interlocutor and maintain a positive image in their perception or, on the contrary, expand the speaker’s private space (Brown & Levinson, 1987; Shevchenko et al., 2021, pp. 81-82).

3. Research findings and discussion

The ApAx genre is a systematic and systemic structural discursive formation, organized within its distinctive theme and rheme composition, pragmatic intentions, register, and semantic-stylistic means (Partch & Kinnier, 2011; Molodcha & Khilkovska, 2022). The purpose of appellative utterance is a call, encouraging the performance of certain actions, and persuading recipients to take the desired action. We further describe structural, rhetorical, and pragmatic features of the ApAx statements.

3.1. Formal and structural characteristics of the appellative genre of AAD

According to the results of ethnolinguocultural analysis, speeches (from 1000 to 2500 symbols) belonging to a mini-genre are available in the forms of *Public Statements, Remarks, and Letters of Appeal* issued by university Presidents and convey an official view of the university authorities in matters requiring clarification of their position. In British AAD, appellative messages are represented in the Vice-Chancellor’s *blogs, Vice-Chancellor’s Orations, and Annual President’s Addresses* dedicated to the beginning of the academic year. In them, chief academic administrators inform faculty and staff about the achievements, challenges, and prospects of the university.

Qualitative analysis of the corpus “university authorities statements” in both (the two mentioned above) linguocultures shows that it comprises a wide range of subjects related to the *university* including academic freedom, racial discrimination, sexual harassment on campus, students meetings, the university strategy, corporate culture, ethnic diversity and inclusiveness, admission rules and requirements, educational process in the Covid-19 pandemic, reconstruction of the university buildings; and subjects related to the *town* (where the university is located) such as cases of shooting in town, collaboration with local corporations; *international community* subjects like global warming, the boycott of Israeli universities, Ebola virus spread, Covid-19 in the global context, migration, and others are also discussed. The British AAD includes along with the above-mentioned subjects such things as the professor’s social/compensation package and Brexit. The target audience of statements includes not only the academic community, local residents, and authorities, but the global community also.

The research exposes a certain pattern of appellative genre texts, which is determined by the pragmatic purpose of letters/messages – to have a direct influence on state policies in the field of research and education, decisions made by government bodies, especially those which compose threat to the academic community and, by the authors’ conviction, have to be suspended immediately. The purpose of the letter/message is based on a clear understanding of the mission and influence of Harvard, Oxford, and other leading universities in society and confidence in their power to influence.

The pragmatic purpose of the texts analyzed determines their structural-semantic features. One of the major features is the unity of the subject and purpose – each letter is focused on one subject and committed to one and only purpose communicated clearly (e. g.: “*Sexual Harassment and Sexual Assault Harvard December 12, 2017*”; “*Remarks on the Pittsburgh tragedy October 28, 201*”), the university’s official position is reasoned consistently from the first to the final line of the text. Integrity and cohesion of the texts belonging to the genre are ensured by their **composition** including introduction, themes, and rhemes (i.e. sequence of two propositions – a problem description and the university position relevant to university ethos and established

practices), and the concluding part (often, appeal to action); **discursive markers**: Additionally..., More troubling..., More concerning) introducing arguments sequentially/logically; **parallel syntactic structures** (*the proposal would be detrimental for international students..., it would affect more than ..., It also would affect ..., the proposed rule would require ..., It would apply to all who want ..., the proposed rule would require them to*) – aimed to emphasize potential negative results of restriction for international students.

The strategy of expressing criticism and disapproval in ApAx statements determines the set of arguments and the ways they are communicated. Further, we consider typical argumentation schemes and pragmatic markers that participate in the text production and construction of a hierarchy of senses and values.

3.2. Communicative and structural features of argumentation

University leaders' argumentation to express criticism and disapproval is characterized by the dynamic presentation of arguments emphasizing logos, pathos, and ethos (Miller, 1984). The following tactics of influence are to be recognized.

Arguments to ethos (*ethos* from Greek – temper, nature, temperament) include appeals to authorities, values, virtues, and mores of the audience. As a strong and lasting ethical/moral element of argumentation, ethos contrasts with pathos, a temporary emotional experience. According to Aristotle, ethos reflects one's character through speech manner, goal-setting, and relevance (competence), which is the opening argument – the speaker is to position himself/ herself as a competent person having expertise in the field. The relevance criterion here is crucial, irrelevant speech may not be perceived by the audience despite strong argumentation (logos), and a timely topic is the primary sign of relevance. The techniques below emphasize arguments to ethos:

- (1) well-known personalities:

I cannot help but think back to 1968, the spring of my junior year in high school. First, Dr. Martin Luther King Jr. was assassinated, then Bobby Kennedy... (Bacow, 2020, May 30);

- (2) allusions to well-known texts of the famous authors or the Bible:

I believe in the 14th Amendment's guarantee of equal protection of the laws – for everyone, not just for those who look like me... I believe that no person is above the law regardless of the office they hold or the uniform they wear. ...Those who break the law must be held accountable (Bacow, 2020, May 30).

Arguments to logos (*argumentum ad rem* – to the point) provide factual information, laws, statistics/data. They are considered the only valid arguments worth paying attention to, though 'trickery' at the same time. In ApAx statements, arguments to logos tend to contain numbers and numerical terms, they are often used as counterarguments:

- (3) *It has caused more than 365,000 deaths around the globe and more than 100,000 in the United States alone. Forty million Americans have lost their jobs, and countless others live in fear of both the virus and its economic consequences* (Bacow, 2020, May 30).

Arguments to pathos (emotions) are rich in lexical-stylistic and pragmalinguistic devices. The *pejorative expressions* (charged lexical units) flood letters and statements devoted to government decisions which, from the perspective of the academic community, will not do good to research and education. Such decisions and measures are *blunt measures, a blunt, one-size-fits-all approach to a complex problem, overbroad and discriminatory treatment, inappropriate intrusion; unwarranted, unnecessary, and injurious proposal; reckless policy*. Even a very strong negative judgmental statement supported by strong factual argumentation looks rational rather than

emotional. Rhetorical devices of intensification such as metaphors and other figurative means are also widely applied:

- (4) *universities we teach an appreciation of nuance, we operate in a world of grey* (Bacow, 2020, July 7).

In axiological texts, academic leaders tend to resort to *strategic tautology* (repetition) as a technique of argumentation. Scholars used to believe that tautological propositions made no sense (Govorukha, 2009). Additionally, the rhetorical device of tautology (from Greek – tautologéō – ‘saying the same’) bringing together linguistic units by relations of identity or similarity organizing their structural models runs counter to Gricean communication principles of quantity and relevance (Grice, 1975).

Nevertheless, tautological propositions in academic leaders’ speeches acquire communicative and regulatory value. Repetition is aimed to enhance the information and the pragmatic potential of the utterance through *intensification* of its meaning (identification and specification) and its *expressiveness* (emotional and axiological charge) (Govorukha, 2009, pp. 110-113). The research database demonstrates that repetition of arguments applies to socially and culturally meaningful concepts, such as a) inclusiveness among all groups of the academic community, as well as ethnic minorities and LGBT groups (emphasizing inclusion, belongingness, access, diversity, discrimination), b) academic freedom (sovereignty from government prescriptions), c) sustainability (sustainable future, climate change, etc.).

When responding to unfair treatment of academic community members, and defending equality and inclusiveness, heads of universities use the rhetorical device of perissology (from Greek – *perissos* – *excessive*), an accumulation of synonymic phrases with the purpose of the comprehensive description of a phenomenon, in other words, a structural model comprising similar in the core/in their meaning substantives:

- (5) *Bringing together in one place the broadest range of views, experiences, backgrounds, and beliefs offers the greatest promise of advancing the frontiers of knowledge and understanding; I am making an initial allocation of \$250,000 to support innovative ideas from across the University that seek to advance belonging and inclusion* (Faust, 2018, March 26).

Using tautology as a stylistic device when a number of sentences start the same way, with the same word or structure (anaphora, parallelism, often the initial element is a performative) allows the speaker to give vent to their emotional tensions:

- (6) *I believe in the goodness of the people of this country - and in their resilience; I believe that America should be a beacon of light to the rest of the world; I believe in the American Dream* (Bacow, 2020, May 30).

According to Searle’s classification of speech acts (1975), tautological structures, anaphora, in particular, accompanied by directives and expressives, give the discourse certain features of authoritativeness.

Emphasizing anticipated harmful consequences of government decisions, erroneous, in the speaker’s view, reinforcing the opinion by data and facts, the speaker builds integrated arguments to both logos and pathos:

- (7) *Overnight thousands of our community members received a hate-filled, racist email threatening African Americans. The message was sent from Equity Prime Mortgage. If you have received it or find it in your spam filter, please do not open it* (Bacow, 2020, June 21).

The communicative tactics of expressing criticism commonly applied in the texts under discussion presuppose channeling all the pathos of negative consequences of the decisions, which are subjects of criticism are likely to have for research, education, and, therefore, for the country as a whole. For this rather strong and emotionally charged vocabulary is selected – *weaken our national recovery; undermine our national response...; deter talented undergraduates*. Among the most common are the following verbs – *jeopardize, threatens, cripple, hinder*.

Research material demonstrates the dynamics of the use of arguments to logos, pathos, and ethos. The scheme of *accelerating argumentation* including the stages of *initiating a discussion, preliminary argumentation, confrontation, deep and detailed argumentation, and the final stage* has been identified (Molodcha & Khilkovska, 2022). The argumentation structure where additional arguments are presented until the desired validity of argumentation is achieved can be identified as cumulative.

3.3. Pragmatic markers of the communicative strategy of disapproval in AAD

The strategies for expressing disapproval and criticism in this paper are analyzed on the basis of the categories of politeness and cooperation on which communication is built. The communication code developed in the works of Grice (1975), Leech (1983), and Lakoff (1972), is a system of universal maxims, principles of communication that regulate the success of the communicative activity. Based on the principles of cooperation and joint information management (Grice, 1975), each party contributes to building the communication, recognizing the common goal of the dialogue, and the principles of mutual arrangement, which reflect the readiness of partners for communication (Leech, 1983). Gricean universal maxims including the standards of the truth of statements, comprehensive information, relevance (volume, content), and clarity (unambiguity) contribute to genuine, successful communication.

Politeness principles of Leech (1983) model a *benevolent and tolerant* communication that is facilitated by the maxims of tact (observance of the boundaries of private speech interests); generosity (tolerance, taking into account equality); sympathy; modesty (self-esteem control); consent (focus on finding a compromise); and approval (observance of a positive attitude towards the position of the interlocutor).

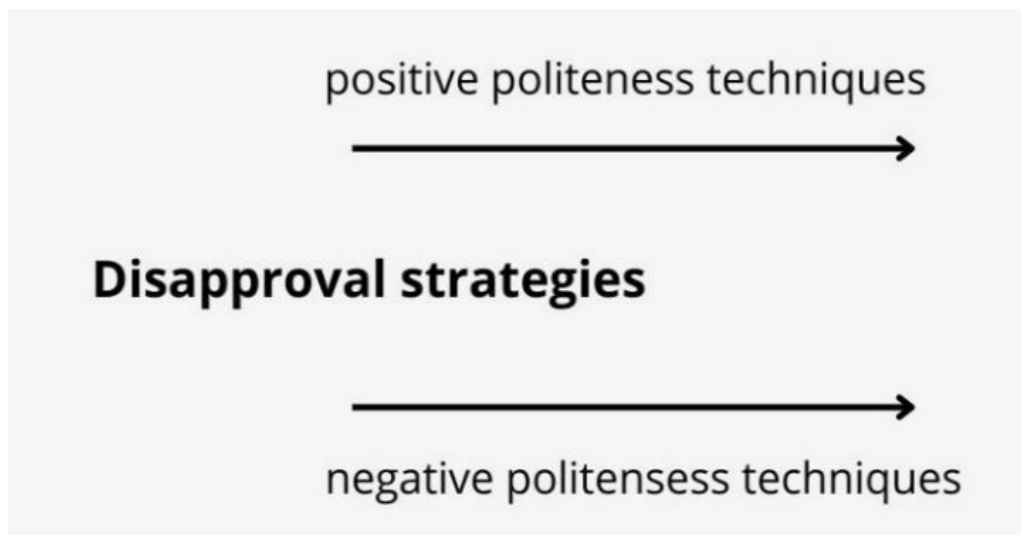


Figure 1. Expressing criticism in university leadership discourse using positive and negative politeness techniques

Grice (1975) argued that maxims operate regardless of the cultural affiliation of interlocutors. Recent studies on this issue have shown that these rules and principles vary depending on the social and ethnocultural aspects of communication in a particular time slice. For instance, the maxim of clarity in political, business, and advertising communication is not welcome; in these areas, hedging

techniques (euphemisms) mask the true motives of the addresser (Shevchenko et al., 2021). However, in communication, parties are expected to adhere to these conventions.

Politeness is a category of “communicative consciousness”, “reflection of the national mentality” and a backbone that regulates communicative behavior (Jucker & Taavitsainen, 2020). At the same time, politeness as a form of verbal and non-verbal behavior allows to avoid conflict and directs interlocutors to build harmonious interpersonal relationships (Leech, 1983, p. 79). In our material, university leaders in their statements of the appellative genre actively use the strategies both of *positive and negative politeness* (see Figure 1). Chief academic leaders balance the choice of communicative means of expressing disapproval and observing the maxims of positive politeness that govern tolerant conventional communication. Violation of the communicative code is considered to be a purposeful speech behavior that implements a suggestive-regulatory function with the help of appropriate means (Sifianou & Blitvich, 2019). The identification of the negative and positive politeness techniques is further to be considered.

3.3.1 Negative politeness strategies

Negative politeness strategies or so-called ‘polite pessimism’ focus on the hearer’s negative face and emphasize avoidance of imposition on the hearer. The aim of protection of the speaker from categorical, offensive statements addressed to the second party is best reached by hedging that, in Lakoff’s parlance (1972, p. 187), means “speech insurance. The hedging strategy uses words and phrases to mask critical and negative assessments (Lakoff, 1972, p. 195). In our material, the most frequent communicative strategies of negative politeness are as follows:

Expressing *explicit disapproval*, discrediting the party involved, **bypassing hedging**, and **euphemisms**:

- minimization of negative assessments and criticism:

(8) *Our nation is deeply divided; Leaders who should be bringing us together seem incapable of doing so. ... The events of Friday night are profoundly disturbing (Bacow, 2020, May 30);*

- depersonalization achieved by metonymy (the name of the university – for its staff and leaders):

(9) *Harvard University strenuously opposes this rule; As this case generates widespread attention and comment, Harvard will react swiftly and thoughtfully to defend diversity as the source of our strength and our excellence well-crafted (Faust, 2018, June 12).*

Frequent use of the *apologies*. Brown and Levinson (1987) considered apologizing a technique of negative politeness, “because by apologizing, we acknowledge the fact of intrusion into the interlocutor’s independence zone”. Shevchenko and Gutorov (2019) argue that apologies are interaction rituals, conventional hybrid expressive-and-requestive speech acts that combine at least two intentions. They realize negative politeness strategies, maintain appropriate speaker-hearer relations, and thus facilitate communication (ibid.). In sample (10) below, the Vice-Chancellor ironically apologizes for the inconvenience of colleagues sitting on benches in a hall that has not been updated for a very long time. This apology aims at mitigating face threatening of an urgent demand to increase spendings on the renovation of the buildings that make up the infrastructure of the University of Oxford at the cost of refusal to raise teachers’ salaries:

(10) *Take this building in which we are sitting today, Convocation House. I know the benches are very uncomfortable, I’m sorry. If it makes you feel any better, I’ve learned from the University Archivist that until 1929 the Oration was delivered in Latin. Convocation House, together with the Library floor above (now ‘Selden End’ in Duke Humfrey’s reading room) and the Chancellor’s Court at the north end, was built between 1633 and 1636... (Richardson, 2018, October 2).*

In example (10), ironic apology (pseudo-apology) is an amplification tool that supports rhematic construction (an argument in favor of investing in campus buildings).

Regret techniques also serve to mitigate a would-be negative effect as in the preparatory phase of Louise Richardson, head of the University of Oxford. She anticipates the outrage as reaction of some members of the teaching staff to her speech in defense of the LGBT community and resorts to elaboration of precautions against the loss of face to both sides:

- (11) *It is a matter of great regret to me that my words are being used to call into question this impressive, sustained endeavor to make Oxford a diverse and inclusive university. I am proud of everything we do in this regard and I give it, as I always have my wholehearted support...* (Richardson, 2017, September 6).

3.3.2. Positive politeness strategies

Formulating evidence of the truth of their position in statements expressing criticism, chief academic leaders resort to strategies of positive politeness and adherence to the conventions of communicative cooperation, weakening the illocutionary force of negative evaluations and criticism.

In our material, the following techniques are most frequent to achieve positive politeness:

to **exaggerate interest in H and his needs** the speaker uses first person pronouns:

- (12) *When changes were first proposed to the federal Title IX regulation in 2018, I assured our community that I will not rest until Harvard has done all that it can to ensure a safe, healthy, and inclusive environment that is free from sexual and gender-based harassment and assault...* (Bacow, 2020, May 6);
- (13) *I am proud of everything we do in this regard and I give it, as I always have, my wholehearted support* (Richardson, 2017, September 6).

To **include both interlocutors in their activity**, the speaker uses pronouns ‘we, our, us’ and lexemes ‘together, each other’ to call for joint action:

- (14) *As a community, we must stand strong and support each other, especially when others would seek to divide us* (Bacow, 2020, June 21);
- (15) *Together, we can make Harvard a place where our respect and care for one another infuses every aspect of our work* (Bacow, 2020, May 6).

Strategies of positive politeness also include statements of friendship and solidarity such as **solidarity in-group identity markers**. In American business correspondence, university leaders use polite semi-formal markers in the final part of their statements: «*Sincerely, Larry*» или «*Sincerely, Christopher L. Eisgruber*», etc.

To remain polite, the speakers add courtesy formulas to their requests:

- (16) *Please see here for more information about the case; This is just some of what I believe. I hope you will pause during these troubled times to ask what you believe* (Bacow, 2020, May 30).

4. Discussion, conclusions, and implications

The findings of this present research have thrown new light on conceptual, pragmatic, and linguodidactic aspects of leadership communication in academia that will be discussed in the section below.

4.1. Conceptual and linguistic characteristics of the leadership discourse in academia

Based on the analysis of the corpus of the ApAx genre texts, AAD appears to be a strategic discourse containing accents, analysis, and assessments, including criticism and disapproval, declaring the values accepted by the academic community. The rhetoric of disagreement and disapproval involves the arguments to *ethos*, *pathos*, and *logos*, aimed at informing, and ensuring the validity of the need for the requested action, appeals of both declarative and directive nature. A set of techniques of negative and positive politeness helps achieve appropriate balanced communication in AAD.

The argument to *ethos* is provided by a high degree of addressee's trust and referring to the authoritative names. The widespread use of numerical expressions appeals to the arguments of *logos*. Pejorative verbs and adjectives that affect the emotional-figurative level of the recipients, *pathos*, are excessively used to implement the tactics of expressing explicit disapproval and discredit. It is worth noting that the use of negative vocabulary without argumentation creates only the effect of a squabble, so the pejorative lexical units appear in the system of counterarguments. Chief academic leaders balance the communicative strategy of disapproval with the means of positive and negative politeness, as we have shown above.

The dynamics of multidirectional strategies and the application of negative and positive politeness techniques provide a sense of objectivity in the evaluative discourse and indicate the strategic nature of leadership discourse. The strategy of 'retouching' sharp corners in communication with the help of certain methods allows minimizing discredit and targeted aggression and points to the diplomatic communication that the university leaders take part in. According to Barrett (2014), diplomatic communication is strategic communication, the purpose of which is to avoid or minimize serious conflicts between the parties. The evaluative (ethical) component of this genre also signals about the *authoritative* nature of leaders' communication, as opposed to *authoritarian* discourse aimed at achieving blind obedience and the attitude to have unlimited power over addressees, which can also manifest itself in aggressive verbal and non-verbal communication in relation to subordinates or partners. Even though the two types of communication have a common edge – influencing the audience, nevertheless, in the *authoritative* type of discourse its creators appeal to universal values, truth, and balanced communication (Barrett, 2014). According to our research findings, university leaders' communication is a form of authoritative discourse that articulates the values of an academic community.

Evaluation in discourse can be modeled as a qualification structure that includes values scale, stereotypes, and motivation (Dijk, 1981). Negative evaluative statements, intolerant rhetoric, criticism signals about the discourse of power, and such verbal elements of influence as pejoratives, and expressive metaphors that discredit communication partners encode the *independent* communicative style of the top management of American and British universities. Axiological communication strategies are associated in leadership theory with the problem of *ethos* and *ethics*, where, according to Barrett, the latter is a more significant component of leadership, because *ethos* (an organization's value system) is declarative, while *ethics*, as the internal attitudes and principles that guide leaders, require verbal expression, often overcoming mainstream attitudes (Meyer, 2014; Barrett, 2014).

The reproduction of repetitive utterances with the help of the pleonasm, stylistic means of expression to support the set of arguments *pro* inclusiveness of ethnic and sexual minorities in the academic community, sustainability points to the intertextual *tautology* within the entire volume of the texts of the ApAx genre. Drew Gilpin Faust, the President of Harvard University in 2007-2018, identifies the need to regularly reproduce similar ideas, and marks the underlying contradiction. On the one hand, as a scientist and historian she is not to duplicate material, but on the other, as a leader she has to repeat the same things over and over again in order to, in her words, to be better associated with her ideology: "... a leader needs to have a message that can be identified, understood, and incorporated by the constituency you're trying to lead. So, you just have to keep saying the same things over and over again" (Nagy, 2014).

4.2. Research findings in linguodidactic aspect

Intercultural competence has become nowadays the leading professional and communication strategy. The problem of foreign language communication attracts and unites the efforts of specialists in a number of scientific areas, because “its exhaustive study is hardly possible within the framework of one discipline – linguistics, linguodidactics, sociology or anthropology” (Hymes, 1974). As Tarasova (2020) put it, the use of integrative frameworks, synthesized concepts, models, and methods that would combine elements of cognitive science, semiotics, social psychology, socio-, ethno- and psycholinguistics, and ethnomethodology mutually complement each other. It allows comprehending the essence of intercultural communication and learning not only accessible meanings at surface structures, but also deep archetypes and stimuli that control the verbal behavior of the representatives of the ethnic group, constructing their own culturally original construal of the world (Tarasova, 2020).

The range of central themes (concepts) identified in this study underline values that are supported in the Anglo-Saxon academic culture. The university leaders insist on supporting:

a) *inclusiveness*, i.e. accepting LGBT and ethnic minorities. Explicitly expressed disagreement regarding the violation of the rights of individuals within various minority groups in the academic community serves as the form of defending the value of acceptance and tolerance – “united we stand, divided we fall” which form the basis of Anglo-Saxon culture;

b) *academic freedom*, i.e. the right of the academic community members to have an independent opinion, different from the city governors’ opinion, providing space for the free and objective search for ideas and the veritas (the truth), which is also the motto and mission of Harvard University;

c) *ecocentricity*, promoting the ideas of a sustainable society, that is also related to the ethics. They point to the peculiarities of the national psychology (values) of the people and the philosophical, social and religious roots that feed them (Tarasova, 2020).

In addition, the identified concepts enable to form the foreign language and cultural competence based on the core values, which contribute to high-quality communication between communities (Meyer, 2014, pp. 166-184).

The training of an AA in the higher education system (university presidents, senior and junior AA) has been the focus of discussions over the past 20 years. However, as a study of publications on this issue shows, there is still no clear understanding of the structure, content, and methods of educational programs for training university leaders (LaMagdeleine et al., 2009). Critics of leadership training programs argue that there is not enough connection between the theory outlined in training programs and the practical experience of leaders at work. It is generally recognized that the incorporation of the practicing academic leaders’ experience in the training of the department heads at the university is crucial. The integration of the *discursive strategies of university leaders* with the consideration of the conceptual, appellative and axiological material of the study can determine the innovativeness and success of the academic leaders' training.

To recapitulate, our complex analysis of the corpus of the ApAx genre speeches of the Presidents and Vice-Chancellors of the American and British top universities has revealed the balanced strategy in disapproval and criticism offering value-centered communication, adapting discursive strategies of positive and negative politeness to protect academic values. We hope that our findings will be of practical help for leaders in the system of higher education in their authoritative and strategic (diplomatic, ethical) communication. Furthermore, communication strategies and tactics described in this paper can be integrated into the training programs for the AA to improve professional competence. Theoretically, further analysis of language as an instrument of social power may eventually lead to a unified view on the role of discourse strategies in academic communication.

References

- Barrett, D. J. (2014). *Leadership Communication*, 4th edition. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Bawarshi, A. S., & Reiff, M. J. (2010). *Genre: An introduction to history, theory, research, and pedagogy*. West Lafayette, Indiana: Parlor Press.
- Brandebury, A. R. (2015). *Speaking to value: A content analysis of state of the university speeches*. (Unpublished doctoral dissertation). Indiana State University, ProQuest Dissertations Publishing.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bryman, A. (2007). Effective leadership in higher education: A literature review. *Studies in Higher Education*, 32(6), 693-710. <https://doi.org/10.1080/03075070701685114>
- Dijk, T. A. van. (1981). Discourse studies and education. *Applied Linguistics*, II(1), 1-26. <https://doi.org/10.1093/applin/II.1.1>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Govorukha, N. (2009). Strategicheskiye aspekty upotrebleniya tautologicheskikh vyskazyvaniy v dialoskom diskurse) Diskursologiya i lingvistika tekstu. [Strategic aspects of tautology usage in dialogue discourse. Discoursology and linguistics of the text]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, 848, 110-113.
- Grice, P. (1975). *Logic and conversation*. In P. Cole, & J. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics, 3: Speech Acts* (pp. 41-58). New York, NY: Academic Press, Retrieved from <https://www.ucl.ac.uk/ls/studypacks/Grice-Logic.pdf>
- Hymes, D. (1974). *Foundations of sociolinguistics: An ethnographic approach*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Jucker, A., & Taavitsainen, I. (Eds.) (2020). *Manners, norms and transgressions in the history of English: Literary and linguistic approaches [Pragmatics & Beyond New Series, 312]*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.312>
- Lakoff, G. (1973). *Hedges. A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts*. Retrieved from <https://escholarship.org/uc/item/0x0010nv>
- LaMagdeleine, D. R., Maxcy, B. D., Pounder, D. G., & Reed, C. J. (2009). The context of university-based educational leadership preparation. In M. D. Young, G. M. Crow, J. Murphy, & R. T. Ogawa (Eds.), *Handbook of research on the education of school leaders* (pp. 129-156). New York, NY: Routledge.
- Leech G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. London, New York: Longman.
- Meyer, E. (2014). *The culture map: Breaking through the invisible boundaries of global business*. New York, NY: Public Affairs.
- Miller, C. (1984). Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*, 70, 151-167.
- Molodcha, N. S. (2021). Administrativno-akademicheskii diskurs i yego zhanrovyye osobennosti (na materiale publichnykh vustupleniy rukovoditeley amerikanskikh i britanskikh vuzov) [Administrative and academic discourse and its genre peculiarities (based on the official statements of the leading American and British university leaders). *Sovremennye podkhody k metodologii lingvisticheskikh i linguodidakticheskikh issledovaniy* (pp. 62-93). Kharkov: People's Ukrainian Academy. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5047832>
- Molodcha, N., Khilkovska, A. (2022). Yazykovye sredstva vyrazhenyya krytyky v kommunykatsyy lyderov akademicheskikh soobshchestv [Language means of expressing criticism in the communication of academic community leaders]. *Tezy dopovidey KHXI naukovoyi konferentsiyi z mizhnarodnoyu uchastyu "Karazins'ki chytannya: Lyudyna. Mova. Komunikatsiya"* (pp. 46-48). Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv national university. Retrieved from <file:///C:/Users/natal/Downloads/1643824169651651.pdf>

- Nagy, E. (2014, August 4). Drew Gilpin Faust has attacked Harvard's diversity problem. *Fast Company Newsletters*. Retrieved from <https://www.fastcompany.com/3031331/drew-gilpin-faust>
- Partch, J. J., & Kinnier, R. T. (2011). Values and messages conveyed in college commencement speeches. *Current Psychology*, 30(1), 81-92. <http://doi.org/10.1007/s12144-011-9101-6>
- Pocheptsov, G. (1986). *Osnovy pragmaticheskogo opisaniya predlozheniya* [Foundations of pragmatic description of the sentence]. Kyiv: Vyssha shkola.
- Searle, J. R. (1975). Indirect speech acts. In P. Cole, & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics*, Vol. 3, Speech Acts (pp. 59-82). New York: Academic Press.
- Shevchenko, I., Alexandrova, D., & Gutorov, V. (2021). Impoliteness in parliamentary discourse: a cognitive-pragmatic and sociocultural approach. *Cognition, communication, discourse*, 22, 77-94. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-22-05>
- Shevchenko, I., & Gutorov, V. (2019). A cognitive-pragmatic perspective on apologies in English and Ukrainian discourse. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, IV(2), 301-341. Retrieved from https://lartis.sk/wp-content/uploads/2019/11/ShevchenkoGutorov_Issue-2_2019.pdf
- Sifianou, M., & Blitvich, P. G.-C. (2019). Im/politeness and discursive pragmatics. *Journal of Pragmatics*, 145, 91-101. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.03.015>
- Tarasova, O. (2020). Sinergetika i nauka o yazyke: kontseptsii i printsipy sinergetiki v lingvisticheskikh issledovaniyakh, provodimykh v KHGU «NUA» [Synergistics and science about the language: concepts and principles of synergistics in language studies held in People's Ukrainian academy]. *Vcheni zapiski HGU NUA*, 25, 302-314. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3707942>

Sources of illustrations

- Bacow, L. S. (2020, May 6). Statement on issuance of final title IX rule by the U.S. Department of education. Retrieved from <https://www.harvard.edu/president/news/2020/statement-on-issuance-of-final-title-ix-rule-by-the-u-s-department-of-education/>
- Bacow, L. S. (2020, May 30). What I believe. Retrieved from <https://www.harvard.edu/president/news/2020/what-i-believe/>
- Bacow, L. S. (2020, June 21). Racist email attack. Retrieved from <https://www.harvard.edu/president/news/2020/racist-email-attack/>
- Bacow, L. S. (2020, July 7). Statement from President Bacow on ICE guidance issued today. Retrieved from <https://www.harvard.edu/president/news/2020/statement-from-president-bacow-on-ice-guidance-issued-today>
- Faust, D. (2018, March 26). Response to the Report of the task force on inclusion and belonging. Retrieved from <https://www.harvard.edu/president/news-faust/2018/response-to-the-report-of-the-task-force-on-inclusion-and-belonging/>
- Faust, D. (2018, June 12). Defending diversity. Retrieved from <https://www.harvard.edu/president/news-faust/2018/defending-diversity>
- Richardson, L. (2017, September 6). Statement from Louise Richardson, Vice-Chancellor. Retrieved from <https://www.ox.ac.uk/news/2017-09-06-statement-louise-richardson-vice-chancellor>
- Richardson, L. (2018, October 2). Vice-Chancellor's oration 2018. Retrieved from <https://www.ox.ac.uk/news/2018-10-02-vice-chancellors-oration-2018>

СТРАТЕГІЇ КРИТИКИ ТА НЕСХВАЛЕННЯ В АДМІНІСТРАТИВНО-АКАДЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Наталія Молодча

кандидат філологічних наук, доцент,
Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»
(вул. Лермонтовська, 27, Харків, 61024, Україна);
дослідник у Віденському економічному університеті
(Welthandelsplatz 1, 1020, Відень, Австрія);
e-mail: natalia.molodcha@gmail.com;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8467-6408>

Ася Хільковська

доцент, Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»
(вул. Лермонтовська, 27, Харків, 61024, Україна);
e-mail: asia.khilkovska@gmail.com;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1659-9428>

Анотація

У статті розглядається проблема комунікативних стратегій передачі критики та несхвалення, які використовують ректори провідних американських та британських університетів у системі звернень апелятивного жанру. Результати дослідження вказують на те, що дискурсивна репрезентація керівників ВНЗ, які критично оцінюють ті чи інші рішення та події, формує мовну та соціокультурну комунікативну жанрову систему, гармонізація якої досягається ефективними риторико-комунікативними засобами. Апелятивні жанрові висловлювання адміністративно-академічного дискурсу характеризуються динамізмом застосування стратегій позитивної та негативної ввічливості, а також регулярністю відтворення ціннісно центричних аргументів, що актуалізує систему цінностей академічних спільнот США та Великої Британії. Дискурсивна поведінка головних адміністраторів університетів містить риторику, що апелює до логіки, емоцій адресата (пафос) і ґрунтується на аргументах етосу, поєднуючи це з лексико-стилістичними засобами, які «загрожують обличчю» адресата, та стратегічною тавтологією для забезпечення значущості системи цінностей академічної спільноти. Теми, завдання та тактичні засоби, що визначені у зверненнях керівників університетів, роблять серйозний внесок у формування концептуального середовища англомовної академічної спільноти. Результати цього дослідження деталізують дискурсивно-жанрову специфіку адміністративно-академічного дискурсу, а також стратегії несхвального (конфліктного) дискурсу. Комунікативна ідентичність лідерів американських та британських ВНЗ сформована на перетині системи цінностей і стратегічного характеру комунікації, тому може слугувати моделлю лідерської комунікації та ресурсом підвищення компетентності сучасних академічних лідерів.

Ключові слова: адміністративно-академічний дискурс, апелятивний жанр, дискурс-аналіз, стратегія критики та несхвалення, теорія ввічливості.

Cognition, communication, discourse. 2022, 25: 33-51.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-03>

Received 02.10.2022; revised and accepted 25.11.2022

UDC 811.112.2'373.7'255

**ЦИТУВАННЯ ШЕКСПІРА
В НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ:
ЕКОЛІНГВІСТИЧНИЙ ПІДХІД**

Наталія Оніщенко*

кандидат філологічних наук, доцент,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
(майдан Свободи, 4, Харків 61022, Україна);

e-mail: n.a.onishchenko@karazin.ua;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9387-4991>

Тетяна Смоляна

кандидат філологічних наук, доцент,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
(майдан Свободи, 4, Харків 61022, Україна);

e-mail: smoliana83tatiana@ukr.net;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6628-2707>

Як цитувати: Оніщенко, Н., & Смоляна, Т. (2022). Цитування Шекспіра в німецькомовній лінгвокультурі: еколінгвістичний підхід. *Cognition, communication, discourse*, 25, 33-51. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-03>

Анотація

Статтю присвячено дослідженню особливостей ептонімізованих цитат Вільяма Шекспіра у німецькій мові в межах транслінгвального аспекту еколінгвістичного підходу до вивчення мовно-мовленнєвих явищ. Еколінгвістика уможливує вивчення буття мови у поєднанні одиниць мови та мовлення з геополітичними, історичними, соціальними, психологічними чинниками. В термінах цього підходу англійська мова вважається «надважкою» за чисельністю носіїв, а значить такою, що може здійснювати вплив на мови з нижчою чисельністю, наприклад «важку» німецьку. Метою роботи є дослідити особливості цього впливу на прикладі цитат з творів найвідомішого британського письменника усіх часів Вільяма Шекспіра, які адаптовано німецькою лінгвокультурою і які мають власні формальні та функціональні характеристики на сучасному етапі розвитку німецької мови. Німецькомовні версії ептонімізованих цитат Шекспіра є результатом когнітивних, історичних та соціокультурних чинників адаптації нових знакових явищ до мовного середовища-приймача. Транслінгвальний аспект еколінгвістики уможливує пояснення використання ептонімізованих одиниць англійської мови та культури в контексті і засобами німецької мови як мови-приймача, де ці одиниці набувають специфічних характеристик. Встановлення цих характеристик є метою представленої роботи, яка вивчає як об'єкт цитати з творів Вільяма Шекспіра, що набули на німецькомовному ґрунті якостей крилатих висловів (ептонімізовані цитати) або навіть демонструють схильність до фразеологізації. Завданнями роботи є визначення шляхів, якими цитати Шекспіра потрапляють до німецької лінгвокультури, встановлення структурно-семантичних особливостей вживання ептонімізованих цитат Шекспіра у сучасних німецькомовних Інтернет-дискурсах, опис основних функцій таких цитат Шекспіра в згаданих дискурсах з урахуванням чинника креолізації тексту.

Розгляд соціо-історичного підґрунтя інтеграції творчості Шекспіра в німецькомовну лінгвокультуру дозволив виявити основні чинники популяризації цитат та їх проникнення до мовної

свідомості носіїв німецької мови. Цими чинниками є переклади творів Шекспіра німецькою мовою, театральні постановки, запозичення і обробки сюжетів Шекспіра німецькомовними письменниками, входження творів британського автора до обов'язкових освітніх програм. За формальними ознаками виокремлюються точні цитати у фразеологічному значенні без вказівки на першоджерело, точної цитати у фразеологічному значенні із вказівкою на першоджерело, точні цитати у фразеологічному значенні інтенційно без вказівки на джерело, цитатія з трансформаціями та недослівна цитатія без інтендованої трансформації. Такі цитати виконують інформативну, орнативну, атрактивну та людичну функції.

Ключові слова: адаптація, вербалізація, еколінгвістика, епонімізована цитата, Інтернет-дискурс, креолізація, лінгвокультура, транслінгвальний аспект.

1. Вступ

Серед іншомовних авторів Вільям Шекспір вважається найпопулярнішим та найцитованишим серед носіїв німецької мови (*Die große Chronik-Weltgeschichte*, 2008, р. 271). Це пов'язано з особливим місцем Шекспіра в німецькомовній культурі, завдяки якому німці вважають британського драматурга “своїм”.

Насамперед сама німецька література зазнала вирішального впливу Шекспіра на етапі формування класицизму. Й.-Е. Лессінг 1758 року був одним із перших, хто запропонував, щоб німецькі драми творилися за зразком шекспірівських, а не французьких. Але справжнє “онімення” класика відбулося лише в часи “Бурі і натиску”, а саме через Г.-В. фон Герстенберга та Й.-Г. Гердера, які підкреслюють геніальність Шекспіра як творця художнього світу. У результаті Шекспіром надихаються Й.-В. Гете (наприклад, “Тетц фон Берліхінген”), Й.-М.-Р. Ленц (“Солдати” або “Гофмайстер”), Ф.М. Клінгер (“Близнюки”) або Й.-Ф. Шиллер (“Розбійники”). Взагалі можна вважати, що провідні теми “Бурі і натиску” – родові конфлікти, суперництво – продиктовані спадком Шекспіра.

Теза про цитованість Шекспіра у сучасних творах масової культури (кіно та телебаченні) пролунала, зокрема, на засіданні Німецького шекспірівського товариства у Веймарі (2019 р.) на прикладі аналізу шекспірівських алюзій у низці фільмів та телесеріалів з метою придання сучасним творам «вагомості, авторитетності» (Nurtsch, 2019).

Пряме та непряме (через німецьких класиків) цитування Шекспіра, представленість автора в збірках цитат, афоризмів, навіть у фразеологічних словниках є масивними. Так, на авторитетному сайті Aphorismen.de (Aphorismen, Zitate, Spruche und Gedichte (n.d.) з наявних 250.000 цитат 1040 належать Шекспіру, що робить його безумовним лідером серед авторів незалежно від мови оригіналу цитати.

Ці чинники викликали інтерес дослідників до феномена “німецького Шекспіра”. Дослідження літературного спадку Барда німецькомовними літературо- та театрознавцями розпочалося ще в 19-му столітті. Рецепції Шекспіра на театральній сцені Німеччини та Австрії, перекладам творів Шекспіра німецькою присвячено і низку сучасних робіт (Manski, 2011; Schrickx, 1992; Paulin, 2003; Dedner, 2013; Blinn, 1982; Dehrmann, 2015; Hauptmann, 1915; Herder, 2014). У літературознавстві об'єктом досліджень стають висловлювання про В. Шекспіра німецьких діячів культури (Х. Блінн), окремі твори зі спадщини Шекспіра (Л. Ледер, Х. Леман), рецепції шекспірівських творів німецькими письменниками різних епох (М. Брунхорст, Р. Симінгтон, М. Корсен, Г. Шульц), значення Шекспіра у німецькій літературі окремого періоду в цілому (Ф. Гундольф, К. Штайгер). Літературна спадщина В. Шекспіра є і на сьогодні актуальним матеріалом лінгвістичних розвідок Харківської лінгвістичної школи. Так, діяхронічні трансформації метакомунікативного аспекту мовленнєвого акту 16 ст. на прикладах творів В. Шекспіра ілюструються І. С. Шевченко (Shevchenko, 2016). Для її послідовників, а саме Ю. Матюхіної, Л. Михайлової, Т. Биценко, О. Ваховської, Г. Поліної, В. Турченко (Shevchenko, 2016) та інших, твори відомого драматурга слугували ілюстративним матеріалом дослідження системи фатичної метакомунікації у англомовному дискурсі, історичної динаміки експресивів негативної емоційності XVI–XX ст., мовної об'єктивації концептів БОГ, ГРІХ,

еволюції директивних мовленнєвих актів, тощо. Саме твори “Ромео та Джульєтта”, “Макбет”, “Отелло”, “Юлій Цезар”, “Гамлет” є зразком розмовної мови XVI ст. та початком становлення жанру драматургії.

При цьому поза увагою лишається лінгвальний прояв низки чинників адаптації шекспірівських творів та цитат з них на новому мовному ґрунті. Інколи адаптація досягає граничних показників, як у випадку з цитатами *Gut gebrüllt, Löwe!* “точно, добре сказано” (жартів.) або *Hohle Töpfe haben den lautesten Klang* “дурні люди найголосніше сперечаються” (пейор.) кодифікованими низкою німецьких фразеологічних словників як *Redensart*, тобто фразеологічна одиниця, без вказівки на першоджерело.

Оскільки як шекспірівські теми і герої, так і власне цитати з творів класика починають жити в німецькомовній лінгвокультурі власним життям, вважаємо за доцільне застосувати до вивчення феномена ептонімізації (перетворення на крилаті вислови) німецьких версій шекспірівських цитат еколінгвістичний підхід, який враховує природну взаємодію комплексу лінгвальних та екстралінгвальних чинників. Спроба з’ясування причин і форм ептонімізації цитат британських класиків (зокрема, Оскара Вайлда та Бернарда Шоу) (Onishchenko, 2017, 2018) довела валідність транслінгвального підходу, який дозволяє врахувати чинник інтерлінгвальної взаємодії. **Гіпотетично** низка цитат Шекспіра зазнала в процесі адаптації в німецькомовній лінгвокультурі ептонімічних якостей, тобто набула статусу крилатих виразів зі своїми формально-структурними та функціональними проявами.

Таким чином, **об’єктом** дослідження, що пропонується, є ептонімізовані цитати Вільяма Шекспіра – цитати з перекладених німецькою мовою творів автора, що є широко вживаними в німецькій лінгвокультурі і адаптованими нею. Такі цитати вивчаються на предмет причин, що сприяли їх ептонімізації, особливостей їх вживання в сучасних медійних дискурсах та виконуваних ними функцій. **Метою** дослідження є окреслення групи ептонімів Шекспіра, визначення соціокультурних причин їхньої вживаності, встановлення сфер їх вживання та структурно функціональних особливостей у сучасній німецькій лінгвокультурі. Для досягнення цієї мети було поставлено **завдання**: 1) визначити шляхи входження цитат Шекспіра до німецької лінгвокультури, що впливають на процес їхньої ептонімізації; 2) схарактеризувати структурно-семантичні особливості вживання ептонімізованих цитат Шекспіра у сучасних німецькомовних Інтернет-дискурсах, що продемонстрували найбільшу кількісну схильність до прийому таких цитат – публіцистичному (онлайн-версії газет та журналів, Інтернет-новини), рекламному та дискурсі соціальних мереж; 3) встановити основні функції ептонімізованих цитат Шекспіра в цих дискурсах.

Дослідження механізмів адаптації іншомовних цитат німецькомовною лінгвокультурою з урахуванням історичних, соціальних та лінгвальних чинників є **актуальним**, оскільки використовує методологічні засади еколінгвістики, яка співвідносить мовні сутності з середовищем, у якому вони застосовуються, виходить зі здатності мови впливати на людину та життєві події, визначає причини та форми мовної різноманітності та характеризується міждисциплінарністю та інтеграційністю як наука про взаємозв’язок мови і мислення людини в усіх сферах її діяльності.

2. Методологія, методи, алгоритм і матеріал дослідження

Зміст мовних одиниць формується під впливом сукупності контекстних чинників – відношень між знаками семіотичних систем (одно- або різнорідних), між знаками та матеріальною дійсністю, між знаками та користувачами, соціокультурним та когнітивним світом останніх. Соціокультурні та когнітивні фактори завжди чинять свій вплив на дискурс як первинну даність мови (Morozova, 2015, p. 164). Саме тому методологічна база еколінгвістики використовує лінгвістичні методи, які відповідають цілям і задачам еколінгвістичного підходу до мовних та мовленнєвих явищ. Комплекс методів дослідження, який використовувався в процесі вивчення явища ептонімізації цитат Шекспіра в німецькомовній лінгвокультурі,

охоплює загальнонаукові методи аналізу, синтезу, спостереження, лінгвістичні методи суцільної вибірки, дискурс-аналізу, структурного аналізу, функційний метод.

Вивчення історичної динаміки перекладів, цитування та постановок/екранізацій творів Вільяма Шекспіра дозволило визначити основні чинники ептонімізації. На першому етапі нашого дослідження методом аналізу мово-, літературо- та мистецтвознавчих джерел з'ясовано причини ептонімізації цитат Шекспіра у німецькомовній лінгвокультурі та сформульовано їх методом синтезу. На другому етапі методом суцільної вибірки з ептонімічних джерел німецької мови (словників та збірок афоризмів, цитат та ін. (перелік див. нижче) було виокремлено вживані цитати Вільяма Шекспіра. Для цього задіяно дані Шекспірівського товариства Німеччини, яке підкреслює підвищену вживаність 16 цитат Шекспіра, а також статистику пошукових машин онлайн-збірок цитат та афоризмів, яка відображає найбільш шукані користувачами цитати. Таким чином, було виокремлено 34 найбільш вживаних носіями німецької мови цитати Шекспіра. До них застосовано метод ептонімічної ідентифікації, який розроблено нами і використано за аналогією з методом фразеологічної ідентифікації, запровадженого у вжиток Ш. Баллі. Так, метод фразеологічної ідентифікації оснований на різних типах фразеологічних значень, співвідношенні елементів до всієї структури, також він допомагає виділяти фразеологізми серед складних слів та словосполучень. Процедура, на якій ґрунтується цей метод, має включати встановлення наявності або відсутності коефіцієнта фразеологічної стійкості (яка властива і ептонімам). Наявність переосмислення компонентів ептоніму, його зовнішня та внутрішня немодельованість є ознакою того, що цитата перебуває в процесі ептонімізації, або цей процес уже завершено. При високому коефіцієнті фразеологічності, при відсутності зовнішніх ознак цитатності (лапок, ідентифікатора автора, ввідних кліше) ептонім може розвиватися далі в напрямку фразеологізації. На третьому етапі методом зіставлення вихідного та кінцевого тексту з'ясовано цільові особливості вживання цитат Шекспіра у сучасних німецькомовних дискурсах загальною кількістю понад 1000 вживань, серед яких виявлено кількісну перевагу таких вживань у дискурсах Інтернет-новин, Інтернет-реклами та соціальних мережах (застосування елементів методу кількісного аналізу). На четвертому етапі методи структурного та інтерпретаційного аналізу тексту дозволили встановити наявність можливих трансформацій цитат та вплив цих трансформацій на рецепцію тексту. На п'ятому етапі метод функційного аналізу уможливив визначення функцій вживання цитат Шекспіра у згаданих дискурсах. Для цього задіяні елементи аналізу мультимодальних текстів (зокрема, аудіо-візуальний аналіз) для роботи з креолізованим матеріалом.

Джерелами матеріалу ептонімізованих цитат Шекспіра у контексті сучасних дискурсів були передусім Інтернет-версії провідних періодичних видань німецькомовних країн та матеріали з популярних сайтів новин (див. джерела ілюстративного матеріалу). Авторство цитат встановлювалося на підставі прямої згадки імені Вільяма Шекспіра у досліджуваному тексті або за допомогою німецькомовних друкованих та електронних словників та збірок цитат і афоризмів ("Der große Duden", "Datenbank der 75.000 Aphorismen", "Das große Z", "Die Zitate-Welt", "Aphorismen.de", "Zitate online", "Zitate und Sprüche" тощо). Крім того, аналіз цитатного матеріалу здійснювався за допомогою творів німецьких авторів, що цитували Шекспіра (див. п. 5.1).

3. Обґрунтування доцільності методології

Еколінгвістична парадигма, що в останні роки становить альтернативу антропоцентризму, сягає корінням до лінгвокультурологічних теорій Е. Сепіра та В. фон Гумбольдта. Екологізм є загальнонауковою методологічною настановою, згідно з якою людина є органічною клітинкою життя на землі у цілому і не має пріоритету стосовно середовища свого існування (Morozova, 2015). Екологізм втілювався у низці природничих та гуманітарних наук, до яких приєдналась лінгвістика, яка апелювала до різних методів при аналізі мови, так виникла інша

наука – еколінгвістика. Еколінгвістичний підхід сам по собі зумовлює власне трактування антропоцентризму, де екологізація наукових знань є процесом формування екологічного мислення, де індивід свідомо прилаштовується під закони біосфери і визнає людину не як власника природи, а як її повноправного члена. Таким чином, екоцентричність відмовляється від ієрархічної картини світу і пріоритет віддається її багатогранності та гармонійному співіснуванню.

Засновником сучасної екології мови є Е. Хауген. Науковець визначає особливості взаємодії різних складових і рівнів національної мови між собою, а також у свідомості носія та в багатомовному суспільстві (Haugen, 1972, p. 325).

Також у зарубіжній еколінгвістиці вирізняють два напрями: екологію мови та екологічну лінгвістику (Fill, 1998, p.3). Вважається, що слід вирізнити не єдину екологію мови, а чотири: *символічну екологію мови* (фокус уваги на екосистемну взаємодію між знаковими системами у певному ареалі та у свідомості індивіда-білінгва); *природну екологію мови* (вивчення зв'язку між мовою та матеріальною дійсністю); *соціокультурну екологію мови* (вивчення відношень, в яких мова перебуває з соціальними та культурними силами, які формують умови для комунікації індивідів і спільнот); *когнітивну екологію мови* (аналіз когнітивних здібностей людини, які зумовлюють її поведінку у різних ситуаціях) (Morozova, 2015, p. 258-259). Також в еколінгвістиці прийнято виділяти два рівні: макроеколінгвістику й мікроеколінгвістику. Мікроеколінгвістика вивчає структуру мовних систем. На такому рівні структура системи, включаючи фонологію, морфологію та синтаксис, визначається, описується та пояснюється. Метою мікроеколінгвістики є мовний аналіз з особливою увагою до структури мовних систем. Макроеколінгвістика зосереджується на проблемах суспільного, національного й світового значення (Semenets, 2013, p. 175).

Одне з ключових положень еколінгвістики наголошує, що мова та мовні структури розглядаються не як існуючі лише самі для себе одиниці, а як система окремих структур, що взаємодіє з навколишнім середовищем, і вивчення мови окремо від її природного та культурного оточення є неможливим (Harge, 1999, p. 91-118). За визначенням Дж. Венделя (Wendel, 2005, p.51), “екологічний підхід до мови враховує комплексну мережу зв'язків між оточенням, мовами і людьми, що цими мовами послуговуються”, причому під оточенням розуміється комплекс біологічних, фізичних і соціальних чинників.

Біологічні і соціальні чинники розвитку та взаємодії мов (через їх носіїв) враховує теорія, запропонована Л.-Ж. Кальве, де дослідник розподіляє мови світу на гіперцентральні, суперцентральні, центральні та периферичні та виступає за збереження лінгвістичних різновидів (внутрішнього та зовнішнього, горизонтального та вертикального) представляє на сьогодні гравітаційну модель мов (Calvet, 1999, p.75-99). Ця модель співвідноситься з найвищим рівнем екосфери, розкриває макросоціолінгвістичні відношення між різними мовами у світі, що дозволяє говорити про фундаментальну еколінгвістичну нерівність існуючих мов, їх ієрархію у континуумі від гіперцентральної мови до периферійної. Дослідником виокремлено також гомеостатичну, репрезентативну та трансмісійну моделі. Гравітаційна модель розкриває макросоціолінгвістичні відносини між різними мовами у світі; гомеостатична модель враховує регулювання мовних ситуацій з порушенням рівноваги; репрезентативна модель призначена для пояснення того, яким чином виражається лінгвістична небезпека/безпека; трансмісійна модель вивчає еволюцію мов та мовних ситуацій у діахронічному аспекті. Подібно до Л.-Ж. Кальве, С. Пуппель розподіляє мови за їхньою вагою, в залежності від кількості носіїв. За його класифікацією англійська потрапляє до категорії “надважких” мов (понад 100 мільйонів носіїв), німецька – “важких” (від 50 до 100 мільйонів носіїв). На прикладі експерименту, який вивчав взаємодію польської, англійської та німецької мови з'ясувалося, що польська та англійська знаходяться в суперстратних, а польська та німецька – в адстратних відношеннях (Puppel, 2007) – отже в транслінгвальній тріаді “рідна мова – світова мова – друга мова” (Wiertlewska, 2011, p. 141).

На відміну від С. Пуппеля, який називає транслінгвальними саме адстратні, «ненасильницькі» відношення між мовами, ми дотримуємося більш широкого розуміння, викладеного в роботі О. О. Семенець (Semenets, 2013, p. 175):

Говорячи про екологію мови, в ній можна виділити три аспекти: 1) інтралінгвальний, пов'язаний із культурою мови, стилістикою, риторикою. Він містить дослідження порушень правильності, ясності, логічності, виразності й інших комунікативних якостей мови. Це зусилля лінгвістів, спрямовані на плановий вплив чи послаблення негативних тенденцій у використанні мови й недопущення регресу мови в контексті збіднення виразних засобів; 2) інтерлінгвальний, пов'язаний із багатомовністю як середовищем існування окремої етнічної мови й проблемами зникнення мов і зменшення лінгвістичної різноманітності на Землі; 3) транслінгвальний, пов'язаний із використанням одиниць, засобів, реалій однієї мови, культури в контексті іншої мови, що належить до іншої культури в художній літературі, фольклорі, публіцистиці. Сюди відносимо цитування іноземних мікротекстів, практику перекладу. Безперечно, саме мова служить засобом трансляції культури. Різні форми інтеграції, мирне співіснування в цілому в сучасному світі повинно базуватися на діалозі культур і міжкультурній комунікації. [підкреслено нами – Н. О., Т. С.]

Таким чином, транслінгвальний аспект включає в себе не тільки стихійну взаємодію мов із запозиченням мовних продуктів (текстів), але й феномен їхнього переносу на інший ґрунт – переклад бо адаптацію. За В. Б. Скрябіною, переклад, що полегшує комунікацію, не порушує норм перекладу та передбачає активну відповідальність перекладача за інтерпретоване ним повідомлення» (Skriabina, 2015, p. 245), вважається екологічним. Тож дане дослідження залучає здобутки і екології перекладу, де фокус уваги зосереджено на впливі індивідуальних та соціальних чинників на переклад іншомовного тексту. Екосистема перекладу, правильність та гармонійність поетичного тексту дає змогу тексту оригіналу отримати нові відтінки та нове життя у мовному та соціокультурному просторі.

Транслінгвальний еколінгвістичний підхід вбачається доречним для нашого дослідження, оскільки цитування іноземних мікротекстів (у нашому випадку ептонімів), їхній переклад, лексична насиченість, адаптація в мові-приймачі є засобом трансляції культури та культурного діалогу.

4. Обґрунтування вибору матеріалу

Можна з упевненістю сказати, що німецька література запозичувала у Шекспіра і орієнтувалася у нього з 1770 року (Shakespeares Einfluß auf die Deutsche Literatur, n.d.). Але німецьке захоплення Шекспіром сягає корінням до 1604 року, коли англійські репертуарні трупи перетинали Ла-Манш, щоб виконати п'єси Барда, насамперед “Ромео та Джульєтта” по всій Європі та зокрема Німеччині. Про популярність драматурга і духовну спорідненість з німцями свідчить той факт, що тодішні глядачі і читачі називали Шекспіра Вільгельмом.

Незмінність актуальності тем, яких торкався в своїй творчості Шекспір, виражається в концептуальних домінантах його творів. Саме найбільш концентрованими вербалізаторами цих домінант і є ептонімізовані, широко вживані цитати класика. Згідно з проектом Aphorismen.de (Aphorismen, Zitate, Sprüche und Gedichte, n.d.), який понад 25 років об'єднує дослідників цитат, зафіксовані цим проектом понад 1000 шуканих користувачами мережі Інтернет цитат Шекспіра вербалізують концепти LIEBE/КОХАННЯ, MANN & FRAU/ЧОЛОВІК & ЖІНКА, ZEIT/ЧАС, FREUNDSCHAFT/ДРУЖБА, LEBEN/ЖИТТЯ, REDEN/МОВА, SCHICKSAL/ДОЛЯ, STERBEN/СМЕРТЬ – універсальні валоративи людства, чим, зокрема, пояснюється неминуща актуальність творів Шекспіра.

На думку дослідників з німецького Шекспірівського товариства (заснованого у Веймарі у 1864 році, раніше, ніж на батьківщині поета), найвідомішими шекспірівськими цитатами-вербалізаторами цих концептів німецькою мовою є такі (Morgenpost, 2016):

- *“Ein tiefer Fall führt oft zu höherm Glück.”* (“Cymbeline”, vierter Akt, zweite Szene)
- *“Ein jedes Ding hat seine Zeit.”* (“Komödie der Irrungen”, zweiter Akt, vierte Szene)
- *“Es gibt mehr Ding’ im Himmel und auf Erden als Eure Schulweisheit sich träumt.”* (“Hamlet”, erster Akt, fünfte Szene)
- *“Denn an sich ist nichts weder gut noch schlimm; das Denken macht es erst dazu.”* (“Hamlet”, zweiter Akt, zweite Szene)
- *“Wir wissen wohl, was wir sind, aber nicht, was wir werden können.”* (“Hamlet”, vierter Akt, fünfte Szene)
- *“Etwas ist faul im Staate Dänemarks.”* (“Hamlet, erster Akt, vierte Szene)
- *“Hohle Töpfe haben den lautesten Klang.”* (“Heinrich V”, vierter Akt, vierte Szene)
- *“Leben ist nur ein wandelnd Schattenbild.”* (“Macbeth”, fünfter Akt, fünfte Szene)
- *“Arm und vergnügt ist reich und überreich.”* (“Othello”, dritter Akt, dritte Szene)
- *“Wie arm sind die, die nicht Geduld besitzen!”* (“Othello”, zweiter Akt, dritte Szene)
- *“Wo Worte selten, haben sie Gewicht.”* (“Richard II”, zweiter Akt, zweite Szene)
- *“Doch niemand heilt durch Jammern seinen Harm.”* (“Richard III.”, zweiter Akt, zweite Szene)
- *“Gut gehängt ist besser als schlecht verheiratet.”* (“Was Ihr wollt”, erster Akt, fünfte Szene)
- *“Besser ein weiser Tor als ein törichter Weiser.”* (“Was Ihr wollt”, erster Akt, fünfte Szene)
- *“Gut gebrüllt, Löwe!”* (“Ein Sommernachtstraum”, fünfter Akt, erste Szene)
- *“Sein oder Nichtsein; das ist hier die Frage.”* (“Hamlet”, dritter Akt, erste Szene)

Ці ептонізовані цитати, а також низка інших часто шуканих користувачами мережі Інтернет (загальною кількістю 34), що вербалізують згадані концепти, і слугували безпосередніми одиницями вивчення. Результат пошуку цих цитат або їх фрагментів зі згадкою або без згадки автора в мережі Інтернет виявив, що найчастішими приймачами цих одиниць є жанри публіцистичного дискурсу (аналітичні статті в онлайн-версіях німецькомовних газет та журналів, сайти новин), Інтернет-реклама, а також соціальні мережі Facebook, Pinterest, TikTok та ін. Два останніх типи демонструють перевагу креолізованих текстів, причому зафіксовано три ступені креолізації: нульовий (текст без значущої візуальної складової), частковий (представленість як вербального, так і невербального значущого компонента), повний (відсутність вербальної складової при наявності невербальної).

5. Причини і результати ептонізації цитат Шекспіра

З огляду на довгу історію перекладів, театральних постановок, екранізацій, традицій читання та обговорення творів Вільяма Шекспіра, є підстави для висунення гіпотези, що історична періодизація «проникнення» мовної особистості британського класика до мовної свідомості носіїв німецької мови має свої якісні ознаки і здійснює вплив на особливості цитування творів автора у 21-му столітті.

5.1. Мовно-історичні етапи інтеграції мовної особистості Шекспіра в німецькомовний простір

У результаті вивчення звітів Шекспірівського товариства Німеччини, досліджень німецькомовних істориків літератури та літературознавців, театрознавців, культурологів (див. Література) було виокремлено такі різні за історичною періодизацією та якісним наповненням етапи становлення шекспірівського слова німецькою мовою, як переклади, системні театральні постановки, цитування та творчі обробки шекспірівських сюжетів німецькомовними авторами, буття творів Шекспіра частиною обов’язкових освітніх програм, яке забезпечило майже стовідсоткове знайомство носіїв німецької мови з мовною особистістю класика.

1) переклади

Першими ‘імпортерами’ п’єс Вільяма Шекспіра у німецькомовну культуру були мандрівні театри, які надзвичайно вільно поводитися з оригіналами. Перший збережений переклад було виконано пруським дипломатом у Лондоні в 1741 році. Однак цей переклад “Юлія Цезаря” було зроблено олександрійськими віршами замість білих. Цей перший переклад підготував підґрунтя для “німецького Шекспіра”: у 1760 році поет Крістоф Мартін Віланд вирішив перекласти Шекспіра повністю, і до 1766 року він переклав 22 драми. Насправді класичні німецькі переклади з’явилися в епоху романтизму. Август Вільгельм Шлегель розпочав грандіозний проєкт романтичних перекладів Шекспіра в 1796 році, однак після 1810 року він відмовився від подальших перекладацьких спроб. Саме Шлегелю належить класична форма перекладу найвідомішої цитати з “Гамлета” *To be or not to be – that is the question – Sein oder nichtsein – das ist hier die Frage* [підкреслено нами – Н.О., Т.С.]. Робота Шлегеля була продовжена між 1812 і 1833 рр. під редакцією поета-романтика Людвіга Тіка (1773-1853 рр.), але фактично перекладацьку роботу виконували його донька Доротея Тік і Вольф Граф Бодіссін, чие ім’я офіційно не фігурує в підписах під перекладами – Schlegel-Tieck.

Поет Еріх Фрід, борець проти нацизму, змушений емігрувати до Лондона, переклав 27 п’єс Шекспіра. Його тексти вважаються найбільш читабельними (Welt.de, 2016). Нарешті, єдиний німецькомовний перекладач, якому дійсно підкорився весь спадок Шекспіра, Франк Гюнтер, перекладав Барда з 1970-х років. Повне видання було завершено у 2017 році драмою “Perikles, Prinz von Tyros” .

2) постановки на театральній сцені

Перше серйозне й успішне виконання п’єс Шекспіра було здійснено Гойфельдом близько 1773 року у Відні. П’єса була, що вельми показово, “Гамлет”. Пізніше в Гамбурзі Шредером поставлено також “Гамлета” в різних версіях близько 1776 року, слідом пішли інші п’єси. Спільним у всіх цих постановках було те, що вони були переказами. Наприклад, “Гамлет” не помер у кінці, сюжет затягувався і т.д. Після цього постановки поступово відбувалися на інших сценах, наприклад у Бамберзі, Веймарі, Берліні. У якості театрального режисера тричі поставив Гамлета Гете: один раз за перекладом Віланда-Ешенбурга, один раз в адаптації Шредера і один раз у перекладі Шлегеля. “Юлій Цезар” також виконувався у перекладі Шлегеля, майже без змін. Але врешті решт вгору взяли адаптації (“по мотивах”). Наприклад, постановка “Макбета” Шиллера більше десяти років мала успіх у Веймарі та інших місцях. (Шиллер, однак, робить ранкову пісню зі сцени з привратником, та вносить інші зміни). Після 1815 року починається ажіотаж у Берліні навколо зображень шекспірівських персонажів завдяки постановкам Деврієнта (Shakespeares Einfluß auf die Deutsche Literatur, n.d.). Нарешті, у 1887 році у Веймарі вийшла збірка драм Шекспіра у перекладі Шлегеля, адаптованих для німецької сцени. Вистави за шекспірівськими творами з’являються на німецьких сценах щороку частіше, ніж у Великій Британії (за даними Гете-Інституту 2010 року), є навіть копії театру Глобус у Нойсі та Швєбіш-Халлі. Щосезону в Нойсі German Globe пропонує програму шекспірівських постановок німецькою та англійською мовами.

3) творчі обробки шекспірівських сюжетів класиками німецької літератури та сучасними авторами

Шекспіра вважають “третім німецьким класиком” на театральній сцені, поряд з Гете та Шиллером (у 1960-і роки до цієї тріади доєднався Б. Брехт) (Shakespeare inszeniert, 2015). Вплив Вільяма Шекспіра на веймарський класицизм став, наприклад, темою “Днів Шекспіра 2004” в Німеччині, що проходили під девізом “Гете-Шиллер-Шекспір: три веймарські класики”.

Одним з пояснень цьому є наявні у Шекспіра ренесансні відсилки на Овідія та Гомера, чийми шанувальниками були й німецькі романтики та класицисти. Тож цитування Шекспіра Гете, Шиллером, Віландом є проявом пошани однодумців: віршована драма “Оберон” Віланда заснована на мотивах “Сну в літню ніч”, мотиви “Гамлета” прочитуються у ‘королівській’ драмі “Валленштейн” Шиллера і численних творах Гете, включаючи “Фауста” і абсолютний пік гетівської рецепції Шекспіра – романі “Учнівство Вільгельма Майстера”. Його головний

герой детально вивчає “Гамлета” і навіть виконує його з театральною трупю. Сформульовані в романі погляди на характер драми Шекспіра (пояснення характеру, з’ясування походження Гамлета і передісторії) впливали на оцінку “Гамлета” німецькомовним соціумом аж до 20 століття (Shakespeares Einfluß auf die Deutsche Literatur, n.d.).

Відомий німецький драматург Георг Бюхнер писав в одному зі своїх листів: “...я більше орієнтуюся на Гете чи Шекспіра, але дуже мало на Шиллера”. Досліджено, що в “Смерті Дантона” нараховується така кількість шекспірівських ремінісценцій: на “Гамлета” 18, на “Юлія Цезаря” 12, на “Генріха VI. Частина друга” 11, на “Макбета” 10, на “Короля Ліра” і “Річарда III” по 9, “Генріха IV. Частина перша” 8, “Ромео і Джульєтту” 7, “Міра за міру” 6. Інша п’єса, “Леонс і Лена” (включаючи фрагменти чернетки) нараховує 5 цитат з “Гамлета”, 3 з “Ромео і Джульєтти”, по 2 з “Макбета”, “Венеціанського купця” і “Багато шуму з нічого”. Нарешті, найвідоміше творіння Бюхнера “Войцек” демонструє 9 цитат з “Отелло”, 5 з “Макбета”, 3 з “Короля Ліра”, 2 з “Гамлета” (Dedner, 2013, p. 115-6).

Постмодерністські погляди на шекспірівські мотиви пропонують Арно Гольц та Йоганнес Шлаф у ‘новелі’ “Папа Гамлет” або Гайнер Мюллер у “Гамлет-машині”, де оповідь розвивається не лінійно, а ризоматично, Гамлетів у п’єсі двоє, а інші персонажі також є результатом постмодерністської деконструкції.

Шекспір привніс у сучасну літературу мотив влади – його драми, що ілюструють шлях можновладців до вершини, їхню взаємодію з помічниками і ворогами, актуальні і для 21 століття. Так, у шекспірівському ключі зловживання владою описує лауреатка премії фонду Конрада Аденауера Петра Морсбах у повісті “Der Elefant im Zimmer” (2020), а ще один лауреат цієї премії, Мартін Мозебах, висвітлює велич і нікчемність влади в романі “Krass” (2021). Наративи Офелії простежуються у віршах сучасних німецькомовних поетес – Гільди Домін, Улли Ган, Сари Кірш, Барбари Колер.

4) облігаторне проникнення сюжетів і цитат Шекспіра до мовної свідомості широких мас

Шекспір входить у списки обов’язкової літератури в німецькомовних гімназіях з 19 століття, але увага до автора зростає разом із підвищенням лінгвосоціального статусу англійської мови у ФРН після Другої світової війни. Наразі до списку програмних творів належать “Ромео та Джульєтта”, “Отелло”, “Сон літньої ночі”, “Гамлет”, “Макбет”. “Венеціанський купець”. Феномен ‘текстового насильства’, який спостерігається завдяки облігаторності текстів Шекспіра, стає основою для подальшого використання шекспірівських цитат у людичній функції (див. п. 5.3). Яскравою ілюстрацією реакції на ‘текстове насильство’ є сцена з популярного німецького художнього фільму “Fack ju Göte” (Dagtekin, 2014) (в укр. перекладі “Вчитель на заміну”). Не найкращі, максимально далекі від світової літератури учні гімназії імені Гете (поряд з Шекспіром це прізвище створює в фільмі додатковий комічний ефект) обирають для участі в театральному конкурсі п’єсу “Ромео та Джульєтта” і осучаснюють її молодіжним сленгом:

ROMEO

*Die Sau ist tot. Ich dreh durch!
Wieso hast du die Überdosis
genommen. Vielleicht klebt noch
Etwas Koks an deinen Lippen.*

(brüllt)

Dann will ich auch sterben.

JULIA

Romeo? Du scheiß Junkie.

ROMEO

*Ти що, відкинулась, рідненька?
Жахливий передоз,
і на губах твоїх
лишився кокс.*

(кричить)

Тоді мені хана.

ДЖУЛЬЄТТА

Ромео? Дідьків ти обдовбань.

(переклад Каскад Україна)

Упізнаваність сцени забезпечується в німецькому оригіналі (як і в українському перекладі фільму) лексичною та частково фонетичною схожістю з перекладами оригінального шекспірівського твору:

*Noch schwebt die purpurne Fahne der Schönheit
auf deinen Lippen und Wangen* (переклад А.-В. Шлегеля)
*Рум'янець твоїй
Ще на устах, на щоках пламеніє* (переклад І. Стешенко)

Згадані чинники, у результаті акумуляції результатів мовленнєвої діяльності в німецькомовній лінгвокультурі, гіпотетично впливають на особливості вживання цитат Шекспіра, їх ептонімізацію та фразеологізацію на сучасному етапі розвитку лінгвокультури.

5.2. Способи цитування Шекспіра в сучасному німецькомовному просторі

Робота із заявленими як матеріал обраними ептонімізованими цитатами з творів Вільяма Шекспіра здійснювалася через пошукові інструменти мережі Інтернет, за допомогою яких було встановлено основні дискурси-приймачі цитат у мовленнєвому онлайн-середовищі. Такими є публіцистичний дискурс (жанри аналітичних статей та новин), рекламний дискурс (жанри оголошень, анонсів, онлайн-каталогів товарів), дискурс соціальних мереж (жанри віртуальних постів та статусів). За формальними показниками, такі як точність цитати, наявність посилання на автора, з урахуванням семантичної складової (пряме або фразеологічне значення) було виявлено такі способи цитування:

- Використання точної цитати у фразеологічному значенні без вказівки на першоджерело

- (1) *Die Laboruntersuchungen zur Herkunft der Holzkohle sind wichtig, um dem Raubbau in Urwäldern und gegebenenfalls falschen Produktkennzeichnungen und Siegeln auf die Schliche zu kommen. Wenn der Anbieter, auch auf mehrmalige Nachfrage, keine Angaben zur Herkunft des Holzes macht, dann ist in der Regel etwas faul im Staate Dänemark.* (Grillkohle im Test: Zwei Marken kassieren “mangelhaft”, 2022)

У прикладі 1 цитата “*Підгнило щось у Данській королівстві*” використовується у фразеологічному значенні і вимагає у адресата знання першоджерела для адекватного розуміння критичних висловлювань на адресу несумлінних виробників вугілля для грилю.

- Використання точної цитати у фразеологічному значенні (частіше в сильних позиціях тексту – заголовку, епіграфі, коді) із вказівкою на першоджерело

- (2) *SEIN ODER NICHTSEIN*
Die Ukraine steht vor dieser historischen Frage. Und sie hat sich entschieden. [...]
An dieser Stelle weiß ich mir kein richtiges Wort mehr, das der Tragödie in der Ukraine gerecht werden könnte. Daher lasse ich einen anderen sprechen. Es sind die richtigen Worte in diesen Tagen. Sie stammen aus dem Jahr 1602 und haben mehr denn je Gültigkeit.
“Sein oder Nichtsein; das ist hier die Frage: Obs edler im Gemüt, die Pfeil und Schleudern. Des wütenden Geschicks erdulden oder, sich waffnend gegen eine See von Plagen, durch Widerstand sie enden?” Hamlet, William Shakespeare (1602) (Schwarz, 2022)
- (3) *Fünf Staffeln hat Eliza Clark für ihre „Y: The Last Man“-Saga veranschlagt, dafür muss die bisher noch etwas hüftsteife, zwischen Action-Anspruch und Drama schwankende Serie ein Publikumserfolg werden. Es könnte helfen, etwas barmherziger und humorvoller mit dem einen Kerl umzugehen, übrigens der Sohn eines Shakespeare-Professors. Ach, armer Yorick. (Muss eine Welt ohne Machos und Mansplaining zwangsläufig im Chaos enden?, 2022)*

У наведених прикладах також наявна подальша/попередня пряма (приклад 2) і опосередкована (приклад 3) вказівка на першоджерело в тексті.

- Використання точної цитати у фразеологічному значенні інтенційно без вказівки на джерело з метою створення мовно-концептуальної гри

(4) *Kraftfahrer streikten. Ihnen folgten Totengräber — Ach, armer Yorick! — und die Müllabfuhr.* (Kühnicke, 2022)

У тексті новин, присвяченому страйкам, серед страйкуючих категорій робітників вказано могильників – за чим слідує іронічна ремінісценція сцени на кладовищі з “Гамлета”

(5) *Politserie “Borgen” ist wieder da: Es ist etwas faul im Staate Dänemark* (Politserie “Borgen” ist wieder da: Es ist etwas faul im Staate Dänemark, 2022)

У прикладі із заголовку критичної статті актуалізується пряме, географічне значення частини виразу “датська держава”, адже в тексті йдеться про невдале повернення в ефір популярного датського політичного шоу “Borgen”.

Схожий приклад (6), однак, обертає вираз через заперечення на повну протилежність: автор підкреслює, що зі щепленнями проти COVID-19 в Данії справи набагато краще, ніж у Німеччині, тож “підняти” могло саме в Німеччині.

(6) *In Dänemark sei es den Menschen in der Pandemie vergleichsweise gut gegangen, weil Maßnahmen, wann immer möglich, gelockert wurden. Es ist also nichts faul im Staate Dänemark, im Gegenteil. Es ist beneidenswert, wie vernünftig unsere Nachbarn mit Corona umgehen – beim Impfen wie beim Lockern.* (Ist da was faul im Staate Dänemark?, 2022)

Відомість виразу дозволяє скорочувати форму, не роблячи її при цьому менш упізнаваною (приклад 7):

(7) *Zum Schluss von Corona: Etwas ist faul im Staate* (Finanznews aus Zürich, 2022)

Можливо, найпопулярніша цитата *Sein oder Nichtsein, das ist hier die Frage* (“Hamlet”, dritter Akt, erste Szene) так само у скороченому вигляді *Sein oder Nichtsein* є, зокрема, назвою фільму американського режисера німецького походження Ернста Любіча, а також роману Клауса Поля.

- Цитатія з трансформаціями (фонографічними, лексичними тощо)

Трансформований вигляд згадана цитата *Sein oder Nichtsein* отримала в назві посібника Д. Карлсона для дизайнерів-початківців “*DESIGN oder nicht SEIN*”. Однак, через більшу схильність англійського оригіналу до фонографічних трансформацій, саме його пародійні версії є вживаними в німецькому мовному середовищі: *2 beer or not 2 beer; 2 b || 2 b; To pee or not to pee.*

- Недослівна цитатія без інтендованої трансформації (гри слів, тощо)

Популярна цитата *Ein jedes Ding hat seine Zeit* (“Komödie der Irrungen”, zweiter Akt, vierte Szene) у різному лексико-синтаксичному оформленні наводиться в численних заголовках, епіграфах, назвах літературних та лірико-музичних творів (напр. назви пісні Й. Гаферкампа та В. Вальріха “*Alles Ding hat seine Zeit*” (2020) або рок-гурту Puhdys “*Alles hat seine Zeit*” (2005).

Згадані типи цитатії виконують у досліджуваних жанрах дискурсу низку функцій. Основні з цих функцій демонструють залежність від того, чи набуває цитата трансформацій і чи креолізованим є текст.

5.3. Функції шекспірівських цитат в німецькомовних Інтернет-дискурсі

Найчастіше в мережі Інтернет зустрічаються окремі, не вбудовані в інший текст та не трансформовані цитати Шекспіра у вигляді зображень на нейтральному фоні з вказівкою на автора (Рис. 1а, тексти з нульовою креолізацією). Інколи ім'я автора замінюється його портретом, що передбачає знайомство адресата із зовнішнім виглядом Шекспіра (Рис 1б, тексти з частковою креолізацією). Такі мультимодальні тексти виконують насамперед інформативну функцію:

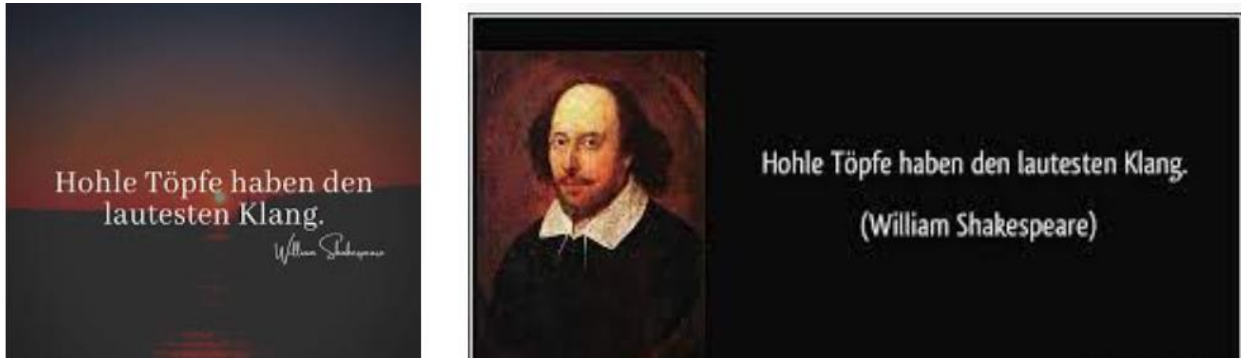


Рис. 1а, б. Цитата Шекспіра в інформативній функції (Facebook)

Однак у мультимодальному модусі переважає орнативна функція цитати, коли остання слугує додатковою “прикрасою” посту або фото в соціальних мережах, наприклад *Wenn man nicht weiß, wohin man will, so kommt man am weitesten...* (без вказівки на автора) (Рис. 2а); *Liebe alle. Vertraue wenigen. Tue keinem Unrecht.* (із вказівкою на автора) (Рис. 2б).

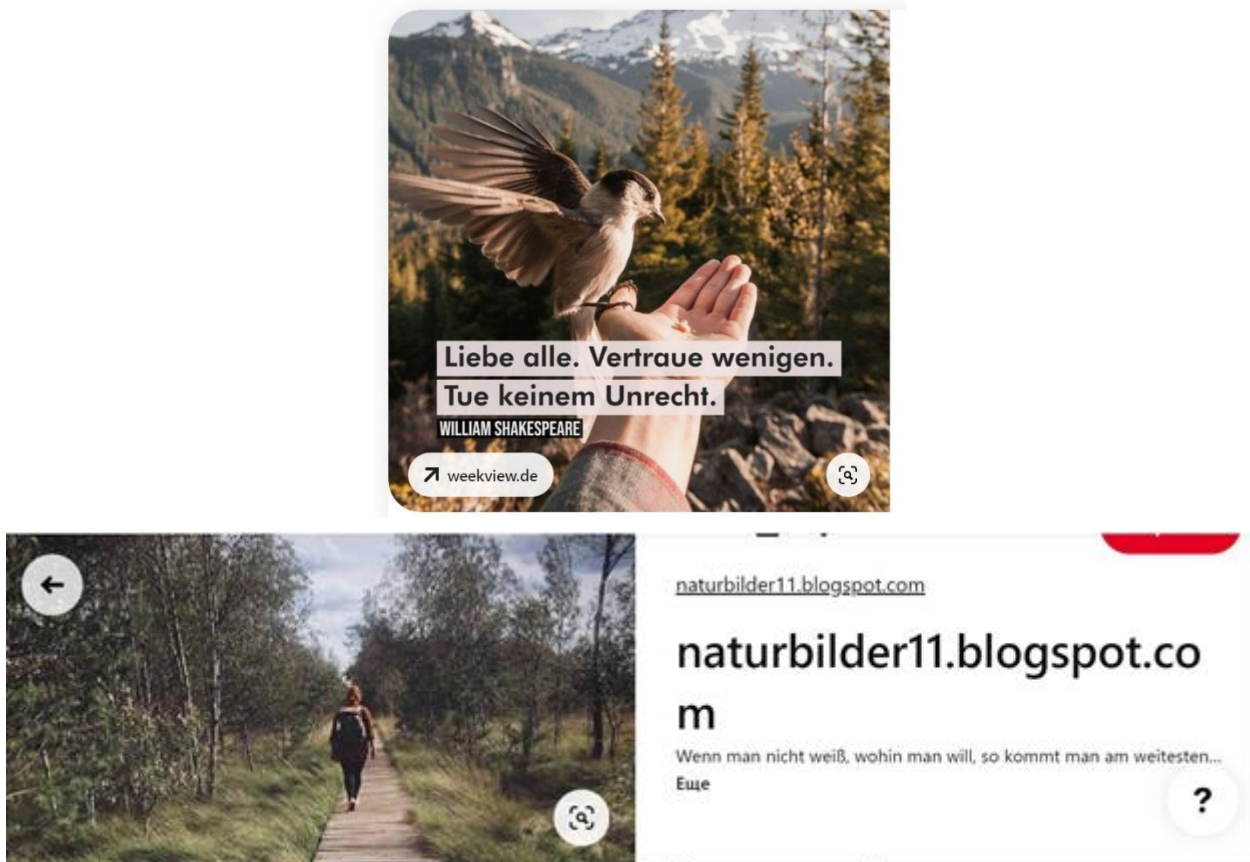


Рис. 2а, б. Цитата Шекспіра в орнативній функції ([pinterest.com](https://www.pinterest.com))

Ознакою орнативності цитат Шекспіра можна також вважати їх часту появу на матеріальних об'єктах, насамперед листівках, футболках, кухлях, аксесуарах, широко представлених на комерційних Інтернет-сторінках. Саме у взаємодії з такими артефактами досягається апогей орнативної функції, яка в цьому випадку поєднується з людичною, – при відсутності вербального компонента мультимодального тексту (повна креолізація). У такому випадку зображення не лише прикрашає артефакт, але й є своєрідним викликом для адресата візуальної інформації, наскільки повною може бути ідентифікація ним першоджерела. Приклад на Рис. 3 – зображення 'бідного' Йорика:



Рис. 3. Повністю креолізована цитата Шекспіра в орнативно-людичній функції (canstockphoto.com)

Цитатам, розмішеним на артефактах, властива і атрактивна функція, особливо, якщо цитата трансформована і цим привертає до себе увагу. Цитата в рекламному дискурсі, переважно в частково креолізованому тексті, привертає увагу до товару (комерційна реклама) бо події (анонс, оголошення) завдяки своїй упізнаваності. Так, музично-літературний салон Гофманнсталь анонсує зустріч з легендарною співачкою Крістою Людвіг за допомогою цитати з "Комедії помилок" (Рис.4):



Рис. 4. Цитата Шекспіра в атрактивній функції (Jedes Ding hat seine Zeit, 2018)

Для трансформованих цитат, окрім орнативної та атрактивної функції, характерна також людична функція. Причому йдеться про трансформації як позначення, так і позначуваного.

Щодо формальної трансформації, найпродуктивнішим виявилось гамлетівське *Sein oder Nichtsein...* в повній або скороченій формі, набувши в німецькій мові статусу модельованого утворення за формулою *X oder nicht X*:



Рис. 5. Цитата Шекспіра в людичній функції (Bild-ID: 210517, n.d.)

На Рис. 5 ігровий компонент доповнюється зображенням (частково креолізований текст) самого Шекспіра, який «зважує» за і проти щеплення від COVID-19.

У випадку трансформації значення йдеться про деме́тафоризацію – вживання у буквальному сенсі виразу, який в оригіналі має метафоричне значення. Зафіксоване фразеологічними словниками значення виразу *Gut gebrüllt, Löwe* ‘точно, добре сказано’ (жартів.) у поєднанні із зображенням лева, що ричить, актуалізує пряме значення виразу – ‘добре рикнув, леве!’.

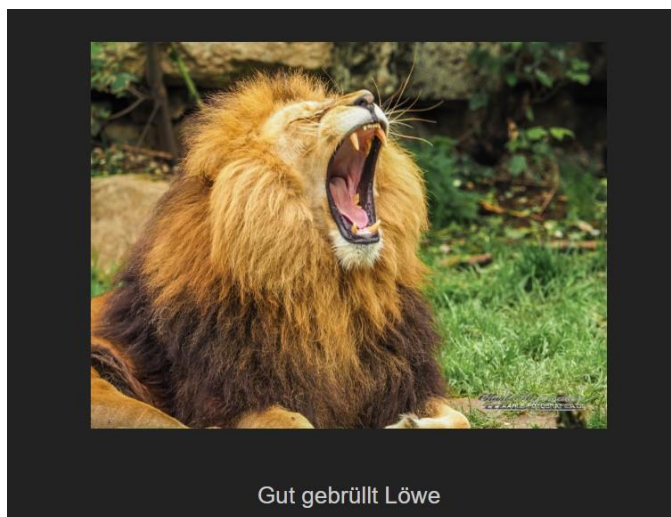


Рис. 6. Цитата Шекспіра в людичній функції (TikTok)

Найчастіше деме́тафоризація забезпечується візуальним компонентом (Рис. 6) частково креолізованого тексту.

6. Висновки

Ептоніми як словосполучення або речення, асоційовані з постаттю автора, поряд з фразеологізмами та мікротекстами різних жанрів є вагомими носіями лінгвікультурного знання. Ептонімізовані цитати іншомовного походження є свідченням діалогу культур, який на сучасному етапі розвитку філологічного знання ефективно описується в термінах еколінгвістики – філологічної парадигми, що враховує чинник середовища, зовнішнього оточення, властивості якого накладають свій відбиток на об'єкт дослідження та змінюються під впливом об'єкту, що знаходиться у ньому. Еколінгвістична парадигма враховує і соціо-історичний контекст як визначальний для ситуативності мови.

З позицій транслінгвального підходу, який позиціонує англійську мову як 'надважку', англійська мова і лінгвокультура в цілому має здійснювати вплив на мови кількісно нижчого порядку, до яких належить і німецька ('важкий' рівень). Це пояснює феномен Вільяма Шекспіра – однієї з найвпливовіших постатей англійської лінгвокультури – у німецькомовній літературі, театрі, сучасній масовій культурі. Цей вплив відбувається не лише через твори автора в цілому, але й через окремі цитати, які вкоренилися в німецькомовній лінгвокультурі, почали функціонувати окремо від тексту джерела (процес ептонімізації) і подекуди втрачати зв'язок з іменем автора (процес фразеологізації). Розгляд соціо-історичного підґрунтя інтеграції творчості Шекспіра в німецькомовну лінгвокультуру дозволив виявити основні чинники популяризації цитат та їх глибокого проникнення до мовної свідомості носіїв німецької мови. До них належать переклади творів Шекспіра німецькою мовою, театральні постановки, запозичення і обробки сюжетів британського класика німецькомовними письменниками, входження творів Шекспіра до обов'язкових освітніх програм.

Найуживаніші з шекспірівських цитат вербалізують концепти, що є універсальними валоративами, що пояснює їхню вживаність у сучасних Інтернет-дискурсах. В окремих жанрах німецькомовного Інтернет-дискурсу зустрічаються використання точної цитати у фразеологічному значенні без вказівки на першоджерело, використання точної цитати у фразеологічному значенні із вказівкою на першоджерело, використання точної цитати у фразеологічному значенні інтенційно без вказівки на джерело, цитатія з трансформаціями та недослівна цитатія без інтендованої трансформації.

Кожен з видів цитатії тяжіє до виконання певних функцій, серед яких домінують інформативна (точні цитати з та без вказівки на першоджерело, тексти з частковою та нульовою креолізацією), орнативна (переважно точні цитати в частково та повністю креолізованих текстах), атрактивна (точні та трансформовані цитати в частково креолізованих текстах) та людична (цитати формальною або семантичною трансформацією).

Представлене дослідження є першою пробою пояснення причин і форм ептонімізації (а подекуди і фразеологізації) цитат англійського драматурга Вільяма Шекспіра. Так, концептосферу вживаних цитат встановлено кількісним способом, який потребує уточнення шляхом застосування мовознавчих методів. Також відкритим лишається питання, вербалізація яких концептів домінує в тому чи іншому дискурсі/жанрі, а також які типи трансформацій тяжіють до жанрів та/або функцій. Перспективним може також виявитися розширення каталогу німецькомовних дискурсів, у яких вживаються ептонімізовані цитати Вільяма Шекспіра.

Література

- Blinn, H. (Ed.) (1982). *Shakespeare-Rezeption: Die Diskussion um Shakespeare in Deutschland. Band 2: Ausgewählte Texte von 1741 bis 1788*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Calvet, J.-L. (1999). *Pour une écologie des langues du monde* [For an ecology of the languages of the world]. Paris: Plon.
- Dedner, B. (2013). "Alle Dichter wie Schulknaben". *Büchner und Shakespeare* ["All poets like schoolboys". *Buchner and Shakespeare*]. In: *Georg Büchner. Revolutionär mit Feder und*

- Skalpelli*, hrsg. von Ralf Beil und Burghard Dedner. [Katalog zur Ausstellung des Instituts Mathildenhöhe Darmstadt, 13. Oktober 2013 bis 16. Februar 2014]. Ostfildern, Deutschland: Hatje Cantz Verlag.
- Dehrmann, M.-G. (2015). Urgermanisch oder eingebürgert? Wie Shakespeare im 19. Jahrhundert zum "Deutschen" wird [Proto-Germanic or naturalized? How Shakespeare became "German" in the 19th century]. In C. Jansohn (Ed.), *Shakespeare unter den Deutschen* (pp. 15-31). Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Der "deutsche" Shakespeare: Vom Theater-Provokateur zum Opfer der Klassiklegende [The "German" Shakespeare: From the theater provocateur to the victim of the classical legend] (1996). *Shakespeare inszeniert: Das westdeutsche Regietheater und die Theatertradition des >dritten deutschen Klassikers<* (pp. 15-85). Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110929027-002>
- Die große Chronik-Weltgeschichte: Absolutismus, Aufklärung und Revolution [The great chronicle world history: absolutism, enlightenment and revolution] (2008). *Bd. 11. [1648-1793]*. Detlef Wienecke-Janz Wissenmedia Verlag.
- Fill, A. (2001). Ecolinguistics. State of the art 1988. In A. Fill & P. Mühlhäusler (Eds.), *The Ecolinguistics Reader: Language, Ecology and Environment* (pp. 43-54). London, New York: Continuum.
- "Gut gebrüllt, Löwe": 16 Shakespeare-Zitate zum Todestag (2016, April 24). *Morgenpost*. Retrieved from <https://www.morgenpost.de/vermischtes/article207462977/Gut-gebruehlt-Loewe-16-Shakespeare-Zitate-zum-Todestag.html>
- Harré, R., Brockmeier, J., & Mühlhäusler, P. (1999). *Greenspeak: a study of environmental discourse*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Haugen, E. (1972). *The ecology of language*. Stanford: Stanford University Press.
- Hauptmann, G. (1915). Deutschland und Shakespeare. *Jahrbuch der Deutschen Shakespeare-Gesellschaft*, 51, vii-xii.
- Herder, J. G. (2014). Shakespear [Shakespeare]. In H. Korte (Ed.), *Herder. Goethe. Frisi. Möser. Von deutscher Art und Kunst* (S. 69-94). Stuttgart: Reclam.
- Mansky, M. (2011). Die frühe Shakespeare-Rezeption im josephinischen Wien. Überlegungen zur kritischen Haltung der Aufklärer Joseph von Sonnenfels und Cornelius von Ayrenhoff [The early reception of Shakespeare in Josephine Vienna. Reflections on the critical attitude of the enlighteners Joseph von Sonnenfels and Cornelius von Ayrenhoff]. *Modern Austrian Literature*, 44(1/2), 1-18.
- Morozova, O. I. (2015). Ekolohichnyi pidkhid do analizu nepravdyvykh vyslovlen [Ecological approach to analyzing deceptive utterances]. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*, 55, 258-166.
- Nurtsch, C. (2019, April 29). Shakespeare: aktuell und unerschöpflich [Shakespeare: topical and inexhaustible]. *Deutsche Welle*. Retrieved from <https://www.dw.com/de/shakespeare-aktuell-und-unersch%C3%B6pflich/a-48524490>
- Onishchenko, N. A. (2017). Eptonimy O. Vailda v nimetskii movi: ekolinhvistychnyi pidkhid [Eponyms by O. Wilde in the German language: Ecolinguistic approach]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, 86, 144-152.
- Onishchenko, N. A. (2018). Kontseptosfera tsytat z brytanskoi literatury v nimetskii movi: ekolinhvistychnyi aspekt (na materialii eptonimiv O. Vailda ta Dzh. B. Shou) [Concept sphere of British literature quotations in German: an ecolinguistic approach (based on eponyms by O. Wilde and G. B. Shaw)]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, 88, 112-120.
- Paulin, R. (2003). *The critical reception of Shakespeare in Germany 1682–1914. Native Literature and foreign genius*. Hildesheim, Zurich, and New York: Georg Olms Verlag.
- Puppel, S. (2007). Interlingwalizm czy translingwalizm? Interkomunikacja czy transkomunikacja? Uwagi w kontekście współistnienia języków naturalnych w ramach globalnej wspólnoty

- kulturowo-językowo-komunikacyjnej [Interlingualism or translanguaging? Intercommunication or transcommunication? Notes on the coexistence of natural languages within the global cultural, linguistic and communicative community]. In S. Puppel (Ed.), *Spoleczeństwo-kultura-język. W stronę interakcyjnej architektury komunikacji* (pp. 79-94). Poznań: Katedra Ekokomunikacji UAM.
- Schrickx, W. (1992). Shakespeare On The German Stage: Volume I: 1586–1914. By Simon Williams. Cambridge: University Press, 1991. Pp. xiii 245 illus. £27.50. *Theatre Research International*, 17(2), 161-162. <https://doi.org/10.1017/S0307883300016345>
- Semenets, O. O. (2013). Linhvokoloheia ta problemy movnoho vyrazhennia suspilnykh tsinnostei [Linguistic Ecology and the Problems of Lingual Expression of Social Values]. *Nova filolohiia*, 58, 174–177.
- Shakespeare und seine Übersetzer [Shakespeare and his translators] (2016). *Welt.de*. Retrieved from <https://www.welt.de/kultur/literarischewelt/gallery154592790/Shakespeare-und-seine-Uebersetzer.html>
- Shakespeares Einfluß auf die Deutsche Literatur (n.d.). *William Shakespeare. Und der Rest ist Schweigen* [Shakespeare's influence on German literature. William Shakespeare. And the rest is silence] [Web-Seite]. Retrieved from http://www.william-shakespeare.de/allgemein_einfluss_auf_deutsche_literatur.html
- Shevchenko, I. S. (2016). Evolutsionalnye mekhanizmy kognitivnoj semantiki. [Evolutional mechanisms of cognitive semantics]. *Cognition, communication, discourse*, 13, 131-141. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2016-13-07>
- Skriabina, V. B. (2015). Ekolohiia perekladu yak novyi napriam suchasnoi linhvistyky [Ecology of translation as a new trend in modern linguistics]. *Naukovyi visnyk Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Ser.: Filolohichni nauky (movoznavstvo)*, 3, 245-249.
- Wendel, J. (2005). Notes on the ecology of language. *Bunkyo Gakuin University Academic Journal*, 5, 511-516.
- Wiertlewska, J. M. (2011). Ecolinguistic approach to foreign language teaching on the on the example of English. *Glottodidactica* (vol. XXXVII, pp. 141-151) Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/236660383_Ecolinguistic_approach_to_foreign_language_teaching_on_the_example_of_english_Glottodidacticavol_XXXVII_2011
- Джерела ілюстративного матеріалу**
- Aphorismen, Zitate, Sprüche und Gedichte (n.d.). *Aphorismen. de*. Retrieved from <https://www.aphorismen.de/>
- Dagtekin, B. Fack Ju Göhte: Drehbuch (2014). *Deutsche Drehbücher der Deutschen Filmakademie*. Retrieved from https://issuu.com/deutschefilmakademie.v./docs/dfa-drehbuch_2014_fack_ju_goethe/51
- Finanznews aus Zürich (2022, February 3). *Insideparadeplatz.ch*. Retrieved from <https://insideparadeplatz.ch/2022/02/03/zum-schluss-von-corona-etwas-ist-faul-im-staat/>
- Grillkohle im Test: Zwei Marken kassieren “mangelhaft” (2022, July 23). *Ruhr24.de*. Retrieved from <https://www.ruhr24.de/service/grill-kohle-oeko-test-grillen-zwei-verlierer-holzkohle-testergebnis-holz-tropenholz-briketts-zr-91631591.html>
- Ist da was faul im Staate Dänemark? (2022, February 1). *Spiegel.de*. Retrieved from <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/news-des-tages-corona-polizistenmorde-olympische-winterspiele-a-627a7c59-aff8-405f-acd7-53176b6a6ebc>
- Jedes Ding hat seine Zeit (2018, May 29). *Haus Hofmannsthal*. Retrieved from <https://haus-hofmannsthal.jimdofree.com/2018/05/29/jedes-ding-hat-seine-zeit/>
- Kühnicke, B. Miauuuuuuuuuuuuuu! (2022, July 24). Retrieved from <https://www.musik-in-dresden.de/2022/07/24/miauuuuuuuuuuuuuu/>

- Muss eine Welt ohne Machos und Mansplaining zwangsläufig im Chaos enden? (2022, September 21). *Spiegel.de*. Retrieved from <https://www.spiegel.de/kultur/tv/y-the-last-man-muss-eine-welt-ohne-machos-und-mansplaining-nicht-zwangslaefig-im-chaos-enden-a-e11a15bb-8a73-4311-b7b5-a5c29810a49e>
- Politserie "Borgen" ist wieder da: Es ist etwas faul im Staate Dänemark (2022, June 2). *Kurier.at*. Retrieved from <https://kurier.at/kultur/medien/politserie-borgen-ist-wieder-da-es-ist-etwas-faul-im-staate-daenemark/402029618>
- Schwarz, A. (2022, February 27). Sein Oder Nichtsein. *Story.one*. Retrieved from <https://www.story.one/u/andreas-schwarz-19051/sein-oder-nichtsein>
- Bild-ID: 210517 (n.d.). *Stefan Roth* "STERO". Retrieved from <https://roth-cartoons.de/projekt/cartoon-comic-impfen/>

**SHAKESPEARE'S QUOTATIONS
IN GERMAN LINGUOCULTURE:
AN ECOLINGUISTIC APPROACH**

Nataliia Onishchenko

PhD in Linguistics, Associate Professor,
V. N. Karazin Kharkiv National University
(4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);
e-mail: n.a.onishchenko@karazin.ua;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9387-4991>

Tetiana Smoliana

PhD in Linguistics, Associate Professor,
V. N. Karazin Kharkiv National University
(4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);
e-mail: smoliana83tatiana@ukr.net;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6628-2707>

Abstract

The article deals with the features of eponymized quotations from William Shakespeare in German within the framework of the translingual aspect of the ecolinguistic approach to the study of linguistic and speech phenomena. Ecolinguistics makes it possible to study the existence of language in combination of language and speech units with geopolitical, historical, social, and psychological factors. According to this approach, English is considered "super-heavy" in terms of the number of native speakers, which means it can influence the languages with a lower number of native speakers, such as "heavy" German. The aim of the work is to study the features of this influence on the example of quotations from the works of the most famous British writer of all times, William Shakespeare, which are adapted by German linguoculture and which have their own formal and functional characteristics at the present stage of German language development. German versions of eponymized Shakespeare quotations are the result of cognitive, historical and socio-cultural factors of adaptation of new symbolic phenomena to the language environment-the receiver. The translingual aspect of ecolinguistics allows to explain the use of eponymized units of English language and culture in the context and by means of German as a receiving language, where these units acquire specific characteristics. The establishment of these characteristics is the purpose of the presented work, which studies as an object the quotations from the Shakespeare works that have acquired the qualities of winged expressions (eponymized quotations) on the German ground or even demonstrate a tendency to phraseology. The objectives of the work are to determine the ways in which Shakespeare's quotations fall into German linguoculture, to establish structural and semantic features of the use of eponymized Shakespeare quotations in modern German internet discourses, to describe

the main functions of such Shakespeare quotations in the mentioned discourses, taking into account the creolization factor of the text.

Consideration of the socio-historical basis for the integration of Shakespeare's work into German linguoculture allowed us to identify the main factors of popularization of quotations and their penetration into the linguistic consciousness of native German speakers. These factors include translations of Shakespeare's works into German, stage productions, borrowing and processing of Shakespeare's plots by German-speaking writers, and including the works by the British author into mandatory educational programs. According to the formal features, there have been distinguished exact citations in phraseological meaning without pointing to the primary source, exact citations in phraseological meaning with pointing to the primary source, exact citations in phraseological meaning intently without pointing to the source, citation with transformations and unspoken citation without intended transformation. Such quotes perform informative, ornative, attractive, and human functions.

Keywords: adaptation, creolization, ecolinguistics, eponymized citation, internet discourse, linguoculture, translingual aspect, verbalization.

Cognition, communication, discourse. 2022, 25: 52-64.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-04>

Received 01.10.2022; revised and accepted 25.11.2022

УДК 811.111'42

ДИГІТАЛЬНИЙ ДИСКУРС СЕРЕД БЛИЗЬКИХ І СПОРІДНЕНИХ ЯВИЩ

Анатолій Приходько*

доктор філологічних наук, професор,
Національний університет «Запорізька політехніка»
(вул. Жуковського, 64, Запоріжжя 69063, Україна);
e-mail: aprykhod777@gmail.com;

<https://scholar.google.com/citations?user=hZTG75IAAAAJ&hl=ru>

Наталія Лазебна

доктор філологічних наук, приват-доцент,
Вюрцбургський університет імені Юліуса Максиміліана
(Зандеррінг 2, 97070, Вюрцбург, Німеччина);
e-mail: nataliia.lazebna@uni-wuerzburg.de

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5886-693X>

Як цитувати: Приходько, А. & Лазебна, Н. (2022). Дигітальний дискурс серед близьких і споріднених явищ. *Cognition, communication, discourse*, 25, 52-64. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-04>

Анотація

Стаття присвячена дослідженню дигітального / цифрового дискурсу. Розмаїття різних типів такої важливої соціокультурної площини взаємодії сучасників, як дискурс потребує різнорівневого та багатовекторного його вивчення. Ця робота висвітлює теоретичні засади репрезентації сучасного дигітально орієнтованого дискурсу в гармонійному симбіозі з дійсним виявом його існування. У цій праці розмежовуються поняття «комп'ютерного дискурсу», «віртуального дискурсу» та «дигітального дискурсу» (ДД). Жанри віртуального дискурсу, такі, як класи онлайн-навчання, миттєві повідомлення, жанр відеоігор представлено як дотичні явища, що являють собою основну лінгвальну площину комунікативної взаємодії сучасників. Дигітальна орієнтованість цих новітніх соціолінгвальних явищ є інгерентною властивістю вияву прагматичних інтенцій клієнтів та агентів аналізованого дискурсу, які представлено у матриці їх компетентнісних характеристик. Увага приділяється спільним і відмінним властивостям споріднених типів дискурсу, їх параметрам і різнорівневим засобам, що їх аранжують. Виявлено інституційні та інституційно-типологічні характеристики англomовного дигітального дискурсу (АДД), умови комунікації та способи її організації; окреслено його соціалізаційну та комунікативну мету; розглянуто його гіперо- та гіпонімічний виміри; представлено стратегії подання та отримання інформації; виокремлено мікро-, мезо-, та макрорівні АДД.

Ключові слова: комп'ютерний дискурс, віртуальний дискурс, англomовний дигітальний дискурс, жанри віртуального дискурсу, клієнти / агенти дискурсу.

1. Вступ

Феномен “дигітальний дискурс” зрідка трапляється у спеціальній літературі. Натомість тут частіше фігурують близькі, але не тотожні йому поняття: “комп'ютерний дискурс” (Ahern et al., 1992, p. 292; Augello et al., 2012), “віртуальний дискурс” (Chun, 2008, p. 115–167), “дискурс інформаційних технологій” (Baum 1995, p. 140; Jones et al., 2009) та ін. Спільним знаменником

для них є факт їх комп'ютерної / технологічної опосередкованості. Визначення такого роду комунікації вирізняється дуалізмом трактувань – це і всі тексти комп'ютерної тематики (“фреймове” визначення), і багатожанровий різновид публічного мовлення, що виникає в Інтернет-середовищі (“сценарне” визначення).

Враховуючи аналіз напрацьованого у спеціальній літературі досвіду, феномен “дискурс”, на наше переконання, доцільно розуміти як багатоаспектне мовленнєве явище, у межах якого здійснюється вербальна комунікація в певній предметно-тематичній сфері. При цьому наголосимо, що дискурс і текст співвідносяться між собою як загальне та часткове. І в цьому сенсі між ними існують ті дистинктивні кореляції, які мовознавство традиційно проводить між мовленням і мовою, звуком і фонемою, словом і словоформою, висловленням і реченням. Абстракція “дискурс” набуває чинності лише у зв'язку з реально існуючими текстами. Саме ці основні фактори сприяють онтологізації дискурсу і дозволяють говорити про нього як про об'єктивно існуючу даність.

2. Методи і матеріал

У такому ракурсі дискурс виступає як складне мовленнєве утворення, в якому фокусуються, поєднуються, розчиняючись одне в одному, і взаємодіють три основні фактори його конститування – середовище, модус (режим) і стиль спілкування (Prikhodko, 2008, р. 41-42). Як показують емпіричні спостереження, саме ці три константи / принципи задають і зумовлюють ту типологію дискурсів, яка на сьогоднішній день є більш-менш визнаною лінгвістичним загалом і яка детермінується типом тієї соціальної активності людини, в рамках якої вона здійснюється і з цілями якої вона погоджується.

Принцип *середовище спілкування* генетично пов'язаний з хронотопною характеристикою комунікації – т. зв. комунікативним простором, у якому доцільно розрізнити топос (середовище і місце існування) та хронос (період, час протікання спілкування). Очевидно, до цих характеристик слід додати і субкультурний чинник спілкування, у зв'язку з яким можна говорити про різні типи чи реєстри дискурсу. Згадаємо лише деякі найбільш відомі з них: дискурси професійних страт (педагогічний, дипломатичний, спортивний, політичний, економічний, юридичний, медичинський), корпоративних і субкультурних страт (банківський, релігійний, езотеричний, сакральний, кримінальний), дискурси побутової комунікації (сімейний, дитячий, молодіжний, любовний) і віртуальної комунікації (казковий, комп'ютерний, форумний, чат-дискурс).

На підставі принципу *режим / модус спілкування* доцільно розрізнити такі його характеристики, як авторитарність / егалітарність, тоталітарність / демократичність, конфліктність / кооперативність, офіційність / дружність, чоловічість / жіночість тощо. Зрозуміло, що цей параметр дискурсу має пряме відношення до учасників спілкування – агентів і клієнтів дискурсу – з їх емотивністю та ввічливістю. При цьому особливе місце тут посідає етика спілкування і мовленнєвий етикет.

Принцип *стиль спілкування* пов'язаний насамперед з основними текстовими характеристиками дискурсу – характером текстів, які його конституують, їхніми генрологічними особливостями, жанровим розшаруванням, емотивністю текстових рефлексій тощо. Не останнє місце тут посідає й фактор “функційний стиль”, який дозволяє диференціювати дискурси на розмовно-побутові, офіційно-ділові, наукові, мас-медіальні та художні.

Нижче наводиться порівняльна матриця трьох найбільш представлених у сучасній науковій спільноті дискурсивних формацій інституційного типу, пов'язаних з ІТ-технологіями, що часто, але безпідставно стають синонімами у відповідній фаховій комунікації (табл. 1). Матриця якраз і буде підставою для всебічного зіставлення відповідних дискурсів.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця інституційних дискурсів у сфері ІТ-технологій

Дискурсивні параметри	Комп'ютерний дискурс	Віртуальний дискурс	Дигітальний дискурс
<i>Середовище спілкування і спосіб комунікації</i>			
віртуальність (електронний канал передачі інформації)	+	+	+
багатоканальність	+	+	+
комунікація у межах уявної реальності	+	+	+
змістовна модульність	-	+	+
<i>Режим / модус спілкування</i>			
дистанційність	+	+	+
об'єктна спрямованість	-	-	+
кодованість інформації	-	+	+
комп'ютерна етика і етикет	+	-	+
учасники дискурсу: агенти і клієнти	Людина ↔ Людина	Людина ↔ Машина ↔ Людина	Людина ↔ Машина
анонімність учасників	+ / -	+ / -	+ / -
креативність учасників	+	мультимедійна	цифровізована
<i>Стиль спілкування та його учасники</i>			
гіпертекстуальність	+	+	+
анімованість	-	-	+
креолізованість текстового простору	+	+	+
емотивність текстового простору	графічна	мультимедійна	+
жанрова гетерогенність / інконгруентність	+	+	
реципрокальна ролезмінюваність учасників	-	+ / -	+ / -
опосередкована агентивність	-	+	+

3. Комп'ютерний дискурс

Комп'ютерний дискурс (КД) найчастіше ототожнюють з дигітальним, що не зовсім правомірно, оскільки обидва вони співвідносяться між собою у гіперо-гіпонімічний спосіб. Конститутивними рисами КД є електронний сигнал, віртуальність, дистантність, опосередкованість, гіпертекстуальність, переважно статусна рівноправність учасників, специфічна комп'ютерна етика тощо (Loader, 2008).

При цьому основними жанрами КД, у рамках яких здійснюється спілкування, є електронна пошта / E-mail; електронні розмови – Чат / Chat, Forum; електронні дошки оголошень – BBS (Bulletin Board System); комп'ютерні конференції (телеконференції Usenet News і ехо-конференції) (DiMarco & DiMarco, 2003, p. 167). До цього можна додати новітні жанри: жанри комп'ютерних новин (сайти новин, різновид деяких PR-сайтів); загальноінформаційні жанри; науково-освітні та спеціальні інформаційні жанри (монографії, статті, інтерактивні навчальні курси); художньо-літературні жанри, що містять усі зацифровані твори світової класики (електронні книги, т. зв. есетатура); жанри, що оформлюють неспеціальне, непрофесійне спілкування (віртуальні ігри, живі електронні щоденники, чати, гостьові електронні книги і поштове листування); ділові й комерційні жанри (дошки рекламних оголошень, корпоративні сайти, банери тощо).

Визначаючи дискурс як поліаспектний різновид монологічного й діалогічного мовлення, що характеризується набором стилістично специфічних комунікативних засобів, можна звернути увагу на таку властивість, як лімітивність, що сповна стосується й комп'ютерного дискурсу. Дійсно, коло комунікантів тут обмежене, а набір кодкових абревіатур відомий лише учасникам спілкування в комп'ютерному середовищі. Специфікою такої комунікації є різноманітність тем, змішування різних лексичних шарів, поєднання наукових термінів і розмовних слів, піднесеної та грубої лексики тощо. Тож доцільніше говорити не про «комп'ютерну комунікацію», а про комунікацію, опосередковану комп'ютерними технологіями.

Можливо було би визначити комп'ютерний дискурс і як спілкування на комп'ютерну тематику в комп'ютерних мережах, підкреслюючи важливість змісту, а не каналу передачі. Однак потребують уточнення “види спілкування”, учасники “спілкування”, а також розширення меж “спілкування” і звернення до рівня комунікації, опосередкованого комп'ютерними технологіями. Конститутивні характеристики комп'ютерного дискурсу, такі, як віртуальність, гіпертекстуальність, анонімність, креолізованість, дистантність і уснописьмовий характер також можна розширити, адже важливий не лише зміст, а носії та розповсюджувачі лексики комп'ютерного спілкування – передусім люди, що професійно займаються цією діяльністю, “комп'ютерщики”.

Антропний підхід до визначення КД можна вважати виправданим, оскільки створення нових комп'ютерних термінів, етикету он-лайн-комунікації в цілому, обслуговування та реалізація КД відбувається за активної участі програмістів, системних адміністраторів, інженерів та ін.

У процесі комунікації інформація не констатується, а демонструється через смисли, які не обов'язково мають бути розпізнані та інтерпретовані клієнтом. Ця модель особливо актуальна й для визначення дигітального дискурсу, де будь-яка дія, бездіяльність, мова, мовчання можуть виявитися комунікативно значущими.

4. Віртуальний дискурс

Феномен “віртуальний дискурс” (ВД) інтегрує різні варіанти дискурсу, які можна іменувати жанрами (Tatsenko, 2009). Йдеться про відеоігри, віртуальні класи, онлайн-навчання, миттєві повідомлення, подкасти тощо (Goroshko & Zemlyakova, 2011, p. 225; Preston, 2014). Особливою характеристикою ВД є його *дигіталізована константність*, тобто відновлюваність і автоматичне збереження за умови відповідних налаштувань. У цьому випадку Машина “превалює” над Людиною, адже пересічний користувач не може видалити свої дані (тексти, переписку) із сервера.

Із огляду на глобальну трансформацію та цифровізацію взаємодії сучасників відбувається поступове формування ВД (Весіу, 2011; Herring, 2004), а також певне хеджування комунікантів, адже анонімність, персоніфікованість, особистісна орієнтованість, зміна ролей (клієнт – агент), з одного боку, свідчать про його ізольованість, а з іншого, – про дигітальну уніфікованість. Екстраполяція прагматичних настанов глобально цифровізованих текстів призводить до особистісно орієнтованої інтерпретації смислів, пошуку тлумачень у межах певної ментальності, екстралінгвальних чинників, а з іншого, – концентрує на собі увагу необмеженого соціокультурного простору та його учасників.

Комунікативна багатовекторність ВД (можливість одночасно брати участь у декількох інформаційних обмінах) є парадоксальною, адже фізична ізольованість учасників комунікації створює сприятливі умови для спілкування. З іншого ж боку, відбувається певний розрив уваги на одному співрозмовнику через залучення мультимодальних засобів, які опосередковують такий тип комунікації (Shevchenko, 2019, p. 16). Комунікативний шредінг (“подрібнення” комунікативного занурення учасників дискурсу) – це можливість бути “скрізь і ніде”, що ставить під сумнів першочерговість комунікації в офлайн. Комунікативна

таргетованість ВД є певною соціальною обесивністю учасників дискурсу, адже часто вони спілкуються не з конкретним комунікантом, а “говорять з усіма” (Arulanantham, 1998; Atlan, 1988; Grosz & Sidner, 1980; Rock, 1988).

Багатовекторність дискурсивних студій викликана нагальною потребою в охопленні певних соціокультурних феноменів та їх реалізації. Індивідуалізований фокус новітніх репрезентантів віртуального дискурсу створює умови глобальної цифровізованої комунікативної взаємодії.

Відеоігри як ідеальний полісеміотичний жанр ВД репрезентує взаємодію гравців, які у спілкуванні керуються певним світоглядом і демонструють певні прагматичні інтенції. У віртуальному світі відеоігор, який складається зі специфічно організованих штучних знаків, залучено письмову мову (*Stats, Identifier*), мовлення (*I see fire*), образ, музику, звук (кроки, постріли, шум тощо), дотик, орієнтованість у просторі (навушники, віртуальні окуляри, шолом тощо). Прагмаманіпулятивний вплив на гравців розробники відеоігор створюють через використання знаків, вдосконалений дизайн тощо.

Відеоігри як особливий тип інтерактивної взаємодії учасників ВД характеризуються такими рисами, як послідовність використання ніків і позначок для маркування черговості реплік користувачів; використання скорочень, еліпсів, каламбурів; наявністю акронімів, аббревіатур, неологізмів; нестандартного спелінгу, використання графіки, пунктуації, емотиконів; мультимодальна репрезентація текстових повідомлень; максими мети, ефективності повідомлення та максими ввічливості (Collister, 2008; Paul, 2012; Sierra, 2016).

Характеризуючи жанр *миттєвих повідомлень*, Барон підкреслює, що он-лайн мова не схожа ані на письмову, ані на розмовну, а є радше поєднанням обох (Baron, 2005). Вона виміряла частотність використання стереотипних мовних функцій в Інтернеті (скорочень) і виявила, що вони складають менше 1% слів. Вона пропонує використання інтонаційної одиниці в аналізі онлайн-дискурсу для подолання явища переривання висловлення в Інтернет-розмові (коли один користувач надсилає два повідомлення поспіль, які можна було б об'єднати в одне). Існує певна різниця між “поворотами” (хід клавіші Enter) і “послідовністю” (рядки тексту від одного користувача). Друга частина висловлення або другий зворот починаються зі сполучників чи прислівників і є певними “модифікаторами” (Baron, 2005; Hacking, 1991). Г. Мерчант говорить про поширене використання скорочень у спілкуванні засобами миттєвих повідомлень серед дівчат-підлітків.

Жанр *віртуальних класів* відбиває нову форму навчання і засвідчує особливу форму ВД / дискурсу онлайн-класу (Noort et al., 2012; Bazarova & Yuan, 2013; Kust, 2015; Mohebi, 2019; Tagg, 2012). Д. Боугер вказує на складність спілкування у віртуальних класах, оскільки немає безпосередньої взаємодії в реальному часі (Bolliger, 2009).

Студентам важко висловлювати свої думки та емоції лише текстом, тому використовується візуальне спілкування з такими елементами, як піктографічні та друкарські знаки або навіть мультимодульні надбудови («вбудоване» відео, аудіофайли тощо). С. Стансберрі зазначає, що асинхронне обговорення комп'ютерно опосередкованого навчального дискурсу свідчить про те, що студенти демонструють прийняття складніших рішень, більш активну участь і співпрацю (Stansberry, 2006).

Так, у власному авторському курсі “English for Professional Communication and Self-Development” (Н.В. Лазебна) студенти у відповідях використовували картинки, відеофайли, емотикони, різнокольоровий шрифт тощо. У вікні відповіді користувача є можливість завантажити відео- чи аудіофайл, зображення, друкований текст тощо. У такий спосіб студенти диверсифікують своє навчальне середовище так, що кожен з учасників може обирати найприйнятніший модус навчання. Опція Discussions була найпопулярнішою серед учасників курсу. Щодо автора курсу, то він виступає в ролі Агента, системного адміністратора, редактора, коригувальника та може виконувати будь-які налаштування. Опція Admin дозволяє прописувати код певного віртуального класу, коригувати його наповнення. У ВД Людина

може бути одночасно і агентом, і клієнтом такого дискурсу, взаємодіючи з Машиною та коригуючи управління останньою.

5. Дигітальний дискурс

Визначною рисою дигітального / числового дискурсу (ДД) є “дигіталізована соціальність”, адже швидкий розвиток комп’ютерних технологій і мережі Інтернет виокремили віртуальну комунікацію та надали їй особливого значення в сучасному світі. Прописування певних кодів мовами програмування та їх оформлення засобами природної мови свідчить про розширення меж інформаційного та технократичного простору (Holt, 2004, p. 189; Howard & Callero, 1991, p. 218).

Дигітальний дискурс робить простір спілкування сучасників ще більш розмаїтим, бо його агенти і клієнти (Людина і Машина) часто міняються ролями. Так, чатбот може бути повноцінним співрозмовником і сприйматися як людина чи як явище більш високого рівня – соціальні агенти або анімовані машини, коли людина на екрані машини може бачити персоніфікованого робота, здатного не лише до вербального, а й до невербального спілкування (Yan et al., 2016; Petukhova et al., 2014). При спілкуванні Людини з Машиною є й місце для образності, емоційності. Людина при певних повідомленнях чинить вплив на Машину, яка, у свою чергу, також має приклади створення текстів команд або текстів сугестивного впливу на читача (приклад команди для підрахунку слів, написаної мовою Python).

Інтернет і новітні технології пропонують великі можливості для експериментування, оскільки, будучи новим засобом комунікації, ДД ще не є остаточно стандартизованим. Саме тому цілком виправдано говорити про персональний Інтернет-дискурс як про особливий тип дискурсу, який формується в особистісно-орієнтованому комунікаційному просторі на перетині інституційного та віртуального типів дискурсу.

Разом із тим для кожного виду інституційного дискурсу характерна своя міра співвідношення між статусним і особистісним компонентами. В ДД особистісний фактор має досить велике значення. Моделюючи ДД, можна виділити три групи ознак: конститутивні, інституційні, типологічні.

Конститутивні ознаки ДД включають учасників, умови, організацію, способи і матеріал спілкування, тобто людей в їх статусно-рольових і ситуаційно-комунікативних ролях, сферу спілкування і комунікативне середовище, мотиви, цілі, стратегії, канал, режим, тональність, стиль і жанр спілкування і його лінгвосеміотичний базис. Інституційні ознаки ДД тяжіють до особливого типу комунікації, спілкування у своєрідних масках. Саме трафаретність спілкування принципово відрізняє інституційний дискурс (у т. ч. й ДД) від персонального. Інституційно-типологічні ознаки ДД розкриваються в типі суспільного інституту, який у колективній мовній свідомості позначений особливим ім’ям, узагальненим у ключовому концепті цього інституту. Тож доцільно спиратися на категорії прагмалінгвістики та теорію комунікації, які є базовими для ДД: умови комунікації, організація комунікації, способи комунікації, учасники комунікації.

Умовами комунікації у межах ДД є ситуація міжособистісного спілкування, зумовлена його цілепокладальною метою (постановка й вирішення задач, прийняття рішень, ентертейнмент, висловлення думки тощо), однак у межах ДД дигіталізованість є ключовою умовою. Організація комунікації відбувається за допомогою технічних засобів: комп’ютера, гаджетів, мультимедійних засобів, надаючи засоби дигіталізованої комунікації, які транслюють офлайн спілкування в онлайн формат, або асинхронний цифровізований формат. Способами комунікації у межах ДД є усна (аудіоповідомлення, коментарі, голосові відповіді, подкасти, цифрові медіа-файли тощо), письмова (письмові повідомлення, коментарі у файлах, повідомлення тощо), візуальна (графічні знаки, невербальні засоби, емотикони, картинки, меми тощо), аудіальна, аудіо-візуальна та поєднання цих способів («каскадна трансляція комунікації»).

Учасники комунікації ДД є програмісти, комп'ютерні інженери, інженери чатботів – проміжної ланки у комунікації “Людина ↔ Машина”, користувачі мережі Інтернет, широкий загал суспільства (University of Pennsylvania, 2022). У межах ДД в цілому та ДД зокрема вони можуть набувати таких конфігурацій: “Клієнт – Програміст – Машина – Людина”, “Клієнт – Програміст – Машина – Людина” “Людина-1 – Людина-2 – Машина – Людина-1” “Людина-1 – Людина у машині”.

Новітні інформаційні технології та безмежні можливості віртуальної комунікації висувають сьогодні цілу низку “компетентнісних” характеристик, якими мають володіти учасники дигіталізованої комунікації (табл. 2).

Таблиця 2

Матриця компетентнісних характеристик учасників ДД

Параметри	Людина	Машина
Здатність інтегрувати різні елементи в єдину систему	виражена	обмежена
Здатність до передбачення певних подій	висока	обмежена
Здатність до вирішення нечітко сформульованих завдань	висока	обмежена
Здатність до розпізнавання зовнішніх ситуацій	висока	обмежена
Здатність орієнтуватися у часі та просторі	виражена	обмежена
Здатність формувати образи зовнішнього світу	виражена	відсутня
Здатність генерувати ідеї	наявна	відсутня
Здатність до узагальнення	наявна	обмежена
Здатність до навчання	висока	низька
Тривалість безперервної роботи	незначна	велика
Точність і швидкість обчислень	незначна	велика
Діапазон способів обробки інформації	широкий	обмежений
Об'єм оперативної пам'яті	обмежений	значний

Відповідно, комунікативні цілі учасників ДД виявляються на тлі певної **комунікативної ситуації**. У ДД особливої ваги набуває виокремлення особистісно- та статусно-орієнтованої комунікацію. Перша важлива для дослідженні системи “Людина ↔ Машина” при спілкуванні людини з чатботом. Ця комунікація спрямована на себе, а Машина слугує лише медіатором. Серед учасників комунікації ДД саморепрезентація (людська потреба у самовираженні, самоідентифікації, публічності, отримання схвалення / несхвалення або визнання соціумом особистісних досягнень мовної Інтернет-особистості) може змінюватися залежно від зміни ролей агентів і клієнтів ДД.

Реалізацію комунікативної ситуації ДД слід тлумачити згідно з інтегральними категоріями дискурсу, які виступають одночасно і його параметрами: розробники і учасники ДД (замовники, програмісти, реципієнти, машина чи комп'ютер, чатботи чи інші інформаційні асистенти, які опосередковують комунікацію); тексти ДД різного жанру й тематики, які стосуються інноваційних розробок, залучених до обговорення в ДД (робототехніка, обробка природної мови, розробка чатботів та ін.); вербальні та невербальні, стилістичні та синтаксичні шари ДД.

Важливу роль в ДД відіграє певна соціальна група, а вивчення її мовних і мовленнєвих компетенцій та комунікативних інтенцій є релевантним для аналізу ДД. Попри різницю вікових, інтелектуальних, психологічних та інших ознак, загальною рисою соціальної групи є намір впорядкувати лінгвоматематичний і лінгвосеміотичний базиси ДД (дослідження мов програмування в їх співвідношенні з законами природної мови) (Paltridge, 2006, p. 18).

Всі ці моменти так чи інакше стосуються інтенційного простору ДД, в якому актуалізується та чи інша мета його учасників.

Соціалізаційна мета ДД полягає в повній інтеграції спілкування в систему соціальних відносин. Очевидність цього цілком зрозуміла, тому що Інтернет-комунікація – це особливий тип соціокомунікативного середовища, в якому учасники мовленнєвого процесу знаходяться в постійній письмово-усній взаємодії. Соціалізаційною метою ДД є також віднаходження комунікативної ланки з машиною (наприклад, опис команд МП природною мовою). Можливість самовираження і пошуку односторонніх у процесі комунікації з чатботом або груповим чатботом вже переступає щабель комунікації в різних Інтернет-спільнотах: Людина вже очікує розуміння та схвалення з боку Мащини. Так, програміст описує код на МП для користувачів і чекає на коректну роботу певної програми. Груповий чатбот також виконує функцію модератора, який опосередковує комунікацію між людьми (Kane, 2017; Kane, 2019; Perrault & Allen, 1980, p. 144).

Комунікативною метою ДД є глобальна соціодигіталізація, яка постає як безмежний лінгвoseміотичний континуум, спрямований на інтеграцію Людини і Мащини та створення певного Human / Non-Human Symbiosis. Зрозуміло, що феномен “комунікативна мета” існує не сам по собі, а спирається на низку мовленнєвих **функцій**: референційну (виражає ставлення адресанта до теми і ситуації), конативну (репрезентує зосередження уваги на адресаті), референтивну (вказує на об’єкт, тему і зміст дискурсу), інформативну (робить фокус на повідомленні), фатичну (окреслює початок, процес і кінець спілкування, тобто, деякий контактний елемент ситуації).

Отже, основною цінністю ДД є перетин будь-яких комунікативних меж, виражених вербально чи невербально. Необмежена доступність до отримання інформації та відсутність просторових границь, розмивання відстаней і стирання обмежень між Людиною та Машиною є унікальними рисами ДД.

ДД існує у двох своїх формах: монологічній та діалогічній. Він також є різноспрямованим, оскільки може скеровувати комунікацію “Людина ↔ Машина”, “Машина ↔ Людині” “Людина ↔ Людина”. Такий дискурс доцільно розглядати і з точки зору лінгвoseміотичної перспективи (Renkema, 1993, p. 116), у межах якої реалізується знакоутворювальний потенціал його дигітального базису.

Логіко-гносеологічний підхід до вивчення ДД співвідноситься з когнітивним, не дорівнюючи йому, а взаємодоповнюючи цю неспоріднену “спліт-систему”, непізнавану лише логікою. На цьому тлі важливим моментом осягнення ДД є два ключових його виміри: гіперонімічний і гіпонімічний.

У **гіперонімічному вимірі** ДД “окреслюють” знаки і символи, породжені ІТ-технологіями, логікою та математикою. Функціонування цих елементів реалізується у командах і структурах мов програмування. Услід за ван Дейком будемо вважати, що гіперонімічний вимір ДД є його **глобальною зв’язністю**, яка забезпечується єдністю мови програмування та репрезентованої у ній команди природною мовою (Dijk, 1997, p. 25). Тож глобальною зв’язністю ДД (топіком) є комп’ютерні програми та їх мови, продукти, які вони створюють для опосередкування комунікації між Людиною та Машиною. Глобальна зв’язність призводить до змістовної цілісності тексту і проявляється через ключові слова, які тематично і концептуально поєднують текст або його фрагменти в цілому.

У **гіпонімічному вимірі** ДД реалізується у межах моделі комунікації “Людина ↔ Машина” (семіотичних комбінаторних моделях, технічних кодах) та узагальнено у дигітальному фреймі МП. Гіпонімічний вимір ДД (як і будь-якого іншого дискурсу) реалізується на рівні **локальної зв’язності** і репрезентує відношення між мінімальними одиницями (словами, символами). Серед засобів локального зв’язку виділяють референційний, просторовий, часовий, подієвий. Локальна зв’язність – це зв’язність лінійних послідовностей (висловлень, надфразових єдностей). Такий тип зв’язності визначається надфразовими синтаксичними зв’язками (початковими командами, умовними конструкціями, порядком команд на МП та ін.) (Indurkha & Damerau, 2010).

Реалізація основних цілей пов'язана з вербальною актуалізацією ДД, здійснюваною через стратегії комунікативного впливу, подання запиту від Людини до Машини та через їх подальше кодування для “розуміння” Машиною, а також інтерпретація отриманої відповіді. Для реалізації другорядних повідомлень від Машини використовуються допоміжні тактики і стратегії – ресурси інформування (електронні бібліотеки, Інтернет ресурси, довідники з мов програмування, списки основних команд, приклади обробки природної мови, соціальні мережі тощо), тобто стратегії подання та отримання інформації.

Стратегії подання інформації в ДД пов'язані з необхідністю зосередження уваги клієнта дискурсу на певному повідомленні. З одного боку, вони спрямовані на візуальну активацію перцепції нової інформації Людиною, але для Машини необхідне чітке подання команд і чітке прописування алгоритмів. Проте мовне повідомлення Людини має також вдосконалюватися у плані використання нею своїх лінгвальних компетенцій. Дія принципу економії мовних зусиль може слугувати для утворення та комбінаторики вербальних і невербальних засобів у ДД.

Стратегія отримання інформації передбачає її сприйняття як адресатом (Людиною, Машиною), так і адресантом (Людиною, Машиною). Адресат ДД отримує інформацію з різноманітних джерел. Першочерговим джерелом для нього виступають повідомлення від Людини або статичні команди (або тексти) (Vandhakavi et al., 2017, p. 102). Другорядними джерелами виступають “адаптовані” інформативні площини, такі як гайдлайни, технічні керівництва, обговорення на форумах, у блогах ідентифікуючих повідомлень від Людини (вербалізовані ідеї та їх кодована репрезентація) та детермінуючих повідомлень від Машини (коди МП, команди, програми тощо).

Загалом аналіз і систематизація описаних параметрів дозволяє розгляд ДД його матеріальної репрезентації у вигляді трирівневого феномену:

1) **мікрорівень** – базисний рівень побутування ДД, коли він постає як деякий лінгвоматематичний конгломерат, в якому кодується комунікація “Людина ↔ Машина” засобами (природної) англійської мови та (штучними) мовами програмування;

2) **мезорівень** – проміжний рівень комунікації “Людина ↔ Машина”, на якому втілюється “дигіталізованість” П(А)М, її “двостороння” репрезентація як засобу створення інструментарію для обробки самої себе, так і її об'єкта;

3) **макрорівень** – вищий рівень побутування ДД, на якому й відбувається вербальне спілкування Людини і Машини безпосередньо за допомогою П(А)М, у якому Машина-чатбот постає як деяка анімована сутність; тут вже діє симбіоз статичних і динамічних комунікативних ознак ДД (інтерактивність, мультимедійність, інтертекстуальність, гіпертекстуальність, мультимодусність).

Урахування думки про те, що позамовні значення не містяться в дискурсі, а утворюються мовцями в ході соціальної взаємодії під впливом соціокультурних характеристик ситуації спілкування і когнітивних аспектів, дозволяє узагальнити розуміння об'єкта цього дослідження у вигляді проміжної робочої дефініції.

6. Висновки

Триєдність існування комп'ютерного, віртуального та дигітального дискурсів створює ефект ехо-камери – соціолінгвальної площини для реалізації мовленнєвих інтенцій у цифровізованому комунікативному просторі, спілкування яких є дигітально опосередкованим та комунікативно різноспрямованим. “Занурення” клієнтів і агентів дискурсу в комунікативну камеру з ізольованою, інтеріоризованою репрезентацією знань, яка підсилюється проникненням “інформативних шумів” усередину, нагадує триангулярну будову дигітального дискурсу в межах трикутника Серпінського, всередині якого можлива реплікація уявлень, повторення знань, емергентність подібності інтенцій. Комп'ютерний дискурс являю собою зовнішній трикутник, у межах якого реплікуються та нашаровуються віртуальний і дигітальний дискурси. Триангулярність типових характеристик трьох типів

дискурсу виявляється у дигітальній медіації взаємодії Людини й Машини у різноманітних середовищах і способах комунікації, режимах спілкування, стилях спілкування та його учасниках.

Спільними характеристиками для трьох типів дискурсу в межах дискурсивного параметру “Середовище спілкування” є віртуальність, багатоканальність, комунікація у межах уявної реальності. Відмінною характеристикою є змістовна модульність, тобто структурована /блокова репрезентація знань у комп’ютерному дискурсі. У межах дискурсивного параметру “Режим спілкування” спільними є характеристики дистанційності учасників дискурсу, а характеристики об’єктності, кодованості, комп’ютерної етики і етикету є варіативними. Для параметру “Стиль спілкування” спільними рисами є гіпертекстуальність, креолізованість текстового простору та його емотивність.

Дигітальний дискурс постає як різновид інституційної комунікації, опосередкованої симбіозом (штучних) мов програмування і (природної) мови, в якій відбито цифровізовану мовленнєву (по)дію, що опосередковує соціодигітальний простір сучасності в межах комунікативного патерну “Людина ↔ Машина” і є процесом і результатом використання інноваційних інформаційних технологій. Усно-письмове втілення процесу та результату взаємодії учасників цього дискурсу пов’язано з чітко визначеними цифровізованими текстами, що характеризуються певним соціокультурним візерунком, певними когнітивними рефлексіями, специфічними прагматичними настановами і відповідними лінгвальними компетенціями його агентів і клієнтів.

Зроблені висновки є перспективними для подальших досліджень дигітального дискурсу і споріднених явищ в кроскультурному та дидактичному аспектах.

References

- Ahern, T. C., Peck, K., & Laycock, M. (1992). The effects of teacher discourse in computer-mediated discussion. *Journal of educational computing research*, 8(3), 291-309.
- Arulanantham, A. T. (1998). Breaking the rules? Wittgenstein and legal realism. *Yale Law Journal*, 107(6), 1853-1883.
- Atlan, H. (1988). Measures of biologically meaningful complexity. In E. Peliti (Ed.), *Measures of complexity: proceedings of the conference held in Rome, September 30-October 2, 1987* (pp. 112–127). Berlin, New York: Springer-Verlag.
- Augello, A., Pilato, G., Machi, A., & Gaglio, S. (2012). An approach to enhance chatbot semantic power and maintainability: Experiences within the FRASI Project. *2012 IEEE Sixth International Conference on Semantic Computing* (pp. 186-193). <https://doi.org/10.1109/ICSC.2012.26>
- Bandhakavi, A., Wiratunga, N., & Massie, S. (2017). Lexicon generation for emotion detection from text. *IEEE Intelligent Systems*, 32(1), 102-108.
- Baron, N. (2005). Instant messaging and the future of language. *Communications of the ACM* 48(7), 29-31. <https://doi.org/10.1145/1070838.1070860>
- Baym, N. K. (1995). The emergence of community in computer-mediated communication. In S. Jones (Ed.), *CyberSociety* (pp.138-163). Newbury Park, CA: Sage.
- Bazarova, N., & Yuan, C. (2013). Expertise recognition and influence in intercultural groups: Differences between face-to-face and computer-mediated communication. *Journal of computer-mediated communication*, 18(4), 437-453. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12018>
- Beciu, C. (2011). *Sociologia comunicarii si a spatiului public* [Sociology of communication and public space]. Retrieved from <https://www.libris.ro/ebook-sociologia-comunicarii-si-a-spatiului-public-EPM978-973-46-1807-1--p13226494.html>
- Bolliger, D. L. (2009). Use of patterns of visual cues in computer-mediated communication. *The Quarterly Review of Distance Education*, 10(2), 95-108.
- Chun, D. M. (2008). Computer-mediated discourse. *Mediating discourse online*, 3, 115-167.

- Collister, L. (2008). *Virtual discourse structure: An analysis of conversation in World of Warcraft* (Unpublished master's thesis). University of Pittsburgh, USA. Retrieved from [http://d-scholarship.pitt.edu/7992/1/collister-mathesis2008-virtual discourse structure 1.pdf](http://d-scholarship.pitt.edu/7992/1/collister-mathesis2008-virtual_discourse_structure_1.pdf)
- Dijk, T. A. van. (1997). *The study of discourse. Discourse as structure and process. Discourse studies: A multidisciplinary introduction* (vol.1). London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications. <https://dx.doi.org/10.4135/9781446221884>
- DiMarco, A., & DiMarco, H. (2003). Investigating cybersociety: a consideration of the ethical and practical issues surrounding online research in chatrooms. Y. Jewkes (Ed.), *Crime, deviance and identity on the Internet* (pp.164-179). Portland, OR: William Publishing.
- Goroshko, E. I., & Zemlyakova, E. A. (2011). Virtualnoye zhanrovedeniye: stanovleniye teoreticheskoy paradigmy [Virtual genre studies: Formation of theoretical paradigm]. *Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series Philology. Social Communications*, 24 (1), Part 1, 225-237.
- Grosz, B., & Sidner, C. (1980). Attention, intentions, and the structure of discourse. *Computational Linguistics*, 12 (3).
https://www.researchgate.net/publication/2481502_Attention_Intentions_And_The_Structure_Of_Discourse
- Hacking, I. (1991). Speculation, calculation and the creation of phenomena. In G. Munevar (Ed.), *Beyond Reason* (pp. 131-157). Boston, MA: Kluwer Academic Publishers.
https://doi.org/10.1007/978-94-011-3188-9_5
- Indurkha, N., & Damerau, F. J. (Eds.). (2010). *Handbook of natural language processing*. CRC Press: Taylor and Francis Group, 2 ed. <https://www.routledge.com/Handbook-of-Natural-Language-Processing/Indurkha-Damerau/p/book/9781420085921>
- Herring, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. In S. A. Barab, R. Kling, & J. H. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338–376). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016>
- Holt, R. (2004). *Dialogue on the Internet: Language, civic identity, and computer-mediated communication*. Westport, CT: Praeger.
- Howard, J., & Callero, P. (1991). *The Self-Society dynamic*. New York: Cambridge University Press.
- Jones, S., Johnson-Yale, C., & Millermaier, S. (2009). US college students' Internet use: Race, gender and digital divides. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 244-264.
- Kane, D. (2017). UCI Libraries' Chatbot Files (ANTswers), Dryad, Dataset. <https://doi.org/10.7280/D1P075>
- Kane, D. (2019). Creació, gestió i anàlisi d'un bot de conversa a biblioteques acadèmiques [Creating, managing and analyzing an academic library chatbot]. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, núm. 43 (desembre). <http://bid.ub.edu/en/43/kane.htm>
- Kust, B. (2015). *Randvoorwaarden voor initiatieven* [Randvoorwaarden for initiatives]. Driebergen: Bureau Landwijzer. Retrieved from <https://edepot.wur.nl/384380>
- Loader, B.D. (2008). Social movements and new media. *Sociology Compass* 2(6), 1920-1933.
<https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00145.x>
- Mohebi, L. (2019, June 8). Discourse analysis in a virtual classroom: A MOOC example. *SSRN Electronic Journal*. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=3401161> or <http://doi.org/10.2139/ssrn.3401161>
- Noort van, G., Antheunis, M., & Reijmersdal van, E.A. (2012). Social connections and the persuasiveness of viral campaigns in social network sites: Persuasive intent as the underlying mechanism. *Journal of Marketing Communications* 18(1), 39-53.
<https://doi.org/10.1080/13527266.2011.620764>
- Paltridge, B. (2006). *Discourse analysis*. London: Continuum.

- Paul, C. A. (2012). *Wordplay and the discourse of video games: Analyzing words, design, and play*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203124031>
<https://www.bbc.com/news/technology-25812130>
- Perrault, C., & Allen, J. (1980). Analyzing intention in utterances. *Artificial intelligence*, 15(3), 143-178.
- Petukhova, V., Gropp, M., Klakow, D., Eigner, G., Topf, M., Srb, S., Motlíček, P., Potard, B., Dines, J., Deroo, O., Egeler, R., Meinz, U., Liersch, S., & Schmidt, A. (2014). The DBOX corpus collection of spoken human-human and human-machine dialogues. In N. Calzolari, K. Choukri, T. Declerck, H. Loftsson, B. Maegaard, J. Mariani, A. Moreno, J. Odijk, & S. Piperidis (Eds.), *LREC* (pp. 252-258). European Language Resources Association (ELRA).
- Preston, R. (2014, January 21). Virtual mannequins promise better fit for online shoppers. *BBC News Technology*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/technology-25812130>
- Prikhodko, A. M. (2008). *Kontsepty i kontseptosystemy v kohnityvno-dyskursyvni paradyhmi linhvistyky* [Concepts and conceptual systems in the cognitive-discursive paradigm of linguistics]. Zaporozhye: Premier.
- Renkema, J. (1993). *Discourse studies*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin.
- Rock, I. (1988). *The logic of perception*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Shevchenko, I. (2019). Enactive meaning-making in the discourse of theatre and film. *Cognition, communication, discourse*, 19, 15-19. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-01>
- Sierra, S. (2016). Playing out loud: Videogame references as resources in friend interaction for managing frames, epistemics, and group identity. *Language in Society*, 45(2), 217-245. <http://www.jstor.org/stable/43904730>
- Stansberry, S.L. (2006). Effective assessment of online discourse in LIS courses. *Journal of Education for Library and Information Science*, 47(1), 27-37. <https://doi.org/10.10.2307/40324335>
- Tagg, C. (2012). *The discourse of text messaging: Analysis of SMS communication*. London: Continuum. Retrieved from <http://oro.open.ac.uk/45601/>
- Tatsenko, N. V. (2009). *Zasoby realizatsii mehakontseptiv PROSTIR, CHAS, INFORMATSIIA v suchasni anhliiskii movi (na materialii innovatsii virtualnoi realnosti)* [Means of realization of megaconcepts SPACE, TIME, INFORMATION in Modern English (Based on the innovations of virtual reality)] (Unpublished PhD dissertation). V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv.
- University of Pennsylvania, engineering and applied science (EAS), 2022-23 Catalog (2022). Retrieved from <https://catalog.upenn.edu/courses/eas>
- Yan, Z., Duan, N., & Bao, J.-W. (2016). DocChat: An information retrieval approach for chatbot engines using unstructured documents. *Proceedings of the 54th annual meeting of the association for computational linguistics (Volume 1: Long Papers)* (pp. 516-525). Berlin: Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/P16-1049>

DIGITAL DISCOURSE IN THE REALM OF RELATED PHENOMENA

Anatoliy Prykhodko

Dr. habil. (Philology), Full Professor,
National University “Zaporizhzhia Polytechnic”
(64 Zhukovsky St., Zaporizhzhia 69063, Ukraine);

e-mail: aprykhod777@gmail.com

<https://scholar.google.com/citations?user=hZTG75IAAAAJ&hl=ru>

Nataliia Lazebna

Dr. habil. (Philology), Privatdozent,
Julius-Maximilians-Universität Würzburg
(Sanderring 2, Würzburg 97070, Germany);

e-mail: nataliia.lazebna@uni-wuerzburg.de;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5886-693X>

Abstract

The article is devoted to the study of digital discourse as the most diverse socio-cultural background of the contemporaries' interaction. This work outlines the theoretical background of digital-oriented discourse in a harmonious symbiosis with the practical manifestation of its existence. This paper distinguishes between the concepts of “computer discourse”, “virtual discourse” and “digital discourse”. The genres of virtual discourse, such as online learning classes, instant messaging, and video game genres are represented as related, but not equal phenomena. These cutting-edge sociolinguistic phenomena manifest the pragmatic intentions of clients and agents of digital discourse, which are discussed in the matrix of their characteristics. In the key focus of the study, one can find common and distinctive properties of related types of discourse, their parameters, and multilevel means that arrange them. Institutional and institutional-typological characteristics of digital discourse, conditions of communication and ways of its organization are revealed; its socializing and communicative purpose is outlined; hypero- and hyponymic dimensions of discourse are considered; strategies for sending and receiving information are presented; micro-, meso-, and macro-levels of digital discourse are identified; the concept of “digital discourse” is developed.

Keywords: computer discourse, virtual discourse, English-language digital discourse, genres of virtual discourse, clients/agents of discourse.

Cognition, communication, discourse. 2022, 25: 65-79.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-05>

Received 29.10.2022; revised and accepted 25.11.2022

UDC 811.112.2

**AMERICAN SOCIAL MEDIA
ON THE RUSSIA-UKRAINE WAR:
A MULTIMODAL ANALYSIS**

Iryna Shevchenko

Doctor of Sciences in linguistics, Professor,

V. N. Karazin Kharkiv National University

(4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);

e-mail: iryna.shevchenko@karazin.ua;

ORCID <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Article citation: Shevchenko, I. (2022). American social media on the Russia-Ukraine war: A multimodal analysis. *Cognition, communication, discourse*, 25, 65-79; <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-05>

Abstract

This research focuses on political narrative about the Russia-Ukraine war in American social media. It aims to investigate the type and configuration of multimodal semiotic resources used to present the events of this war and shape their perception by the audience, primarily American; *The New York Times* Telegram channel coverage of the 2022 Russian invasion as a case study. What kind of semiotic resources do American social media deploy to construct the narrative about the war? What are the dominant post formats, how they deploy information about the Russia-Ukraine war and construe its perception: the concepts of the WAR, of UKRAINE as a victim of aggression and a fighter for independence, of RUSSIA as a terrorist-state, and of their ALLIES and OPPONENTS? Theoretically, this study is underpinned by a cognitive-semiotic, political linguistic and multimodal approach. In political media narrative, storytelling shapes perception of war realities: it frames and reframes the readers' construal of the world, ascribes connotations to facts and events. A multimodal narrative involves different semiotic resources—verbal, graphic, audial, and cinematographic (in video). The configuration of these heterogeneous signs in a particular Telegram channel's post defines its influence as predominantly rational or emotional. The findings show that the following post formats are typical for *The New York Times* Telegram channel: image followed by text and link to another site (the most frequent); gallery (a gallery of images) and quote (a quotation with its source/author as the title) (less frequent); video and audio (rarely used). They serve to accentuate, elaborate, and extend the information in the post. I argue that Telegram posts together with users' emoji-reactions are a specific interactive genre of a multimodal political discourse. Emojis realize both pragmatic and cognitive functions: on the one hand, they are effective instruments to measure users' reaction; on the other, they contribute to meaning-making by evaluating and making salient the concepts described. The dominance of rational and verified information in *The New York Times Telegram* channel creates the true image of Russia's genocidal WAR against Ukraine and provides a fair assessment of related concepts.

Key words: interactive discourse, multimodality, political Telegram channel, Russia-Ukraine war, semiotic resource.

1. Introduction

In 2022, the Russia-Ukraine war has become one of the most important issues on the global agenda that triggered a wide information campaign reporting current news from the front. Media all over the world, in the USA in particular, demanded instruments for a wide coverage of news that would truthfully and objectively reflect current events and reach the widest possible audiences. Telegram

channels have become such a tool that offers an opportunity to reach unlimited amount of subscribers, sending posts directly to their phones. After the beginning of Russia's invasion of Ukraine on February 24th, 2022, the New York Times (NYT) responded to this challenge by launching (March 12th) a Telegram channel devoted to the news coverage of the Russia-Ukraine war with essential news, photos and videos (<https://tigrm.eu/channels/@nytimes>). The NYT Telegram channel posts from February to October 2022 serve as a case study for this present research.

Communication via Telegram channels is a form of public interaction of the admin who is the only one entitled to post messages (the 'addressee') and anonymous users (the 'addressors'). Recently, Telegram, a 4.0 style communication service, has become one of the most popular communication platforms in all spheres, especially related to education, art, business, finance, marketing, etc. (Herrero-Solana & Castro-Castro, 2022). Compared to print media, Telegram gives media discourse a unique advantage of interactivity as each public message receives immediate reaction in the form of emojis.

Until recently, the discourse of Telegram channel has not received due attention of researchers. In this present study, I aim to investigate how political media narratives shape the perceptions of the war. To reach this aim, I will focus on

- the issues of multimodal semiotic resources deployed by Telegram channels to present the events of the Russia-Ukraine war in various post formats;
- how multimodal narratives construct discourse-generative concepts—the WAR, UKRAINE as a victim of the unprovoked aggression and a fighter for independence, RUSSIA as a terrorist-state, and their ALLIES and OPPONENTS;
- types of information deployment in different formats of multimodal political discourse of Telegram channel;
- the users' construal of the world as revealed through their emodji reactions.

The framework of analysis is based on cognitive-semiotic and multimodal approaches in political linguistics. A multimodal narrative of Telegram channels involves different sign systems of meaning making—verbal, graphic, auidial, and cinematographic (in video). Various ensembles of these heterogeneous signs—a word, an image, a sound, and a video—in a particular Telegram post helps users to form meaningful opinions and defines the influence of the post. I will argue that polysemiotic Telegram posts together with users' emoji-reactions are a specific interactive genre of a multimodal political discourse. Telegram posts and reactions jointly construct the image of Ukraine—a fighter for its independence—in the construal of the world of the English-speaking reader.

2. Methodology and framework

This present analysis of political multimedia discourse is underpinned by a cognitive-semiotic (Divjak et al., 2020; Krysanova, 2019), political linguistic (Groth, 2019), and multimodal approaches (Kress, 2010; Moschini & Sindoni, 2022; O'Halloran, 2011).

Discourse is a cognitive–communicative–linguistic gestalt, a three-aspect unity: a cognitive aspect (the construal of ideas and beliefs), a social-pragmatic aspect (language—user relations in different context), and a linguistic one (the use of language signs) (Shevchenko, Gutorov, 2019, p. 304).

According to the multimodal vector of Telegram channel analysis in this paper, “discourse” stands for any form of sign use manifested as text in a broad semiotic sense. This includes language, visual text properties (layout, letter type, cartoons, drawings, photos, color, headlines, titles, subtitles, captions, tables, figures, footage, etc.), hypertext, emoji, and other semiotic signs used in audio and video. As van Dijk argues,

This concept of discourse may include combinations of sounds and visuals in many hybrid multimedia discourses, for instance, in movies, television, cell phones, the internet and other channels and carriers of communication (Dijk, 2008, p. 116).

Political linguistics focuses on the study of language in the political domain. Political media cover the news from various official and unofficial sources:

We can thus define a political narrative as one that emerges from a formal political forum, such as a parliament, a cabinet, party meetings or political demonstrations, or as narrative produced by politicians and public officials in the course of their duties. Another possible approach is to note the contents of the narrative or the conclusions that may be drawn from it. If these contain themes that are considered “political,” such as power relations and collective decision-making or compromise, the narrative might be defined as political, even if it was generated outside official political framework (Shenhav, 2006, p. 247).

In multimodal digital media discourse, meaning-making is a complex process that depends on the information supplied by different semiotic resources, social context of perception, and the end user’s personal experience. In this present analysis, neither resource—textual, audial, visual—will be viewed as dominant or subordinate for the formation of meaningful opinions, their storage in the construal of the world, or their transformations. Rather the meaning is a gestalt jointly constructed by each semiotic resource. As Groth (2019, p. 4) argues,

Narrative in reference to political processes is not excluded but is understood as coconstitutive. Accordingly, not just the level of state institutions but also everyday practices, the reception of political narratives by the broader public and the individual or collective mediation of narratives are important.

What are the dominant post formats used to construct the concepts of the WAR, of UKRAINE, of RUSSIA, and of their ALLIES and OPPONENTS? In the NYT Telegram channel, they are a single image or a gallery of images, a link to another site, a video, a quotation or a text, and a headline (Post Formats, n.d.). Headlines are different in their visual presentation (the use of color or underlining, large letter type when the event is considered to have higher news value, etc.). In a broader perspective, layout differences may also communicate a different “tone” in news reports (Dijk, 2008, p. 164).

A cognitive-semiotic vector of this present multimodal analysis determines the fact that different semiotic resources and post formats are able to make individual elements of information prominent due to different clusters or ensembles of Telegram post formats. As Lakoff and Turner (1989) claim, there are several main types of information deployment in multimodal discourse: accentuation, elaboration, extension, questioning, and combining. Later they were built on by Zhabotynska and Slyvka (2020, pp. 123-124) and read as follows:

Accentuation is providing ‘visuality’ of the entity described in the main text. Elaboration is providing information about an additional property of the entity described in the main text (X1 and X2). Extension is providing information about a new entity contiguous and congruent with the one described in the main text (X and Y). Questioning is providing information about a new entity contiguous but incongruent with the one described in the main text (X but Y). Combining is providing information about a new entity noncontiguous with the one described in the main text ((X) and (Y)) (Zhabotynska & Ryzhova, 2022, p. 120).

In Telegram channel as an interactive genre, the scope of meaning-making means includes not only semiotic resources, common for multimodal media-discourse in general, but also provide feedback in the form of emoji. Lately, emoji has become an effective interactive means of Telegram channels. Emoji reactions—hearts, hands, faces, etc.—are marks under the text that allow users quickly and without words express their attitude to the message.

Traditionally, emoji is defined as a way of expressing emotions, i.e. a pragmatic resource. I hypothesize that emojis perform a cognitive function, they signal to users which content to choose and how to evaluate it. On the one hand, most people do not have time enough to read texts and make preferences themselves; rather they follow the choices of the herd:

So we use others as a helpful shortcut. A filter. If a book is on the best-seller list, we're more likely to skim the description. If a song is already popular, we're more likely to skim the description. If a song is already popular, we're more likely to give it a listen. Following others saves us time and effort and (hopefully) leads us to something we're more likely to enjoy (Berger, 2016, pp. 53-54).

On the other hand, emojis are a kind of expression of “the wisdom of the crowd”. They impose a certain assessment on the reader: “Social influence only works when other people’s opinions or behaviors are observable” (Berger, 2016, pp. 58-59). This explains, among other things, the increased number of emoji reactions on the information about political leaders and celebrities.

In this present paper, I will argue that emojis realize both pragmatic and cognitive functions: on the one hand, they are effective instruments to measure users’ reaction; on the other, they contribute to meaning-making. Emojis help users choose interesting content acting as a rating. Emojis add to the evaluation of the concepts described, they perspectivize them and make salient, thus changing the user’s construal of the world.

Presently, emojis are not limited to simple hearts or hands and their scope is in progress. The NYT Telegram channel uses a limited number of emoji reactions: a red heart, thumb up, thumb down, thinking face, and crying face that have fixed meanings. A classic red love heart emoji ❤️ is used for expressions of love (Red Heart, n.d.); a thumbs-up gesture 👍 as a rule indicates approval (Thumbs Up, n.d.); a thumbs-down gesture 👎 also known as ‘bad’ or ‘dislike’, indicates disapproval (Thumbs Down, n.d.); a ‘thinking face’ emoji, a yellow face 🤔 with furrowed eyebrows looking upwards with thumb and index finger resting on its chin, is used to question or scorn something or someone (Thinking Face, n.d.); and a ‘crying face’ emoji, a yellow face 😭 with raised eyebrows and a slight frown, shedding a single, blue tear from one eye down its cheek, may convey a moderate degree of sadness or pain (Crying Face, n.d.).

3. Results and discussion

From a pragmatic point of view, Telegram channel is an interactive genre of online communication of the anonymous sender and the collective addressee (the admin and the end user), who share information on the topic of the channel. What makes this narrative specific, different from other discourses?

3.1. The New York Times Telegram channel

The sender. The sender’s functions are limited and authorized by the NYT. The admin (or admins) is personally unknown to the addressee, though the latter is well aware of the scope of admin’s functions and post topics.

The content. The information delivered in the channel comes from the Times journalists who provide witness accounts, interviews, and breaking news about the Russia-Ukraine war. Telegram has often been criticized as a platform where misinformation spreads easily, partly due to the lack of content moderation (Herasimenka et al., 2022). However, professional news outlets, to which the NYT belongs, “adhere to the standards and best practices of professional journalism, with known fact-checking operations and credible standards of production including clear information about real authors, editors, publishers, and owners” (Neudert et al., 2019, p. 6). The NYT channel emphasizes the veracity and authenticity of all news; it maintains the policies of strict verification of its sources of information:

How We Verify Our Reporting

Our team of visual journalists analyzes satellite images, photographs, videos and radio transmissions to independently confirm troop movements and other details.

We monitor and authenticate reports on social media, corroborating these with eyewitness accounts and interviews (How we verify our reporting on the Ukraine war, 2022).

The addressee. The NYT is a messaging platform with more than 100 000 subscribers and half a billion active users. Collective recipients of information are users of different gender, social status, and nationality united by their interest in the events of the Russia-Ukraine war. Though the end user is collective and remote in space and time, special technical capabilities of the Telegram platform provide the sender–addressee interaction in the form of emoji. The process of their digital communication is indirect and unidirectional—from readers to the admin; at the same time the admin may take into account the number and quality of users’ reactions that serve a rating of the posts.

The message. From a cognitive point of view, Telegram users are involved in meaning-making based on information from different semiotic resources and their ensembles in the NYT posts. Readers’ emoji reactions reveal what particular meaningful opinions they make, driven by their own experience, knowledge, and beliefs.

On the NYT telegram channel, news coverage of the Russia-Ukraine war would typically contain a single image, with a text and a headline to go along with it. A video post would be the same but with video added in. Any of these two could use either plugins or standard embeds to display their content. As a rule, posts do not display their authorship online and refer to it in hypertext by corresponding links.

3.2. The NYT post formats as means of information deployment

The war news coverage in the first nine months of 2022 have revealed typical ensembles of post formats that actualize the concepts of WAR, UKRAINE, RUSSIA, their ALLIES and OPPONENTS. The most frequent is [image + headline + text + link].

In this ensemble, the *text* verbalizes the concept, the *image* accentuates and occasionally develops/broadens the meaning, verbalized by the text (information ‘elaboration/extension’). The *headline* emphasizes the main issues of the news. The styling of headlines has changed from a monotonous “Here are the latest developments in the war in Ukraine” (<https://t.me/nytimes>) in March – April, 2022, to varied and meaningful sentences since May, tailored for each particular post. The *link* elaborates and extends the meaning by adding new information about the concept as such and related concepts.


In sample (1) below posted on March 16th, 2022 (The New York Times, 2022e), the verbal mode actualizes the concept of UKRAINE’S ALLIES in the headline, text and link. The headline arrests the user’s attention and creates emotive salience by its style—all first caps in each word—that is not typical for the NYT Telegram channel. The text supplies details of the European leaders’ visit (elaboration of the concept of UKRAINE’S ALLIES): “*a defiant show of support for Ukraine; dramatic visit; to demonstrate Western solidarity with Ukraine*”) and introduces new incongruent information (combining the meanings of UKRAINE and RUSSIA): “*Vladimir V. Putin of Russia disparaged the second consecutive day of negotiations with Ukraine, undercutting the faint glimmers of hope*”.

The corresponding image (1), however, does not visualize either of the presidents mentioned in the headline; rather it broadens the information by visualizing the site of bombardment of an apartment tower in Kyiv. Thus, the image both accentuates personal bravery of European leaders (elaboration of the concept of UKRAINE’S ALLIES) and visualizes the concept of UKRAINE as a victim of aggression and the concept of RUSSIA as the aggressor (extension).

The emoji-reactions show that the intended ‘positive’ image of Ukraine and ‘negative’ of Russia got entrenched in the recipient’s mind through cumulative information from different post formats.

(1)

The New York Times



European Leaders Brave Russian Bombardment in Audacious Visit to Kyiv

Three European leaders staged a defiant show of support for Ukraine on Tuesday, traveling to its besieged capital, Kyiv, even as a relentless Russian artillery bombardment left apartment towers in the city ablaze, forcing terrified residents to flee into the street with only the clothes on their backs.

The dramatic visit by the prime ministers of Poland, the Czech Republic and Slovenia, which unfolded in tight secrecy as they crossed the Ukrainian border by train after dawn, was a strikingly personal gesture. But it caught other European leaders off guard, angering some and baring uncomfortable divisions in how best to demonstrate Western solidarity with Ukraine.

It also came as President Vladimir V. Putin of Russia disparaged the second consecutive day of negotiations with Ukraine, undercutting the faint glimmers of hope raised from talks the day before that both sides were looking for a way to halt the war.

[Read more](#)

👍 146 ❤️ 48 😬 16 💬 9 😊 5

👁️ 30K 01:02

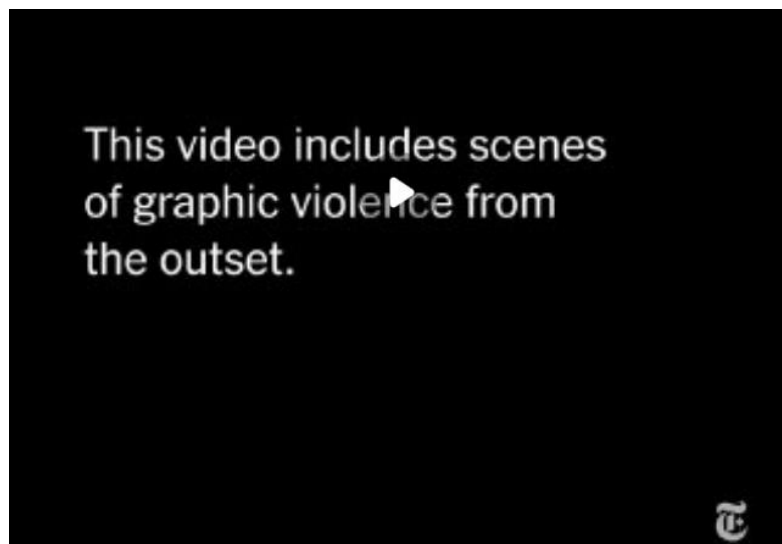
The link to post 1 (Landler & Stevis-Gridneff, 2022) supplies more information that both elaborates and extends the anchor text (sample 2). It cites the authors and date of the article that suggests ‘keys’ for further meaning- making. Among them, there is information about additional properties (elaboration) of UKRAINE’S ALLIES (*spokesman for Poland’s prime minister, Mateusz Morawiecki; the European Union; Prime Minister Petr Fiala of the Czech Republic and Prime Minister Janez Jansa of Slovenia*), of UKRAINE – THE VICTIM OF AGGRESSION (*threat of Russia’s rockets; devastating barrage; difficult phase of its grinding struggle*), and of RUSSIA – TERRORIST STATE (*Russian aggression; the Russian forces encircling Kyiv*):

- (2) A spokesman for Poland’s prime minister, Mateusz Morawiecki, said the three visitors were “de facto” representing the European Union in Ukraine. In Brussels, however, officials said the trio did not have the E.U.’s blessing, and some European diplomats complained that the trip was too risky, given the Russian forces encircling Kyiv. Others said they admired the audacity of the group, which also included Prime Minister Petr Fiala of the Czech Republic and Prime Minister Janez Jansa of Slovenia, casting it as a powerful symbol of the backing for Ukraine among countries on Europe’s eastern flank, where the specter of Russian aggression looms larger than in Paris or London. Still, for all the symbolism of standing shoulder-to-shoulder with Ukraine’s leaders under the threat of Russia’s rockets, Ukraine was facing the devastating barrage largely on its own. The mayor of Kyiv, Vitali Klitschko, imposed a 35-hour curfew, starting on Tuesday evening, which suggested the capital was entering an even more difficult phase of its grinding struggle to hold off Russian troops and tanks (Landler & Stevis-Gridneff, 2022)

To form meaningful opinions of the concepts and let end users appropriate them as their own worldview, each post contains a *link* to a full-scale article in the newspaper (“*Read more*”) or a hyperlink within the anchor text for the user to browse the hypertext. This format clarifies and details the information, gives it emotional assessment, backs it up with photographic materials. A whole newspaper article mentions its author and may contain further links to other materials of the same journalist. Such hypertexts provide greater reliability of news, estimates, and make them salient for the reader.

To enhance the emotivity of information, Telegram posts use emotively loaded war *video*. Videos on the NYT channel contain footage of civilian casualties, destruction and fires, the work of Ukrainian rescuers who help civilian victims of Russian shelling, etc. Video format emphasizes, expands and develops the meaning verbalized by headline and text. The wide use of audial and filmic semiotic resources—camera / frame / light / angle, etc.—makes this dynamic way of news coverage emotionally loaded. Such videos (The New York Times, 2022f) are preceded by warning (sample 3) lest they can psychologically injure readers of the channel. It is no coincidence that the NYT telegram channel rarely uses video posts.


(3)



In a multimodal narrative, different modes are not inherently the main or subsidiary (verbal/visual/audial); their salience is contextual. In most telegram posts, the verbal mode (headline and text) dominates; in other cases, the visual mode does. For example, in the news posted on October, 20th (The New York Times, 2022h), the *gallery of images* introduces the concept of UKRAINE as a victim of Russia’s occupation (sample 4 below). The headline makes the concept salient by emotionally loaded lexeme *horror* and font style (capitalization). However, it is the gallery that elaborates the meaning: the concept of UKRAINE – the VICTIM of AGGRESSION receives further specification in each of the photos: damaged housing, tortured residents, wrecked civilian cars, missing family members. The gallery of images and the link (Gall, 2022) also extend the meaning of UKRAINE from VICTIM to FIGHTER FOR JUSTICE by picturing Ukrainian investigators at work when they collect evidence of Russia’s terrorist crimes.

(4)

The New York Times



'It Was Horror': Ukrainians Share Grim Tales of Russian Occupation

With Russian soldiers pushed out of parts of the Kharkiv region, Ukrainian investigators have been overwhelmed with accounts of detentions, torture and missing relatives, as well as collaboration and property theft. [Read more](#)

@nytimes

🥵 188 🗑️ 24 👍 17 🤔 16

👁️ 20.7K 23:04

Emoji-reactions. In the NYT Telegram posts, the number of reader's emoji reactions depends upon the topic discussed; it is hardly dependent on the semiotic resources used to introduce it. Over the period under analysis, any information about the President of Ukraine consistently evokes a high number of reactions of approval. For example, the post on March 15th [image + headline + text] (sample 5) gathered the total of 739 reactions: 700 likes (503 red hearts + 197 thumbs-up), 25 dislikes (thumbs-down), 8 sadness (crying face), and 6 doubts (thinking face). In the example below (The New York Times, 2022d), the image backed up by the headline that mentions President Zelensky in anchor text and in hypertext (Santora, (2022) arrests reader's attention and makes the concept of UKRAINE salient.

(5)



As for the rating of other war issues, the NYT Telegram posts show that ‘domestic’ information on American involvement mostly arises much greater attention than news about the help of other Ukraine’s allies (67 :: 33% emoji reactions per a post). Verbal or visual mentions of the USA leaders, combined with such hot news as weaponry, trigger a large number of responses. In example (6), the news posted on April 20th, 2022 [headline + text + image + link] (The New York Times, 2022a) gathered 382 reactions (332 likes (128 thumbs-up, 204 red hearts,) 7 sadness (crying face), 11 doubts (thinking face), and 32 dislikes (thumbs-down). The anchor Telegram text mentions President Biden and enumerates American weaponry ready to be given to Ukraine. The hypertext (Erlanger, 2022) helps to make the information salient:

(6)



The U.S. Races to Arm Ukraine With Heavier, More Advanced Weaponry

As Russian troops began pouring into Ukraine nearly two months ago, the United States and its allies started supplying Kyiv with weapons for what many expected to be a short war: sniper rifles, helmets, medical kits, encrypted communications, bullets and the portable, shoulder-held Stinger and Javelin missiles that quickly became icons of the conflict. <...> The West plans to send longer-range weapons like howitzers, anti-aircraft systems, anti-ship missiles, armed drones, armored trucks, personnel carriers and tanks — arms that President Biden said were tailored to stop “the wider assault we expect Russia to launch in eastern Ukraine.”

At the same time, information about events in which America's leaders are not directly involved (*the U.S. officials, United States intelligence agencies, American officials, etc*), as a rule, causes half as many reactions, e.g. the post on March 12th [headline + image + text + link] gathered 146 reactions (118 likes (thumbs-up), 16 doubts (thinking face), and 12 dislikes (thumbs-down)). In post (7) below (The New York Times, 2022b), the concept of AMERICA is only verbalized in the text and hypertext (Barnes et al., 2022), while the concept of RUSSIA is realized by both by the image and the text mentioning Putin's name. However, the NYT readers positively evaluate the former one (concept AMERICA as UKRAINE's ALLY), which leaves no doubts as to readers' predominant sympathy to Ukraine in their construal of the world:

(7)



U.S. Officials Say Superyacht Could be Putin's American officials are examining the ownership of a \$700 million superyacht currently in a dry dock at an Italian seacoast town, and believe it could be associated with President Vladimir V. Putin of Russia, according to multiple people briefed on the information.

United States intelligence agencies have made no final conclusions about the ownership of the superyacht — called the Scheherazade — but American officials said they had found initial indications that it was linked to Mr. Putin. The information from the U.S. officials came after The New York Times reported on Tuesday that Italian authorities were looking into the 459-foot long vessel's ownership and that a former crew member said it was for the use of Mr. Putin.

Emojis of disapproval prevail in the NYT Telegram channel as reactions on posts about RUSSIA. For example, the news posted on May 22^d [4 images + headline + text+ link] (sample 8.1–8.5) (The New York Times, 2022g) gathered 739 reactions 213 dislikes (18558 thumbs-down + 28 crying faces), 64 likes (58 thumbs-up + 6 red hearts), and 14 doubts (thinking face). The negative evaluation of KIRILL, RUSSIAN CHURCH, and RUSSIA appears as a result of direct binding of KIRILL with PUTIN, as it is mentioned in the headline (*leader – Putin's ambitions*), the text (*Putin's altar boy*), and images.

The four images, the headline, and the text present the concept of RUSSIA through its segment RUSSIAN ORTHODOX CHURCH and related concept PATRIARCH KIRILL I. The post below profiles the latter (the solo image of Kirill – 8.1.) against the background of the former (three smaller group images of Kirill with Putin – 8.2, near the Kremlin wall – 8.3, and with the clergy – 8.4), which ascribes a negative meaning to both PATRIARCH KIRILL I and his CHURCH in the readers' construal of the world.

Image (8.1) pictures Kirill (synecdoche—the LEADER OF THE CHURCH for THE RUSSIAN ORTHODOX CHURCH), which extends the meaning of RUSSIA—THE AGGRESSOR by introducing a new congruent entity of the RUSSIAN CHURCH.

Images (8.2), (8.3) elaborate the concept of PATRIARCH KIRILL I by providing information about his close connections with the Kremlin and its leader.

Image (8.4) accentuates the concept of the RUSSIAN CHURCH by visualizing the clergymen and extends the meaning of the CHURCH by focusing the clergy's role as "*Putin's altar boys*" who receive "*vast resources in return from the Kremlin*" (as the text states).

(8.1 – 8.4)



The headline below the gallery of images in (8.1 – 8.4) extends the concept of the LEADER OF THE CHURCH by connecting Kirill to PUTIN, while the text leaves no doubt about the evil nature of their connection in the world's eyes (“*Kirill has staked the fortunes of his branch of Orthodox Christianity on a mutually beneficial alliance with Mr. Putin*”). The example of Telegram post (8.5) and corresponding hypertext (Horowitz, 2022) demonstrates a huge cognitive gap between Russia and the world: the entities, which seem contiguous and congruent for the construal of the world of many Russian citizens (church and terrorist ambitions), are actually incongruent and noncontiguous for people of democratic countries.

(8.5) As Russia's invasion of Ukraine unfolded, Patriarch Kirill I, the leader of the Russian Orthodox Church, had an awkward Zoom meeting with Pope Francis.

Kirill spent 20 minutes reading prepared remarks, echoing the arguments of President Vladimir Putin of Russia that the war in Ukraine was necessary to purge Nazis and oppose NATO expansion.

“Brother, we are not clerics of the state,” Francis told Kirill, as he later recounted to the *Corriere della Sera* newspaper. Francis added that “the patriarch cannot transform himself into Putin's altar boy.”

Today, Kirill stands apart not merely from Francis, but from much of the world. The leader of about 100 million faithful, Kirill, 75, has staked the fortunes of his branch of Orthodox Christianity on a mutually beneficial alliance with Mr. Putin. Kirill offers Mr. Putin spiritual cover while his church — and possibly he himself — receives vast resources in return from the Kremlin.

Among the Telegram posts under analysis, the record 1328 reactions were caused by a most unexpected war protest on Russian TV (The New York Times, 2022c): the news on March 15th [headline + video + text + link] (sample 9) produced 1250 likes (971 red hearts and 279 thumbs-up), 31 doubts (thinking face), and 47 dislikes (thumbs-down). The readers highly estimated what Marina Ovsyannikova did on Channel 1, the Kremlin's flagship propaganda outlet. The video and the link to (Troianovski, 2022) not only visualize her protest but elaborate the information, supplying details necessary to understand it:

(9)



A protester storms a live broadcast on Russia's most-watched news show, yelling 'Stop the war!'

A state television employee burst onto the live broadcast of Russia's most-watched news show on Monday evening, yelling "Stop the war!" and holding up a sign that said "They're lying to you here," in an extraordinary act of protest against Russia's invasion of Ukraine...

On the whole, the topics of the NYT telegram channel can be ranked according to the reaction of readers from the most to the least influential ones. The largest number of positive emojis, as a rule, is caused by information about the first persons of the United States—allies of Ukraine and President Zelensky, as well as about artifacts that are unexpected emotionally loaded events.

4. Conclusions

This paper has presented a cognitive-semiotic and multimodal approach in political linguistics. The research has addressed political narrative about the 2022 Russia-Ukraine war in American social media, in particular, the type and configuration of multimodal semiotic resources used by *The New York Times* Telegram channel to cover war news and shape their perception by the readers.

I argue that Telegram post together with users' emoji-reactions is a specific interactive genre of a multimodal political discourse. This media discourse involves different semiotic resources—verbal, graphic, audial, and filmic (video) that are equally important for the formation of meaningful opinions and their storage in the construal of the world. In multimodal digital media discourse, its meaning is gestalt jointly constructed by each semiotic resource.

The findings show that the following post formats are most typical for *The New York Times* Telegram channel: an image or a gallery of images followed by a headline, a text, and a link to another site. They serve to accentuate, elaborate, and extend the information in the post. The information of different Telegram formats frames and reframes the readers' construal of the world, ascribes connotations to facts and events.

Emojis realize both pragmatic and cognitive functions: on the one hand, they are effective instruments to measure users' reaction; on the other, they contribute to meaning-making by evaluating and making salient the concepts described. The largest number of positive emojis is caused by information about the first persons of the United States—allies of Ukraine and about Ukrainian President Zelensky. Judging by reactions, the NYT Telegram channel has succeeded in construing a true concept of the RUSSIA-UKRAINE WAR and the concepts of UKRAINE as a victim of aggression and a fighter for independence, of RUSSIA as a terrorist-state, and of their ALLIES and OPPONENTS.

A further systematic analysis may help better understand a specific interactive genre of a multimodal political discourse of Telegram channels and the role of emoji reactions, in particular.

References

- Berger, J. (2016). *Invisible influence: The hidden forces that shape behavior*. New York, London, Toronto, etc.: Simon & Schuster Paperbacks.
- Crying face (n.d.). *Emojipedia*. Retrieved from <https://emojipedia.org/crying-face/>
- Dijk, T. A. van (2008). *Discourse and context: A sociocognitive approach*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Divjak, D., Milin, P., & Medimorec, S. (2020). Construal in language: A visual-world approach to the effects of linguistic alternations on event perception and conception. *Cognitive Linguistics*, 31(1), 37-72. <https://doi.org/10.1515/cog-2018-0103>
- Groth, S. (2019). Political narratives / narrations of the political: An introduction. *Narrative Culture*, 6(1), 1-20. <https://doi.org/10.13110/narrcult.6.1.0001>
- Herasimenka, A., Bright, J., Knuutila, A., & Howard, P.N. (2022). Misinformation and professional news on largely unmoderated platforms: The case of Telegram. *Journal of information technology and politics*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2076272>
- Herrero-Solana, V., & Castro-Castro, C. (2022). Telegram channels and bots: A ranking of media outlets based in Spain. *Societies*, 12(6), 164. <https://doi.org/10.3390/soc12060164>
- How we verify our reporting on the Ukraine war (2022, March 11). *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/03/11/world/europe/ukraine-war-journalism.html?action>
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London & New York: Routledge.
- Krysanova, T. (2019). Constructing negative emotions in cinematic discourse: a cognitive-pragmatic perspective. *Cognition, communication, discourse*, 19, 55-77. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-04>
- Lakoff, G., & Turner, M. (1989). *More than cool reason. A field guide to poetic metaphor*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Moschini, I., & Sindoni, M. G. (Eds.) (2022). *Mediation and multimodal meaning making in digital environments*. Routledge.
- Neudert, L.-M., Howard, P., & Kollanyi, B. (2019). Sourcing and automation of political news and information during three European elections. *Social Media + Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119863147>
- O'Halloran, K. L. (2011). Multimodal analysis and digital technology. In A. Baldry, & E. Montagna (Eds.). *Interdisciplinary Perspectives on Multimodality: Theory and Practice* (pp. 1-26). Campobasso: Palladino.
- Post Formats (n.d.). Retrieved from <https://developer.wordpress.org/themes/functionality/post-formats/>
- Red Heart (n.d.). *Emojipedia*. Retrieved from <https://emojipedia.org/red-heart/>
- Shenhav, S. R. (2006). Political narratives and political reality. *International Political Science Review*, 27(3), 245-262. <https://doi.org/10.1177/0192512106064474>
- Shevchenko, I., & Gutorov, V. (2019). A cognitive-pragmatic perspective on apologies in English and Ukrainian discourse. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, IV (2), 301-341.
- Thinking face (n.d.). *Emojipedia*. Retrieved from <https://emojipedia.org/thinking-face/>
- Thumbs Down (n.d.). *Emojipedia*. Retrieved from <https://emojipedia.org/search/?q=thumbs-down>
- Thumbs Up (n.d.). *Emojipedia*. Retrieved from <https://emojipedia.org/search/?q=thumbs-up>
- Zhabotynska, S., & Ryzhova, O. (2022). Ukraine and the West in pro-Russia Chinese media: A methodology for the analysis of multimodal political narratives. *Cognition, communication, discourse*, 24, 115-139. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-24-09>
- Zhabotynska, S., & Slyvka, N. (2020). Emotive speech acts and their discourse modifications in the literary text. *Discourse and Interaction*, 13(1), 113-136. <https://doi.org/10.5817/DI2020-1-113>

Sources for illustrations

- Barnes, J. E., Forsythe, M., Kirkpatrick, D. D., & Horowitz J. (2022, March 11). U.S. officials say a superyacht could be Putin's. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/live/2022/03/12/world/ukraine-russia-war>
- Erlanger, S., Schmitt, E., & Barnes J.E. (2022, April 19). The U.S. Races to arm Ukraine with heavier, more advanced weaponry. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/04/19/world/europe/us-ukraine-weaponry.html>
- Gall, C. (2022, October 20). 'It Was Horror': Ukrainians Share Grim Tales of Russian Occupation. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/10/20/world/europe/ukraine-civilians-russia-occupation.html>
- Horowitz, J. (2022, May 21). The Russian Orthodox leader at the core of Putin's ambitions. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/05/21/world/europe/kirill-putin-russian-orthodox-church.html>
- Landler, M., & Stevis-Gridneff, M. (2022, March 15). European leaders brave Russian bombardment in visit to Kyiv. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/03/15/world/europe/poland-czech-republic-slovenia-kyiv.html>
- Santora, M. (2022, March 15). Zelensky, speaking in their language, appeals to Russians to end the war. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/live/2022/03/14/world/ukraine-russia-war>
- The New York Times. (2022a, April 20). The U.S. Races to arm Ukraine with heavier, more advanced weaponry. [Telegram post]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/248>
- The New York Times. (2022b, March 12). U.S. officials say a superyacht could be Putin's. [Telegram post]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/11>
- The New York Times. (2022c, March 15). A protester storms a live broadcast on Russia's most-watched news show, yelling, 'Stop the war!' [Telegram post]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/31>
- The New York Times. (2022d, March 15). Zelensky, speaking in their language, appeals to Russians to end the war. [Telegram post]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/35>
- The New York Times. (2022e, March 16). European leaders brave Russian bombardment in visit to Kyiv. [Telegram post]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/43>
- The New York Times. (2022f, March 29). Video: Survivors describe the horror of Mariupol, and the terror of escape. [Telegram video]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/147>
- The New York Times. (2022g, May 22). The Russian Orthodox leader at the core of Putin's ambitions. [Telegram post]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/506>
- The New York Times. (2022h, October 20). 'It Was Horror': Ukrainians Share Grim Tales of Russian Occupation. [Telegram post]. Retrieved from <https://t.me/nytimes/1579>
- Troianovski, A. (2022, March 14). A protester storms a live broadcast on Russia's most-watched news show, yelling, 'Stop the war!' *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/03/14/world/europe/russian-protester-tv.html>

**АМЕРИКАНСЬКІ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА
ПРО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКУ ВІЙНУ:
МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ АНАЛІЗ**

Ірина Шевченко

доктор філологічних наук, професор,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
(майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна);
e-mail: iryna.shevchenko@karazin.ua
ORCID <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Анотація

Це дослідження зосереджено на політичному наративі про російсько-українську війну в американських соціальних медіа. Воно має на меті дослідити типи і конфігурацію мультимодальних семіотичних ресурсів, які використовуються для представлення подій цієї війни та моделюють їх сприйняття аудиторією, насамперед американською, у соціальних мережах, зокрема, Telegram-каналі *The New York Times*, що висвітлює російське військове вторгнення 2022 року. Які семіотичні ресурси використовують американські соціальні медіа для побудови наративу про війну? Які формати постів переважають; як вони розгортають інформацію про російсько-українську війну та конструюють її сприйняття: концепти ВІЙНИ, УКРАЇНИ як жертви агресії та борця за незалежність, РОСІЇ як держави-терориста та їхніх СОЮЗНИКІВ і ПРОТИВНИКІВ? Теоретично це дослідження базується на когнітивно-семіотичному та мультимодальному підходах у політичній лінгвістиці. У політичному медіа-наративі оповідання формує сприйняття реалій війни: воно формує та переформатує читацьку інтерпретацію світу, надає конотації фактам і подіям. Мультимодальний наратив включає різні семіотичні ресурси – вербальні, графічні, аудіальні та кінематографічні (у відео). Конфігурація цих різномірних знаків у пості конкретного Telegram-каналу визначає його вплив як переважно раціональний або емоційний. Отримані дані показують, що для Telegram-каналу *The New York Times* характерні такі формати постів: зображення, за яким йде текст і посилання на інший сайт (найчастіший); галерея (галерея зображень) і цитата (цитата із заголовком джерела/автора) (рідше); рідковживані відео та аудіо. Вони служать для того, щоб підкреслити, деталізувати та розширити інформацію в пості. Дослідження доводить, що Telegram пости разом із емодзі-реакціями користувачів є специфічним інтерактивним жанром мультимодального політичного дискурсу. Емодзі реалізують як прагматичну, так і когнітивну функції: з одного боку, вони є ефективними інструментами для вимірювання реакції користувачів; з іншого, вони сприяють формуванню смислу, оцінюючи та висвітлюючи описані концепції. Домінування раціональної та перевіреної інформації в Telegram-каналі *The New York Times* створює правдивий образ геноцидної ВІЙНИ Росії проти України та дає справедливую оцінку пов'язаних концептів.

Ключові слова: інтерактивний дискурс, мультимодальність, політичний Telegram-канал, російсько-українська війна, семіотичний ресурс.

Cognition, communication, discourse. 2022, 25: 80-88.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-06>

Received 25.09.2022; revised and accepted 25.11.2022

UDC 801.82(02.053.2)-028.22:81'42

MULTIMODAL IMAGERY IN PICTURE BOOKS FOR CHILDREN

Alla Tsapiv

Doctor of Sciences in Linguistics, Associate Professor,
Kherson State University

(legal address: Kherson State University,
University Street 27, Kherson, Ukraine 73003;

actual address: Shevchenko st., 14, Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76018)

e-mail: atsapiv@ksu.ks.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5172-213X>

Article citation: Tsapiv, A. (2022). Multimodal imagery in picture books for children. *Cognition, communication, discourse*, 25, 80-88; <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-06>

Abstract

This research focuses on revealing visual means of creating imagery in picture books, addressed to a child-reader. The theory of J. Appleyard has been acknowledged. It is believed that in early and later childhood children realize themselves as players, heroes, and heroines of the stories. Given that, visual imagery contributes to their reading experience and creates special world, which attracts child-readers. The theory suggested by G. Kress and T. van Leeuwen, supplemented by C. Painter, J. Martin, and L. Unsworth has been developed and amplified. Social distance, proximity, attitude, and contact in picture books for children are created by means of visual devices, i.e. color and saturation, page layout, close up and long-shot depiction. It is assumed that the most prominent means of creating meanings in picture books for children becomes the focaliser's viewpoint, as in most narratives for children a child or an anthropomorphic character of a child's age is a focaliser of the events. It is claimed that close-up depiction of images creates a special eye contact with the reader, as well as color decisions become visual means of creating the point of view of the focaliser. Furthermore, full-length pictures become a visual tool of implementation ironic senses. In ironic narrative for children, the incongruity is shaped via visual depiction of the characters, which builds the contrast between conventional understanding of issues and their representation in narratives for children. Proximity and distance of the images implements social and psychological connection, status or misunderstanding between the characters. Special angle of viewing the images serves as a device of revealing the type of the narrator of the story, as oblique and high angle become a tool of narrating a story by an adult narrator.

Keywords: picture books for children, visual imagery, child-reader, focaliser, point of view.

1. Introduction

Narratives, written for children, possess specificity on the level of their storytelling and story creating. Dynamic plots, child-characters, special setting, and composition structure, as well as adult-narrator and child-focaliser—comprise unique poetics of the texts, addressed for children (Tsapiv, 2020).

Children face different obstacles when they make their first steps to literacy and life experience. Books with beautiful illustrations and dynamic plots became special guides that teach and give children that important knowledge they need to be aware of things and objects that surround them every day (Nodelman, 2005). Visual narratives make such apprenticeship both simple and complicated. Narratives, addressed to young child-readers are constructed in a special way—verbal

and visual story produce a multimodal narrative, in which a special synergy of words and illustrations is created (Arizpe & Styles, 2016).

Literary texts for children have been beneath the notice for a long time, thus appeared in focus of linguistic research since the 19th century. In that period, the whole world society agreed that children need something different from what is addressed to adult readers (Hunt, 2005).

One of the main tasks of the linguist who researches narratives, addressed to a child-reader, is to interpret *what* and to understand *how* the story is implemented in the book, addressed to a child-reader. What tools are used for actual verbiage and visualization of the narrative that makes it so attractive, so clear for children.

2. Theoretical background and method

This research is based on the methodology of multimodal stylistic analysis developed by Norgaard (2010; 2018), the concept of reader–character relationship suggested by Kress and van Leeuwen (2006) and extended by Painter, Martin & Unsworth (2012). The theory of types of readers, developed by philologist Appleyard, has been elaborated. Given that a child-reader in their early childhood realizes themselves as a player, while in later childhood, this role is believed to be a hero or heroine of the story (Appleyard, 1991). Such theory enables to highlight the special demands of children to the narratives they read.

In this research, the methodology of Kress and van Leeuwen (2006) of revealing visual meaning systems, which enables to create the tie and empathy between a child-reader and a character of the narrative, is implemented. We find it absolutely relevant to concentrate on four main systems: *social distance, attitude, contact, and modality*.

Painter, Martin, and Unsworth (2012) add one more criterion—*proximity*, which shows the relationship between characters—the closer to each other they are depicted, the closer interconnection they possess. Such visual proximity influences the realization of a child-reader’s family ties and friends’ bonds, which exit between characters of the narrative. For example, a well-known Bond’s fiction narrative “Paddington” is a story about a small bear, who was found by Mr. and Mrs. Brown on a railway platform. Very soon, that bear from Peru became a real member of their family. A narrative about transformation and a great change from lonely little bear, who was absolutely alien and unaware about the world around him, to a friendly member of the Brown family is presented both verbally and visually.

3. Results and discussion

In first narrative episodes, Paddington is lonely and scared. In text illustrations, he is represented alone or with Mr. and Mrs. Brown who keep a little distance from him and have no tactile contact, his gestures demonstrate embarrassment and fear (see fig. 1). However, the closer relationship he has with the family, the stronger ties they gain, the more they learn about Paddington – the closer the bear and the members of the family are represented in the illustrations (see fig. 2).

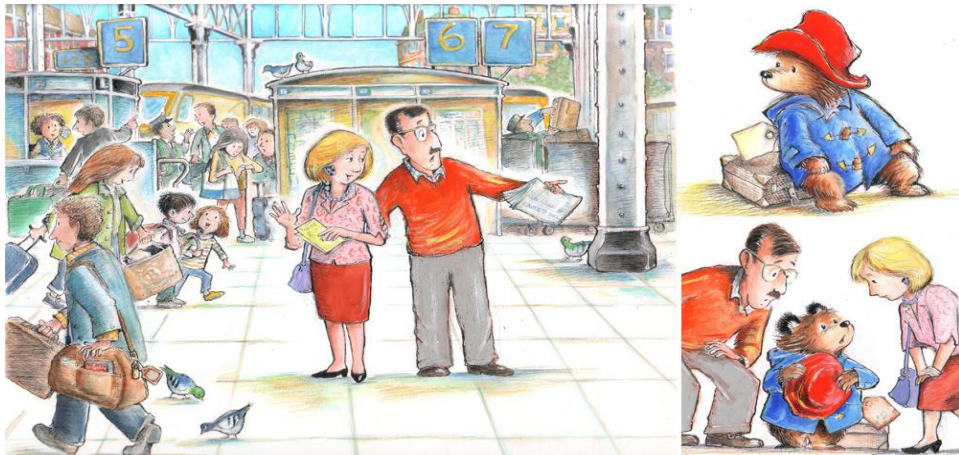


Fig. 1. *Paddington on the railway platform* (from “Paddington” by M. Bond)



Fig. 2. *Paddington drinks tea with the Browns* (from “Paddington” by M. Bond)

Visual proximity of the characters can also talk about their relationship with other characters. In the adventures of Paddington at the Carnival, Mr. Gruber is a friend and a guide for the bear, who explains to him unknown things and introduces people and traditions of the carnival—bubbles, boats, barbecue, bands, and banjo. Almost on each illustration, Paddington is presented with Mr. Gruber, who helps, explains, or just watches the little bear (see fig. 3).



Fig. 3. *Paddington at the Carnival* (“Paddington at the Carnival” by M. Bond)

At the same time, *full-length* (long shot) (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 124) depiction creates a constant social distance between the child-reader and the character of the narrative, who becomes rather an observer than a participant of the story. Picture books about Paddington also imply social hierarchy (Nodelman, 2005) adult::child. The reader can observe in the pictures that Mr. Gruber is an adult, who has better life experience and chooses where to go and what to do, as if in real life, when children go for a walk with parents, who are elder, experienced, and wiser and who decide in which direction to go.

It is assumed that *close up* (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 124) presentation of the characters makes special closeness between a child-reader and a character and at the same time, such close shot becomes a method of visual representation of the point of view of the focaliser.

Narrative theory provides basic notions, which are necessary for the narrative analysis of the text – they are narrator and focaliser. It is assumed that narrator functions as a mediator in the verbal and/or visual medium of the representation, he tells what the focaliser sees (Fludernik, 2002, p. 6), he presents the events from the point of view of the focaliser. One of the most vivid visual devices of creating the point of view of the focaliser is a visual eye contact of the character and the reader (Painter, Martin & Unsworth, 2012, p. 19; Kress & van Leeuwen, 2006). Very often close-up depiction makes possible such eye contact in case when the character is represented in front position. It shortens or even dissolves the social distance and creates certain intimacy between the child-reader and the character (see fig. 4)

Verbal-visual narrative “Russel the Sheep” is a story about the sheep Russel, who was trying to fall asleep at the end of a long busy day. No matter how hard Russel tried, what life hacks and tricks he implemented, he could not cope with the task and achieve the desired effect. Close up presentation of the main character, dark blue and white colors of the illustrations, special typeface with ‘jumping’ letters of different size and shape create an atmosphere of the night and sleepy Russel, who is doing his best to fall asleep (see fig. 4).

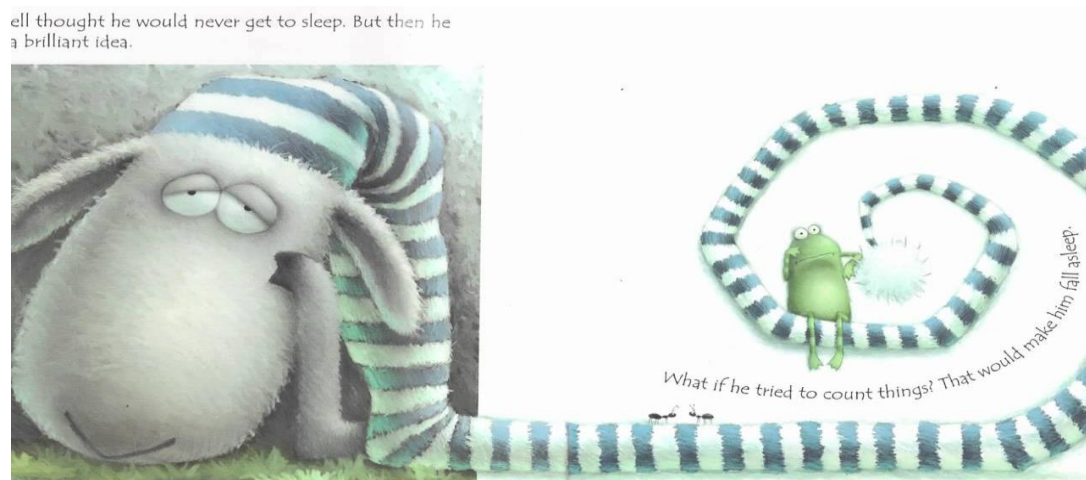


Fig. 4. *Russel the sheep is trying to fall asleep* (“Russel the Sheep” by R. Scotton)

Such visual devices create close interconnection between a child-reader and a character of the narrative. The double-page spread of the Russel’s image demonstrates the given priority to the visualization of the story. Light dizziness of the main character Russel is represented with the help of visual representation of his half-closed eyes, a nightcap with a long-pointed top and the text, which graphically imitates the loop of the long curly nightcap’s top (*What if he tried to count thing? That would make him fall asleep*). While looking at the image of Russel and reading the text a child-reader turns his head what strengthens the atmosphere of sleepiness and dizziness of Russel, as well as creates the interconnection between the feelings of the main character and a child-reader.

3.1. Multimodal creation of the point of view. Character's introduction

In visual narratives for children, multimodal meaning-making is created by means of interaction and integration of verbal and visual modes (Norgaard, 2010, p. 42), it creates a multimodal semiosis. If the linguist manages to decode it, he captures the sense, construed by these modes. Characters of the narratives for children who become focalisers of the narrated events, as a rule are of child age (Tsapiv, 2020). The point of view of the focaliser is often created both verbally and visually, though in picture books visual means are dominant.

For example, in the fairy narrative “Once Upon a Wish”, a little magician, a wishgiver boy, lives inside an old oak tree and makes special potions and lotions to make children’s wishes come true. The atmosphere of magic is created with the color choices—violet, blue, pink. The child-reader maintains an observer of the events, but he can understand the position of the main character with the help of the color saturation, as it symbolizes children’s dreams and hopes. Verbal text is integrated into the visual pictures, as it repeats the contours of the steam that comes from the copper, in which magic potions are boiling (*A marvelous, magical wishgiver boy, who works to grant wishes and bring others joy*). The text integrates and repeats the movements of the air stream, which floats in the breeze (*At nightfall a new wish floats in on the breeze*) (see fig. 5).

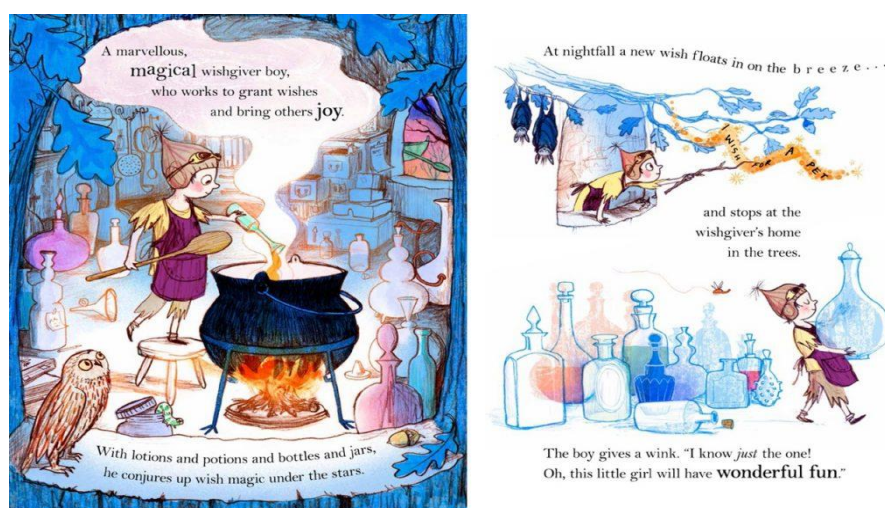


Fig. 5. *Color realization of the point of view of the focaliser* (“Once upon a wish” by A. Sparkes & S. Ogilvie)

3.2. Visual figuration. Irony

Ironic visual narratives always have long shot size of frame (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 124), as they intentionally make a social distance between a child-reader and a character, suggesting a reader to observe, rather than participate in the story. A verbal-visual narrative “Olivia” is a story about a little piglet Olivia who behaves like a common child—she plays, goes for a walk, draws, and dreams. The story is presented both verbally and visually with the symmetrical (words and pictures tell the same story) and complementary (pictures significantly amplify the words) interaction (Nikolajeva & Scott, 2000, p. 225) between the text and pictures. Visual storytelling becomes a tool to implement the narrator and the focaliser of the story. Most pictures in the narrative have a special angle of viewing—Olivia is viewed from above, using an oblique angle. Such depiction imitates an adult narrator, who looks from above (comparing his height to a child’s one) at Olivia and tells about her. However, the choice of grey and red colors, becomes a device to create a character’s point of view. The things that matter for Olivia are in red color, as well as everything that is unimportant – in grey pallet (see fig. 6).

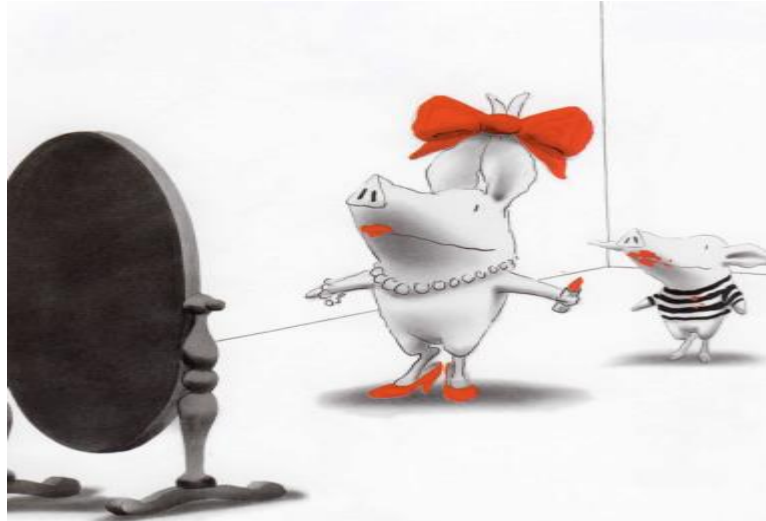


Fig. 6. *Olivia is looking in the mirror* (“Olivia” by I. Falconer)

In Figure 6, little piglet Olivia is wearing a red bow, red high heeled shoes and uses red lipstick for the make-up. Olivia feels absolutely beautiful, as she is looking at her reflection in the mirror with pleasure. The incongruity between the typical appearance of a pig and her image of a fashion-conscious child creates a visual irony. A more vivid ironical effect is created by the image of Olivia’s little brother, who has copied the behavior of his sister and colored his lips with the red lipstick, to be alike Olivia. The prominence of red color also symbolizes unity and proximity between Olivia and her younger brother, who is looking into the mirror with the same admiration as his sister.

Verbal-visual narrative about princess Smartypants is a humorous narrative about an unusual princess. Visual images possess visual incongruity i.e. unusual or different from what is common or generally acceptable by the society. The incongruity here is between a typical image of a princess, who is beautifully dressed and has good manners – and an unusual princess Smartypants, who wears jeans, t-shirts, doesn’t attend balls, but rather is having fun with her friends by watching TV and doing nothing (see fig. 7).

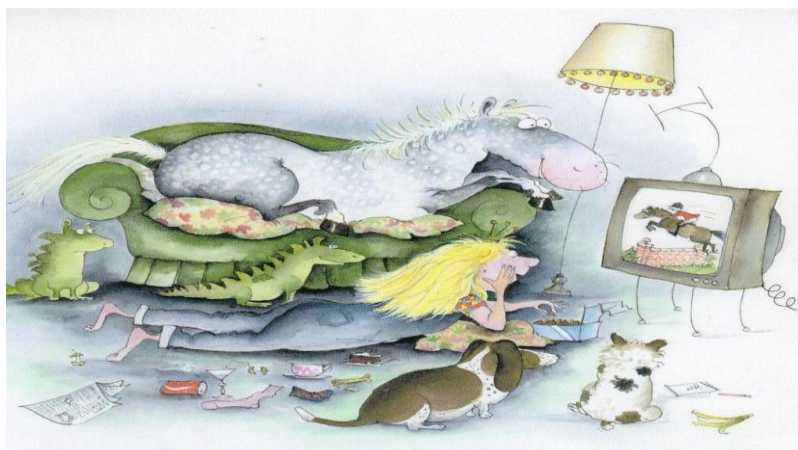


Fig. 7. *Princess Smartypants with her friends* (“Princess Smartypants” by B. Cole)

3.3. Visual hyperbole and distance in picture books

Visual means as well as images layout make senses of proximity or distance of the characters of the narratives. Convergence of meanings, created by images and their special layout implements focaliser’s point of view. In the given example (see fig. 8), Olivia is playing and building a sandcastle on the beach. Her mother is busy with reading a newspaper; she is sitting in a chaise longue, paying

no attention to her daughter. The size of the castle, built by Olivia, is exaggerated, as it symbolizes the distance and misunderstanding between Olivia and her mother. From Olivia's point of view, there is a huge gap between them and visual hyperbole (a huge castle, which looks more like a skyscraper) becomes a means of creating focaliser's viewpoint. The distance between the characters, created with the help of the layout, strengthens Olivia's position.

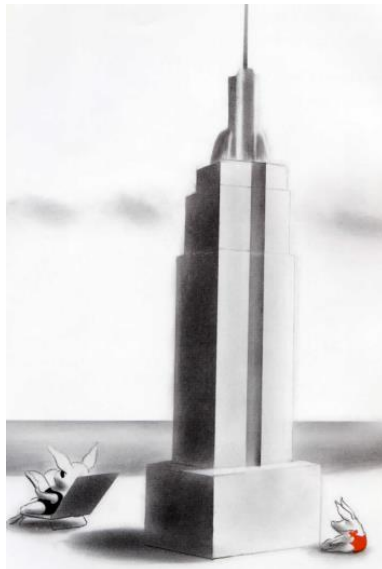


Fig. 8. *Olivia is building a sand castle* (“Olivia” by I. Falconer)

A wide range of visual means of creating imagery in picture narratives for children: color, page layout, proximity, and distance of characters, visual prominence, visual means of creating point of view of the focaliser construct special world for a child-reader in his/her reading experience as a player, hero, or heroine of the story.

4. Conclusions

In this paper, I focused on the visual means of creating imagery in picture books for children. This research tends to acknowledge the theories on multimodal analysis of picture books, as well as suggests its own viewpoint on special poetics that picture books for children possess. In particular, the role of color and its saturation, page layout, color decisions, visual means of creating point of view of the focaliser have been foregrounded.

My research is based on the assumption that in early and later childhood, children realize themselves as players and heroes and heroines of the stories they read. Special narration of stories—adult narrator and child focaliser—comprise uniqueness of stories for children. Multimodal construing of picture books creates a special world for a child-reader with visual imagery and play of the colors.

Visual proximity demonstrates social and emotional contact of the characters, as well as their distance builds a gap between them. I claim that close-up depiction of the characters and their front position on pictures enables to create an eye-contact as well as arises empathy. The choice of a definite color, which becomes prominent among other shades, becomes a tool of creating the point of view of a child-focaliser. An oblique angle of depiction and above angle of viewing demonstrate the narrator's position, who tells about the characters as if an adult, watching from above.

Ironic narratives have a long-shot depiction and suggest a child-reader to become an observer, rather than a participant of the narrative. Visual irony is created by means of constructing visual incongruity in character's appearance.

Future studies on linguistic and cultural specificity of picture books for children are considered perspective and relevant.

Acknowledgements

With great respect and pleasure, I express my deep and heartfelt gratitude to Prof. Larysa Bieliakhova for the inspiration and support.

References

- Appleyard, J. A. (1991). *Becoming a reader: The experience of fiction from childhood to adult*. New York: Cambridge University Press.
- Arizpe, E., & Styles, M. (2016). *Children reading picturebooks: Interpreting visual texts* (2nd ed.). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Fludernik, M. (2002). *An introduction to narratology*. London and New York: Routledge. Taylor & Francis Group.
- Hunt, P. (Ed.). (2005). *Understanding children's literature* (2nd ed.). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Nikolajeva, M., & Scott C. (2000). The dynamics of picturebook communication. *Children's literature in education*, 31(4), 225-239.
- Nodelman, P. (2005). Decoding the images: How picture books work. In P. Hunt (Ed.), *Understanding Children's literature* (pp. 128-139). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Nørgaard, N. (2010). New perspectives on narrative and multimodality. In R. Page (Ed.), *Multimodality and the literary text: Making sense of Safran Foer's 'Extremely loud and incredibly close'* (pp. 115-126). New York, London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Nørgaard, N. (2018). *Multimodal stylistics of the novel: more than words*. New York and London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Painter, C., Martin, J., & Unsworth, L. (2012). *Reading visual narratives: Image analysis in children's picturebooks*. UK: Equinox Publishing Ltd.
- Tsapiv A.O. (2020). *Poetics of narrative of the anglophone literary texts for children* (Unpublished thesis for a doctor of sciences in philology degree) V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine.

Sources for illustrations

- Bond, M. (2014). *Paddington at the carnival*. London: HarperCollins Children's books.
- Bond, W. (2018). *Paddington: The original story of the bear from Darkest Peru*. London: HarperCollins Children's books.
- Cole, B. (2005). *Princess Smartypants*. London: G.P. Putnam's Sons Books for Young Readers.
- Falconer, I. (2004). *Olivia*. Atheneum Books for Young Reader.
- Scotton, R. (2005). *Russel the sheep*. London: HarperCollins Children's book.
- Sparks, A., & Ogilvie, S. (2016). *Once upon a wish*. UK: Penguin Random House.

МУЛЬТИМОДАЛЬНА ОБРАЗНІСТЬ В ІЛЮСТРОВАНІХ ТЕКСТАХ ДЛЯ ДІТЕЙ

Алла Цапів

доктор філологічних наук, доцент,
Херсонський державний університет

(юридична адреса: вул. Університетська, 27, м. Херсон, 73003;

фактична адреса: вул. Шевченка, 14, м. Івано-Франківськ, Україна, 76018)

e-mail: atsapiv@ksu.ks.ua;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5172-213X>

Анотація

Наукову розвідку присвячено виявленню візуальних засобів створення образності в ілюстрованих текстах, присвячених дитячій читацькій аудиторії. У роботі підтверджується теорія, розроблена Дж. Апплеяром, щодо усвідомлення читачем себе у молодшому та старшому дитячому віці гравцем або героєм чи героїнею наративу під час його читання. У такий спосіб візуальна образність впливає на читацький досвід дитини та створює особливий світ для читача-дитини. У статті імплементовано та розширено положення, запропоновані Г. Крессом та Т. ван Льовеном, і доповнені авторами С. Пейнтером, Дж. Мартіном та Л. Унсвортом.

Соціальна дистанція, візуальне зближення, ставлення та створення читацького контакту в ілюстрованих текстах для дітей створюється завдяки візуальним засобам, зокрема кольору та його насиченості, розташуванню малюнків на просторі сторінки, крупного та дальнього плану зображення. У роботі стверджується, що одним з найважливіших способів створення смислів в ілюстрованих текстах для дітей є створення точки зору фокалізатора, оскільки у більшості наративів для дітей фокалізатором є саме дитини або антропоморфний персонаж дитячого віку.

У роботі доведено, що крупний план зображення персонажів створює зоровий контакт із читачем-дитиною, так само, як і кольорові рішення стають візуальним засобом творення точки зору фокалізатора. Дальній і повний план зображення постає візуальним засобом імплементации іронічних контекстів та смислів. В іронічних наративах для дітей інконгруентність конструюється завдяки візуальному зображенню персонажів і створенню візуального контрасту між узагальненим сприйняттям речей і їхнього бачення у наративах для дітей. Наближення персонажів на малюнках або їх дистанціювання втілює смисли щодо їхнього соціального або психологічного контакту або непорозуміння між ними. Спеціальний кут зображення персонажів слугує засобом визначення типу наратора історії, а саме непрямий косий кут із верхньої перспективи стає інструментом дорослого наратора у творенні історії.

Ключові слова: ілюстровані тексти для дітей, візуальна образність, читач-дитина, фокалізатор, точка зору.

Cognition, communication, discourse. 2022, 25: 89-118.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-07>

Received 24.09.2022; revised and accepted 25.11.2022

UDC 811.112.2

EMOTIVE LEXICON OF THE POLITICAL NARRATIVE: UKRAINE AND THE WEST IN CHINESE MEDIA

Svitlana Zhabotynska*

Doctor of Philology, Professor,

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy
(81 Shevchenko Blvd., Cherkasy 18023, Ukraine);

e-mail: saz9@ukr.net;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9841-6335>

Anastasiya Brynko

Master student,

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy
(81 Shevchenko Blvd., Cherkasy 18023, Ukraine);

e-mail: lgv50030@gmail.com

Article citation: Zhabotynska, S., & Brynko, A. (2022). Emotive lexicon of the political narrative: Ukraine and the West in Chinese media. *Cognition, communication, discourse*, 25, 89-118; <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-07>.

Abstract

This study, done within the framework of political and cognitive linguistics, discusses emotively loaded language of political media narratives that serve as the major manipulative tool with which propaganda exerts ideological impact on the public. Among various linguistic devices employed in molding the political narrative, a conspicuous role is played by emotively loaded lexicon that is in focus of this inquiry. It aims to expose the contribution of emotively loaded words into featuring a media image of the war launched by Russia against Ukraine in February, 2022. As a result of ideological confrontation between the adversaries and between their allies, this image, targeting home audiences in Russia and Ukraine, as well as foreign audiences, is framed as either pro-Ukrainian and pro-Russian, with the respective emotive assessments being mostly contrastive. Our study considers a pro-Russian image of the war shaped by the English version of *The Global Times* popular tabloid that belongs to Chinese state media. The dataset includes the articles depicting the Russia-Ukraine war in the context of international relations. The articles were published during June, 2022, three months after the beginning of Russia's military assault. In the study, the analysis of emotive lexicon grounds on a cognitive ontology of the RUSSIA-UKRAINE WAR image. Such ontology, defined as event-focused, allows for structuring information about the event proper and its participants. Their verbally crafted 'portraits' are made salient through the scope of employed emotive expressions, which facilitates priming and entrenchment of the intended biased image in the reader's mind.

Key words: emotive lexicon, political narrative, image of the Russia-Ukraine war, cognitive ontology, Chinese media, international audience.

1. Introduction

The last two decades have witnessed the 'emotional turn' in international relations and political science scholarship, where previously emotions were at the periphery of attention (Chaban et al., 2019-2020, p. 147; see also Redlawsk 2006; Clément & Sangar, 2017). A number of studies concerned with emotions in politics track them in the language of political narratives as 'stories'

shaping the public worldview (Patterson & Monroe 1998; Groth, 2019; Zhabotynska and Velivchenko 2019; Drăgan, 2020 among others). Seeking to understand how political narratives are made to influence the public, scholars identify various manipulative techniques (Dijk, 2006; Wadi & Ahmed, 2015; Babak et al. 2017) including content-based devices (content formation, authorization, and contextualization), form-based devices (verbal and non-verbal semiotic modes), and function-based devices (related to the properties of the narrator, recipient, and the way of narratives transmission) (Zhabotynska, 2022, p. 32–33). Our study analyses the verbal semiotic mode of narrative's implementation, with the research target being emotively charged lexicon that features the narrator's bias. *Topicality* of the research is accounted for by the role which political narratives, especially aggressive ones, play in the life of contemporary world where propaganda has become an inherent constituent of hybrid warfare. To understand how propaganda works and how to devise counter-propaganda, one has to address the workings of verbally furnished emotions. This study *aims* to expose the role of emotively connoted expressions applied in the pro-Russia narrative creating an image of the Russia-Ukraine war unleashed by Russia in February, 2022. We analyze this narrative as it is represented in the mainstream media of China, one of Russia's main international partners.

The research data – the articles published in the English edition of *The Global Times* Chinese media outlet – are analyzed from a *cognitive-semiotic methodological perspective*. The cognitive aspect is concerned with structuring the image of the Russia-Ukraine war portrayed in the media narratives, or building a cognitive ontology of this image. The semiotic aspect highlights the types of emotively connoted verbal expressions that both depict and create this ontology, thus molding, or 'framing', the information and manipulating the audience's ideological perception.

In the article, we first address such issues as the political narrative and its emotive lexicon, which are relevant for the theoretical framework of this study. The description of emotive lexicon, along with its types, includes considerations as to their interrelations. Next, we describe the data and the methodology of their analysis. The latter is presented in the further section, followed by the discussion of the obtained results, and the conclusions which summarize these results and outline the further research.

2. Theoretical background. Emotive lexicon of the political narrative

"Language is the neurochemistry of the 'huge cooperative nervous system' called society". With this precise definition MacNeil (1990) introduces the brilliant book by Hayakawa and Hayakawa (1990) on language in thought and action. Written before World War II, this book has no time boundaries, as the topics it highlights are eternal for the human species. As Hayakawa and Hayakawa (1990) note, most of our knowledge is received verbally – that is, in words. The *verbal world* that comes to us through words is opposed to the *extensional world* which we know or are capable of knowing through our own experience. The verbal world ought to stand in relation to the extensional world as a *map* does to the *territory* (pp. 19-20). By means of "imaginary or false reports or by false inferences from good reports or by mere rhetorical exercise, we can manufacture at will, with language, 'maps' that have no reference to the extensional world". Here "no harm will be done unless someone makes the mistake of regarding such 'maps' as representing real territories" (p. 21). Meanwhile, it is exactly what is being done with manipulative political narratives, where words create a virtual world served to the audience as real.

2.1. Political narrative as a manipulative tool

Politics, or the activities aimed at the governance of a country or area, includes a struggle waged between the people willing to gain and maintain power (Chilton & Schäffner, 2002, p. 5; Schäffner & Bassnett, 2010, p. 2). This struggle, conducted by social groups and individuals, is ordained through acts of threat, persuasion, reasoning, etc. (Dunmire, 2012, p. 737) performed with narratives – the stories or descriptions of events. In its broad, sociological, sense, adopted throughout social sciences, political studies in particular, the term *narrative* highlights arrangement of the meaning evoked by

a verbal text (Zhabotynska & Velivchenko, 2019, p. 365). So interpreted, narratives become constitutive of the way people experience the world. Narratives are special tools for managing human life, as people try to fit their reality into existing stories which make sense of the world around them. Narratives allow people to look through different future scenarios and choose one of them (Adams, 2008, p. 176). By synthesizing stories about of miscellaneous events taking place in different space and time locations, people make sense of the universe and their identities. As a result, humans are existing in a storied reality, where the latter's perception and understanding is influenced by the narrative (Graef et al., 2020, pp. 432-433). The narrative's sense-making capacity is accounted for by its arrangement characterized by a particular order of events, the sequence of which is construed by the teller. The events may be real or fictitious. Their participants are actors or characters whose performance implies an emotional binding, an action or conflict, behavior and tools used to address it, a special setting, scene or environment, and a conflict resolution (Denning, 2005, p. 23). The way the narrative is constructed influences our perception of processes happening in various fields, politics included (Patterson & Monroe, 1998, pp. 315-316).

Political narrative, understood as both a text whose structure represents the teller's image of the world, and a textually arranged image of the world imposed upon the audience (Zhabotynska & Velivchenko, 2019, p. 365), features the current political affairs rendered primarily through media. Therefore, this narrative exists at the intersection of political and media discourses. The political narrative, which describes the activities of political agents, focuses on political topics, such as collective decision-making, power relations, political beliefs, conflicts of interest, compromise, struggles for predominance, personal manifestos, troubles with cooperation between various social groups, etc. (Groth, 2019, pp. 3-4). Citizens need narratives to make sense of the political world. The narratives which they create or which are supplied to them respond to the questions *What has happened? What is happening? How do I fit into this story? What might / should happen?* And such narratives should also fit into the grander narratives with which their social lives are framed (Hanne, 2014, p. 23). Political narratives are crucially important for inducement of social changes and managing civic actions. Having a persuasive and mediational potential, this type of narratives is frequently used strategically to enhance a collective identity and create a coherent community (Miskimmon et al., 2013; Groth, 2019, pp. 3-4; Drăgan, 2020, pp. 72-73; Chaban et al., 2023). Political strategic narratives are stories about states and their political systems, the citizens' identity and the world order they need. They are tools for constructing shared meanings in international politics and molding the actions of international and domestic agents (Groth 2019, pp. 8-9). Such tools should have an impactful power, or pursue the communicative goals of persuasion and manipulation.

Intended to mediate messages, to persuade, and to garner support of the public, political narratives, are 'controlled' by the narrator, which means that if stories are told in the right way and at the right time, stressing the appropriate aspects and addressing the appropriate audiences, they are effective and can be used to frame political positions as favorable (Groth 2019, p. 8). In such a way, political narratives realize execution of power (Bayram, 2010, p. 26) defined as the "ability of its holders to exact compliance or obedience of other individuals to their will" (Bulloch et al., 1999, p. 678). The discursive power exposed in political communication is concerned with decision making, persuasion of the audience, controlling of human values and behavior. As a result, the narrator's choice of appropriate wording influences human attitudes and perception of the reality (Bayram, 2010, pp. 27-28), or frames political mindsets of the recipients (Groth, 2019, pp. 8-9).

Reality, represented in the form of a narrative created by a gifted politician, responds to the general public and individuals' personal preferences. To create an effective political narrative, the teller has to inbuild explanatory power in it, provide its coherence with the feelings and thoughts of the addressees, suggest solutions of various problems (Drăgan, 2020, pp. 72-73). How people choose and use language systems depends on who the speakers are, how they perceive themselves, what identity they want to project, what audience and in what context they address (Bayram, 2010, pp. 27-28). These factors get traction in the manipulative techniques employed in political narratives.

Manipulation is defined as an interactional and communicative practice which involves domination and intends to control people against their will by means of discourse, pictures, movies or other media (Dijk, 2006, pp. 360-361). Socially speaking, manipulation is a discursive form of producing elite power in different spheres, which demonstrates social inequality and which is against the interests of representatives of various social groups. Manipulation focuses on the modification of ideologies, beliefs and attitudes to significant social issues, such as immigration, terrorism, repressions, etc. (Dijk, 2006, pp. 365-369; Wadi & Ahmed, 2016, p. 17). Once the audience's attitudes are influenced, little further manipulation is required to make people behave according to such attitudes (Dijk, 2006, p. 369). To manipulate people, social actors rely on specific psychological principles and discursive devices. Psychological principles of manipulation consider the properties of the human mind / brain. Discursive devices, focused on the information featured by the political narrative, are related to its factual and emotive content.

The narrative's *factual content* is manipulated via framing the overall information, foregrounding key concepts, fact substitution, supply of information sources, false equivalence, change of thematic lines, use of statistics, etc. The narrative's *emotive content* is created via targeting human affects – either positive or negative. Positive attitudes are usually projected upon the 'Self', while negative attitudes are attributed to the 'Other'. Emotions are credited a special role in how people are contemplating complex and disputed social and political realities. In politics, emotions are used to gain support, sway opinion, degrade others (such as a political campaign), gain a political foothold or push an agenda. Emotive language is also considered to be a brainwashing instrument (Kittelstad, n.d.). Political narratives may appeal to our emotions with little references to realities, and with significant misdirection. Therefore, emotions, especially negative ones, play a pivotal role in formation and projection of politically relevant narratives (Chaban et al., 2023). Appealing to the emotional register suppresses the rational analysis, which is primarily demonstrated by the public reactions to negativity. Manipulators use fear to scare audience and offer a simple solution to get rid of the threat. Various manipulative discursive techniques targeted at affective domains are to create 'fellow feelings' as a result of 'shared outrage' within one social group opposing another. Such techniques aim to trigger the ingrained fear and abhorrence of atrocities committed by the 'Other', and, in a way, maybe even expected from the 'Other'. The atrocities of the 'Other', who is opposed to the 'Self', serve as bogeys – gender bogeys (human sexuality), racism (phobias as bogeys), fear of the horrible past to be back, which entails psychologically archetypal and therefore scary matches (Perianova, 2019, p. 166).

In the political narrative, emotive content is featured with lexical, descriptive, and text-structuring means (Zhabotynska, 2022, pp. 32-33). Together, they are referred to as 'emotive', or 'high-inference' language including words, phrases, and overall verbal and written communication eliciting a strong emotional response from the reader or listener (Kittelstad, n.d.). Our study focuses on the emotive lexicon.

2.2. Emotive lexicon

Emotions that penetrate all kinds of human activity are primarily rendered by language. Among the linguistic expressions, are referential and emotive ones. While referential language aims to denote, emotive language intends to express or arouse emotional reactions towards the subject matter or the addressee. Emotive language has an independent emotive meaning that sways the emotions of the audience either for or against the presented view (Fadhil, 2021, p. 599). Language appeals to emotion both in everyday conversation and in delivering political messages addressed to the public by politicians, public figures or advertisers (Kittelstad, n.d.). Moreover, political psychologists often argue that "politics is about feeling" (Redlawsk, 2006) as much as it is about thinking. Now, the study of emotions in politics is an exponentially growing field, where in most instances researchers track them through verbal and non-verbal representations available in political narratives, media narratives in particular (Chaban et al., 2019-2020, pp. 150-151).

Emotive words that trigger an emotional response in the audience and influence its perception of reality are also called *emotionally-charged words*, *emotion laden words*, *loaded words*, or *loaded lexicon* (Macagno & Walton, 2014, p. 2; Bourse, 2019, p. 5). All realizations of emotive language express a certain stance (negative, positive, or evaluative) inferred from the use of a lexical item that is usually a noun, adjective (predicative and attributive), main verb, or adverb (Fadhil, 2021, p. 600). Emotive words exploit the positive and negative emotional value (or charge) which constitutes their literal emotive meaning proper or which is added to their literal factual meaning. Such words are used by speakers / writers in an attempt to create a favorable or unfavorable impression on the listener's / reader's mind and to influence the latter's attitude, either positively or negatively. Respectively, emotive words may be positive (*plus words*) and negative (*minus words*) (Guilleux, 2020).

The positive and negative connotative associations of emotively loaded words make them highly sensitive elements of political discourse (Guilleux, 2020). In political narratives, loaded lexicon may become a substitute for other words or phrases, one more negative or positive than the other depending on the context. An emotively loaded word is chosen because the speaker or writer believes it will be more persuasive than an alternate neutral word; e.g., *atrocious* vs. *bad*, *damaging* vs. *hurtful*, *dreadful* vs. *bad*, *propaganda* vs. *message*, etc. (Kittelstad, n.d.). Words are thus seen as possessing an implicit argumentative value which is used by the speaker to influence the addressee: the words conceal an implicit change of our interlocutor's knowledge or a silent alteration of his / her system of values (Macagno & Walton, 2014, p.1; Bourse, 2019, p. 5). Emotive language, strategically used by journalists, public figures, politicians and ordinary citizens, possesses numerous persuasive techniques. Emotive words function as both persuasive and manipulative means. Emotional manipulation asks for an emotional response of the listener – a response which will be later exploited by the speaker (Guilleux, 2020).

Scholars distinguish between emotionally 'dependent' and 'independent' loaded words. A loaded word is '*dependent*' if its emotive charge depends on the word's factual meaning associated with its referent. For instance, the words *war* and *peace* have a negative and positive emotive charge respectively. In contrast, an emotive word is '*independent*' if its emotive charge does not depend on the emotional effect of the word's factual meaning. 'Independent' loaded words take on an emotive value when they are used. For example, the negative emotive charge of *beast* is independent of its literal meaning of animal. However, the distinction between dependent and independent emotive words is somewhat vague (since it is context-dependent), and few if any words are purely one or the other (Macagno & Walton, 2014, p. 38; Bourse, 2019, p. 5). The terms 'dependent' and 'independent' loaded words semantically agree with the terms *value-loaded/-laden* and *emotionally-loaded/-laden* words (cf. Guilleux, 2020). Fadhil (2021, p. 600) notes that the term *value-laden* was introduced by Biber (2006, p. 88) to express a stance that involves only a single evaluative proposition associated with a specific value judgement, moral judgement as an instance; e.g., *murder* (murder, by definition, is wrongful killing). *Emotionally-laden words* do not exclude existence of another proposition. They are easier to counter: the interlocutor may suggest a different, even contrastive description of the facts (Macagno & Walton, 2014, p. 12).

In our study, we divide the emotive words of political narratives into value-loaded and emotively-loaded. While *value-loaded words* name the entities (things and their properties) that are typically viewed by the entire speech community as either inherently positive or negative, *emotively-loaded words* depict the entities (things and their properties) which are positively or negatively assessed by a particular speaker. Therefore, the assessment rendered by value-loaded and emotively-loaded words may be roughly defined as 'objective' and 'subjective'. Among the emotively-loaded words, we distinguish (a) *emotives* as the names of emotional assessment per se (the terms *good* and *bad* with their numerous synonymous expressions), and the names of humans' emotional states (e.g., *afraid*, *alarmed*, *appalled*, *fear*, *anger*, *fury*); (b) *connotives* as names of emotively assessed entities, with such names bearing emotive connotations that are either systemic (e.g. *populism*, *isolationism*, *coercion*, *obstacles*) or contextual (e.g. *to dominate*, *continuously*, *to serve somebody's interests*).

Along with connotives proper, we distinguish their specific groups, such as the cases of labeling, exaggeration and minimalization, euphemism and dysphemism, analogy and metaphor.

Labeling, or name-calling, is a particular kind of categorization employed to identify the types of objects or experience. Categorization involves highlighting certain properties, downplaying others, and hiding still others (Lakoff & Johnson, 1980, p. 10). Labeling employs this trait of categorization in a specific way. Being an “attribution of a name to a fragment of reality” (Macagno & Walton, 2014, p. 12), labeling means that the given name intentionally refers the target to the category which arouses prejudices or makes an association with stereotypes (Chang et al., 2021, p. 2). A stereotype, as an extreme simplification of group traits and a complex social reality, is characterized by massive positive or negative distortions. Stereotypes exist within storylines and include emotive language and condensation symbols that encapsulate that storyline (Garfinkle, 2021). Hence, by simply selecting the appropriate term the speaker depicts the same reality in very different ways, either presenting it as truly positive or, on the contrary, offering a quite negative perspective (Bourse, 2019, p. 13).

Exaggeration and minimization as verbal manipulative techniques mean “overly amplifying or reducing the importance of something” (Chang et al., p. 2). They represent the broad linguistic (stylistic) phenomena of hyperbole and litotes rendered by words that belong to different parts of speech, and by longer linguistic expressions. *Hyperbole* is “the figure of speech characterized by bold overstatement, or the extravagant exaggeration of fact or possibility used for an effect” (Braum, 2014, p. 50). In political texts, hyperbole may “give voice to otherwise unarticulated emotions, to intensify them, to push aside doubts and hesitations, and then to turn feelings into action”. While using hyperbole, people “exalt and intensify what they see as truth” (Connor, 2015, p. 15). *Litotes* is a figure of speech where quantity of a statement or its intensity are understated for rhetorical effect. Litotes is applied for making something or someone look less important or smaller by negating the statement (Braum 2014, pp. 53-54). Litotes is widely applied in politics, where it makes the readers uncertain about a definite statement, and creates the underestimated image of the opponents. It also adds to the impressiveness and expressiveness of a political narrative (Mokhlosa & Mukheeb, 2020, p. 6).

Euphemism and dysphemism perform the opposite roles of ‘improving’ and ‘worsening’ the attitudinal stance. As a stylistic device, *euphemism* is a replacement of ordinary expressions with propitious or exaggerated ones (Zhao & Dong, 2010, p. 118). Euphemizing is “the process whereby a distasteful concept is stripped of its most inappropriate or offensive overtones, providing thus a ‘safe’ way to deal with certain embarrassing topics without being politically incorrect or breaking a social convention” (Crespo-Fernandez, 2014, pp. 5-6). The political euphemism is a tool for political participants to control information transmission, hide scandals, disguise the truth, guide public thoughts when discussing social issues or events (Zhao & Dong, 2010, p. 118). The major functions performed by political euphemisms are disguising, cheating, persuasion, and face-saving. *Dysphemism* is a disagreeable, offensive, or disparaging expression that substitutes an agreeable or inoffensive one (Dysphemism, n.d.). Dysphemism “makes references more harsh or rude, often using language that is direct or blunt, less formal or polite, and sometimes offensive” (Felt & Riloff 2020, p. 136). Application of dysphemisms in the political narrative includes hate speech.

Analogy and metaphor are defined as the cognitive operations of comparison distinguished from one another by the nature of compared entities. In *analogy*, the compared entities – the target and source – belong to one and the same conceptual category (e.g., humans are compared with humans, or places are compared with places), and are related by the link ‘*is as*’ which, in particular, is illustrated by a wide use of paragons denoted with precedential proper names (Zhabotynskaya, 2013, p. 59). Paragons are well-known individual members of a category that represent an ideal of the category. When used in political discourse, paragon names may “bear a negative axiological value and are utilized as derogatory terms or ‘political insults’ (Paszenda & Góralczyk, 2018, p. 212). Employed politically, paragon names may trigger not only negative emotions (*Hitler*), but also positive ones (*Churchill*). Analogy is similar to labeling, because both are based on comparison. In analogy, the source of comparison is a particular individual of the same class, in labeling it is an

abstract representative of the same class. In *metaphor*, the compared entities – the target and source – belong to different conceptual classes (e.g., humans are compared with animals), and are related by the link ‘*is as if*’ (Zhabotyenskaya, 2013, p. 59). Metaphor offers a way of viewing the target (often an abstract concept) in terms of the source (often a concrete concept), with their comparison being partial: it involves only particular properties of the source, while the other properties are not considered (Lakoff & Johnson 1980, p. 158). In political discourse, metaphor becomes an effective argumentative device, since that which is at issue is not actually the truth or falsity of a metaphor but the perceptions and inferences that follow from it and the actions that are sanctioned by it (Hanne, 2014, p. 5; Bourse, 2019, p. 4).

We presume that the above types of emotive words can be defined and particularized with regard to the named referents relevant for political discourse. The referential distinction between the types of emotive words can be illustrated with the Greimas semiotic square (Greimas & Courtés, 1983), used here to oppose FACT and OPINION. A fact is that which really exists and can be proven through observation or experimentation; a fact is true regardless of what someone personally thinks about it. An opinion is something you believe, think or feel; it is that which cannot be proven, and someone can have the exact opposite opinion from yours (Otis 2020, pp. 177-178). Therefore, the opposition of facts and opinions is the opposition of the factual and virtual. In the Greimas semiotic square, the primary opposition ‘FACT (factual) – OPINION (virtual)’ is complemented by the secondary oppositions ‘FACT (factual) – NOT-FACT (virtualized fact)’, and ‘OPINION (virtual) – NOT-OPINION (factualized opinion)’ (Figure 1).

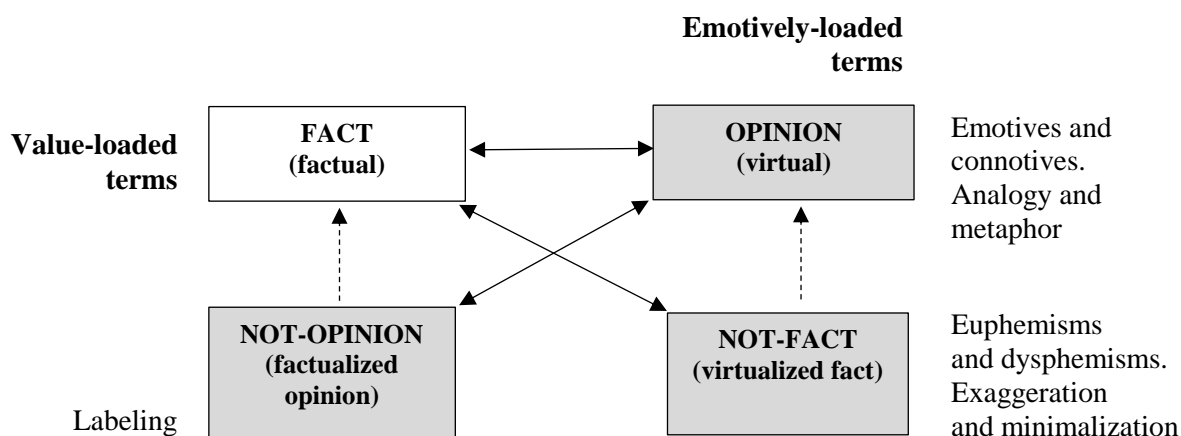


Figure 1. Relations between the referential types of emotive words

In Figure 1, *value-loaded terms* are considered as the names of facts, opposed to *emotives and connotives* as the names of opinions that have not been proven or cannot be proven as facts. The names of opinions also include analogy and metaphor, which, as figurative expressions, are not expected to be proven whatsoever. *Labeling*, by its nature, is an opinion which tends to become stereotyped. As a stereotype, an opinion ‘pretends’ to be a fact, and, as a ‘factualized opinion’, links to value-loaded terms, or the names of facts proper. The referential difference between value-loaded terms and the cases of labeling may be arguable (especially under the circumstances of political confrontation), because that, which is considered by one party to be a proof of the fact, may not be recognized as a proof by another party. *Euphemisms and dysphemisms*, as well as *exaggeration and minimalization* describe ‘virtualized’ facts which, being real, are attributed inadequate virtual properties and thus link to the names of opinion – emotives, connotives, analogy and metaphor. In our research, these referential types of emotive words have been tracked in the empirical data obtained from political media narratives.

3. Data and methodology

The data come from *The Global Times* Chinese daily tabloid. This news outlet, as a satellite of *The People's Daily*, Chinese Communist Party's flagship newspaper, often reflects those views of party officials which they cannot openly express. Besides, it is referred to as the source of various incidents, including fabrications, conspiracy theories, and disinformation (Zhabotynska & Ryzhova, 2022, p. 120). Like other major state-run Chinese news media, *The Global Times* has been largely echoing Russian state media stories or information from Russian officials. With the increasingly close relations between China and Russia in recent years, their strategic partnership has been strengthened, in part, by shared friction with the West. *The Global Times*' Russia-leaning coverage of the events is also exhibited in its narrative on the Russia-Ukraine war (McCathy et al., 2022).

Our research material includes 46 articles published by *The Global Times* on the 1st – 30th of June, 2022, three months after Russia had launched its aggression against Ukraine on February 24, 2022. The articles, obtained via contiguous sampling, mention Russia-Ukraine conflict in the title and / or the text body. Among the articles, 15 were identified as those without emotive language (which corresponds to an objective news delivery pattern). The other 31 articles possess emotively loaded expressions of different types. The number of such expressions that constitute the analyzed dataset is 1451. By their type, they are *value loaded* and emotively-loaded terms, with the latter being *emotives* and *connotives*. Along with connotives proper, we have registered *labeling*, *exaggeration* and *minimalization*, *euphemisms* and *dysphemisms*, *analogy* and *metaphor*.

According to the principles formulated in (Zhabotynska & Velivchenko 2019, p. 367), the information furnished by the emotive lexicon in 31 articles was viewed as the RUSSIA-UKRANE WAR narrative-based political concept (NBPC). The latter evolves into a 'metatext' that has its referential and relational coherence: the 'metatext' has a limited number of iterated referents ('actors') linked by particular relations exposed within the conceptual space bounded by the NBPC. An NBPC has a cognitive ontology constructed by the hierarchy of thematic chunks which evolve in-depth. These chunks are: *thematic domains* as the major foci of an NBPC; *thematic parcels* as the foci of the domains; thematic sub-parcels as the foci of the parcels, and *thematic quanta* as the foci of the sub-parcels. Thematic quanta generalize the meanings of the empirical emotive words. Since the RUSSIA-UKRANE WAR narrative-based concept represents an event, its thematic domains and parcels are formed with regard to the referents ('actors') as participants of this event: each parcel features information about the referent in its relation to this event, and the parcels concerned with thematically close referents are integrated into domains (Zhabotynska, 2020, p. 20).

The thematic chunks of an NBPC's cognitive ontology may have different factual and emotive salience which depends on the quantity of textual descriptions that feature these chunks. Greater *factual salience* attests to greater importance of the respective information for the narrator who wants to render this importance to the recipient. Greater *emotive salience* of the information exposes the narrator's intention to prime the intended assessment (positive /+/ or negative /-/) in the recipient's attitudes (Zhabotynska & Velivchenko, 2019, p. 367). In our study, factual and emotive salience of the textual referent is established through the number of emotive linguistic expressions that describe it throughout the bulk of data.

At the *first stage* of our enquiry, we analyse the meanings of expressions from the dataset and build a cognitive ontology of the the RUSSIA-UKRANE WAR media image (NBPC) constituted by the referent-centred parcels grouped into thematic domains. At the *second stage*, we process each newspaper text to register: the referents (the ontology's parcels), the topics concerned with them (the ontology's sub-parcels), the generalised descriptions of these topics (the ontology's thematic quanta), and the emotive expressions (according to their types) subsumed by these descriptions. At the *third stage*, the findings are summarized to define: (a) the factual and emotive salience of the referents, (b) the types of emotive expressions employed for their description, and (c) the narrator's preference of particular types of emotive terms. Application of this research procedure is presented below.

4. Analysis

The study shows that the cognitive ontology of the RUSSIA-UKRAINE WAR image tailored by *The Global Times* articles includes four domains: **(A) WAR** (parcels: WAR, UKRAINE, and RUSSIA); **(B) WESTERN WORLD** (parcels: US, NATO, EUROPE, and WEST); **(C) NON-WESTERN WORLD** (parcels: CHINA, NON-WESTERN WORLD); **(D) WORLD** (parcel WORLD) (Figure 2).

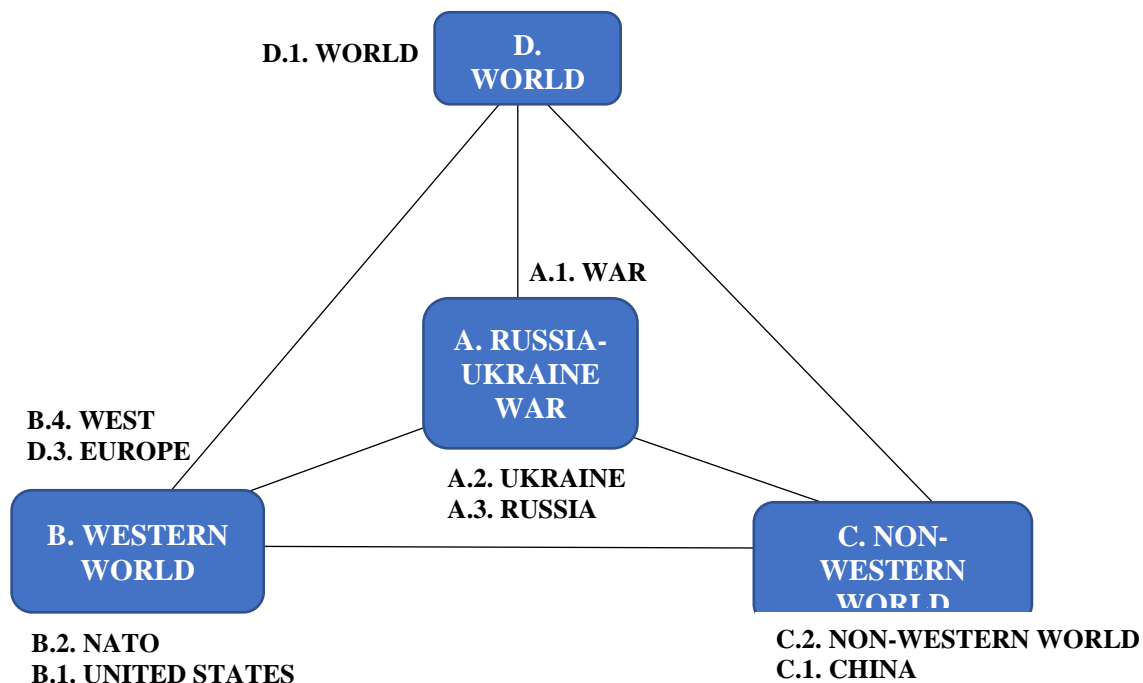


Figure 2. The RUSSIA-UKRAINE WAR image in *The Global Times* media outlet:

The domains, their parcels, sub-parcels, and thematic quanta have factual and emotive salience that depends on the number of emotive expressions with which they are featured. The emotive salience exhibits positive /+ and negative -/ assessments. The neutral /0/ assessment is considered only in the cases which result from ‘cancelling negativity’ in euphemisms. In the further summary of the analysis, the numbers in square brackets show the quantity of emotive words. Their types are illustrated by single examples followed by the numbers in round brackets referring to the sources from which the examples come. A numbered list of sources is provided at the end of this article.

A. Emotivity of the domain RUSSIA-UKRAINE WAR

The RUSSIA-UKRAINE WAR domain is portrayed with 389 emotive expressions unequally distributed between the parcels WAR, UKRAINE, and RUSSIA. The most salient parcel is WAR.

A.1. Parcel WAR [256: 6/0; 4/+; 256/-/]: 96.10%. negative. The emotive words: **euphemisms** [126: 6/0; 120/-/]; **value-loaded terms** [100: 3/+; 97/-/], connotives [13/-/], metaphor [8/-/], emotives [7/-/], and labeling [2/-/]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **WAR [161: 155/-; 6/0].** While the value-loaded term *war / warfare* is used 34 times, its euphemisms are abundant (127 expressions). Among them are those that mitigate negativity: *conflict* (86/-), *crisis* (33/-), *confrontation* (1/-), *fighting* (1/-), and those that eliminate negativity: *military operation* [3/0/], *an issue between Russia and Ukraine* [1 /0/], and *situation in Ukraine* [1/0/]. Besides, the Russian militaries’ killing of civilians in the Ukrainian city of

Bucha is termed *Bucha incident* [1/0/]. The war is occasionally labelled as a *proxy war* [1 -/-] and a *geopolitical and block confrontation* [1/-/].

- ✓ **WAR DEVELOPMENT** [7/-/] – *Escalation* [3/-/]: value-loaded terms [3/-/]: *escalation* (3); a *drastic boost* (14). *Dragged out conflict* [4/-/]: connotives [3/-/]: a *dragged-out* military conflict (16); metaphor [1/-/]: a long-term *stalemate* in Ukraine, Russia, and the whole Europe (13).
- ✓ **WAR CALAMITIES** [34/-/] – *Crime, violence* [25/-/]: value-loaded terms [23/-/]: *sexual violence* (5); the *trauma* for women and children (5; 7); emotives [2/-/]: the security risks faced by women and children are particularly *worrisome* (7). *Disaster, damage, mess* [9/-/]: value-loaded terms [5/-/]: *disaster* (9); *direct damage* (3); *mess* (13); emotives [1/-/]: a big, *horrible* disaster is sprawling in the Russia-Ukraine conflict (9); metaphor [3/-/]: the war in Ukraine is like a *bottomless pit* that keeps requesting more input while giving nothing back (16).
- ✓ **DAMAGES FOR UKRAINE** [46/-/] – *Threats to civilians* [5/-/]: value-loaded terms [3/-/]: the *security risks* faced by women and children (5); emotives [2/-/]: the security risks faced by women and children are *worrisome* (7). *Refugee crisis* [26/-/]: value-loaded terms [22/-/]: *Ukrainian refugees* (7); connotives [2/-/]: asylum seekers are entitled to virtually *no benefits* (19); metaphor [2/-/]: the *influx* of refugees (9). *Deprivation, tragedy* [3/-/]: value-loaded terms [1/-/]: Ukraine is a huge *tragedy* (13); emotives [1/-/]: hundreds of arms...*desperately* grabbing at food thrown from the humanitarian trucks (13); connotives [1/-/]: (Ukrainians) *deprived* of many things (13). *A heavy toll on the Ukrainian people* [12/-/]: value-loaded terms [7/-/]: *human costs* (12); *land loss* (3); emotives [1/-/]: the human costs are *staggering* (12); connotives [2/-/]: people in Ukraine *pay the price* for geopolitical and bloc confrontations (7); metaphor [2/-/]: the *war-torn* Ukraine (22).
- ✓ **DAMAGES FOR RUSSIA** [3/-/] – *Weakening of Russia* [3/-/]: connotives [3/-/]: (4); will eventually *weaken* Russia (16); can *stall* Russia (16).
- ✓ **CEASE-FIRE, PEACE** [5: 1/-/; 4+/] – *Cease-fire and peace* [3+/]: value-loaded terms [3+/]: *cease-fire* (5); the restoration of *peace* (5). *Ukraine's territorial concessions* [1+/]: connotives [1+/]: Kiev "will have to make some *territorial concessions* to Moscow to end the current conflict" (30). *The warring parties do not reconcile* [1/-/]: connotives [1/-/]: Russia and Ukraine *do not reach reconciliation* (4).

A.2. Parcel UKRAINE [86: 3+/; 83/-/]: 96.51% **negative**. The emotive words: **connotives** [26: 3+/; 23/-/], **labeling** [25/-/], **value-loaded terms** [18/-/], metaphors [10/-/], emotives [5/-/] and minimalization [2/-/]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **UKRAINE** [61: 59/-/; 2+/] – *Is a small country* [2/-/]: minimalization [2/-/]: a *small* country (18). *Is beset by problems* [5/-/]: value-loaded terms [5/-/]: a country beset by *problems* (29). *Has corruption and oligarchs* [4/-/]: value-loaded terms [4/-/]: severe problems of *corruption* (25); the *oligarchical* politics and economy (25). *Has an unsatisfactory performance* [4/-/]: emotives [2/-/]: *unsatisfactory* performance (3); connotives [2/-/]: the heavy Cold War legacy that *constrained* its own reforms (29). *Has extremists and fascists* [15/-/]: value-loaded terms [2/-/]: *Ukrainian nationalist group* (13); labeling [10/-/]: *neo-Nazism* (13); *fascist* ideology (13); stirring up *chaos* (13); metaphor [3/-/]: *neo-Nazism runs rampant* on the battlefield (13). *Persecutes the opponents* [8/-/]: value-loaded terms [5/-/]: two pro-Russian figures were *shot dead* in Kiev (13); *digital blacklist* (13); connotives [2/-/]: *undesirable* (journalists) (13); *threatening* letter (13); metaphor [1/-/]: *online crusade* (13). *Is ruled by external forces* [1/-/]: labeling: [1/-/]: involvement of *external forces* that affected the reconstruction of its political structure (29). *Has to choose between the EU and Russia* [3/-/]: value-loaded terms [1/-/]:

geopolitical *risks* (29); connotives [1/-/]: any kind of *political choice* for Ukraine today has to be made between EU integration and Russian integration due to the sharp confrontation between the two powerful neighbors (29); metaphor [1/-/]: even if the war ends, the split (between the pro-Europe and pro-Russian factions in Ukraine) *will not be healed* in the near future (29). **Failed to join NATO** [1/-/]: connotives [1/-/]: *failure* to join NATO (22). **Can benefit from being a candidate of the EU** [2/+ /]: connotives [2/+ /]: being a candidate of the EU will help Ukraine seek *more support* from the bloc (24). **Has an uncertain perspective of the EU membership** [10/-/]: connotives [6/-/]: *uncertainties* for Ukraine to get in the EU (24); metaphor [4/-/]: there is *a long way* for Ukraine from getting the candidate status to getting membership (25). **Will hardly be treated equally in the EU** [2/-/]: labeling: [2/-/]: and it is *unclear* if Ukraine will be *treated equally* (22). **Is guilty for Russia's intervention** [2/-/]: labeling: [2/-/]: the *guilty* party (13). **Ukraine is not a victim, but a villain** [2/-/]: labeling: [2/-/]: to play the *victim* while acting like a *villain*.

- ✓ **UKRAINIAN MILITARY** [14/-/] – **Involves dreadful mercenaries** [3/-/]: value-loaded terms [1/-/]: *mercenaries* (who) fight in Ukraine and take part in sabotage operations against Russian forces (9); emotives [1/-/]: heartless terrorists turned *dreadful* mercenaries (9); labeling [1/-/]: *heartless terrorists* turned *dreadful* mercenaries (9). **Has problems** [1/-/]: connotives [1/-/]: in the Ukrainian army, the situation is more *complicated* (9). **Is unable to fight without Western support** [1/-/]: connotives [1/-/]: the Ukrainian military alone has *no capability* to engage in a dragged-out military conflict (16). **Will not benefit from the supply of Western weapons** [3/-/]: connotives [3/-/]: HIMARS is *unlikely* to help Ukraine turn the tide on the battlefield (3). **Is unable to arrange the management of weapons** [4/-/]: labeling: [4/-/]: the management of weapons on the Russian-Ukrainian battlefield is in a very *chaotic state* (9); the whereabouts of these weapons *cannot be traced at all* (9). **May abuse the weaponry** [2/-/]: connotives [2/-/]: weaponry, once in the hands of one side in a war, will be *abused* in every way possible (3).
- ✓ **UKRAINIAN GOVERNMENT** [7: 6-/; 1+/] – **Is unable to build a national consensus** [4/-/]: connotives [4/-/]: the government also *lacks the capacity* to deal with minority issues (29). **Is frustrated by the Western allies** [2/-/]: emotives [2/-/]: Ukraine had received only 10 percent of the promised weapons from the West, which has *frustrated* Ukrainian officials (18). **Works hard to prevent a global food crisis** [1+/]: connotives [1+/]: is investing all *efforts* in the *unblocking* of Ukrainian seaports to *prevent* a global food crisis (8).
- ✓ **UKRAINIAN MEDIA** [4/-/] – **Disseminate propaganda fakes** [3/-/]: labeling: [3/-/]: *fake news* dissemination (13). **Conceal truth** [1/-/]: metaphor [1/-/]: the Bucha incident is *shrouded in mystery* (13).

A.3. Parcel RUSSIA [47: 43+/; 4/-/]: 91.50% **positive**. The emotive words: **labelling** [28+/], connotives [11+/], value-loaded terms [5: 3+/; 2/-/], emotives [2/-/], and metaphor [1+/]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **RUSSIA** [22: 18+/; 4/-/] – **Is a law-abiding country adhering to cooperation** [4+/]: connotives [1+/]: Russia tried to *improve relations* with Europe after the collapse of the Soviet Union (9); labeling [3+/]: Russia is pursuing *constructive goals* in the framework of three spheres, namely economic, political and security, and humanitarian areas (14). **Contributed with its energy resources to economic integrity of Europe and Eurasia** [2+/]: connotives [2 /+ /]: Russian energy resources integrating with the German manufacturing has *helped reindustrialize* Europe (17). **Insecure for its neighbors** [4/-/]: value-loaded terms [2/-/]: *takeover of Crimea* (30); its *action against Georgia* (30); emotives [2/-/]: its action against Georgia is *unsettling* for its neighbors (30). **Aims to end the US hegemonic dominance in the world** [6+/]: labeling [4+/]: Moscow

launched the special military operation against Ukraine with a major aim to *end US hegemony* in Europe (6); connotives [1/+/-]: Washington needs to take seriously Putin's *warning* (4). ***Is not Ukraine's enemy*** [2/+/-]: labeling [2/+/-]: (Russians are not) "*enemies* of Ukraine" (13). ***Poses no security threat*** [3/+/-]: labeling [3/+/-]: (no) "*security threat* posed by Russia," as promoted by NATO (30); the *hype* of the "Russia threat" (31). ***A victim, not a villain in this war*** [1/+/-]: labeling [1/+/-]: it is worth thinking about who the *victim* and *villain* are (13).

- ✓ **RUSSIAN MILITARY** [12/+/-] – ***Is strong, qualified, not expected to be defeated*** [4/+/-]: value-loaded terms [2/+/-]: the Russian army will keep *increasing its retaliation* against the Ukrainian side (3); connotives [2/+/-]: the Russian military is *not* expected to be *defeated* (3). ***Saves civilians' lives*** [1/+/-]: labeling [1/+/-]: Russian army *prevented* certain armed forces from attempting to *attack* it with missiles, *saving people's lives* (13). ***Has not committed the crimes in which it is unjustly accused*** [7/+/-]: labeling [7/+/-]: *alleged* sexual assaults by Russians in Ukraine (13); *alleged* war crimes committed by Russian forces (13).
- ✓ **RUSSIAN GOVERNMENT** [5/+/-] – ***Strengthens the role of non-Western countries in the world*** [4/+/-]: connotives [4/+/-]: will do its best to *bolster involvement* of developing countries into the global decision-making (14). ***Reacted to NATO expansion with a security initiative*** [1/+/-]: labeling [1/+/-]: facing the *looming squeeze*, the Russian government was forced to draw its final "red line" in a draft *security initiative* submitted to NATO and the US (27).
- ✓ **RUSSIAN MEDIA** [8/+/-] – ***Highly professional*** [1/+/-]: value-loaded terms [1/+/-]: Russian media have won numerous *accolades and awards* (13). ***Provides objective information*** [6/+/-]: labeling [6/+/-]: *first-hand* accounts of witnesses (13); *documented* (13). ***Exposes the lies of Western system*** [1/+/-]: metaphor [1/+/-]: (Russian media) *dismantle the Western system* that is based on *lies and war* (13).

B. Emotivity of the domain WESTERN WORLD

The WESTERN WORLD domain is portrayed with 995 emotive terms naming the parcels US, NATO, EUROPE, and WEST. The parcels exhibiting the highest salience are NATO, US, and WEST.

B.1. Parcel US [214: 7/+/-; 214/-/-]: 96.73% **negative**. The emotive words: **labelling** [88/-/-], connotives [44/-: 7/+/-; 37/-/-], value-loaded terms [37/-/-], metaphors [37/-/-], emotives [6/-/-], and minimalization [2/-/-]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **US** [27/-/-] – ***Is hypocritical, selfish, and deceitful*** [5/-/-]: labeling [5/-/-]: *hypocrisy* (21); *double standards* (21). ***Has domestic political and economic problems*** [10/-/-]: value-loaded terms [2/-/-]: *damage* to the US economy (16); emotives [2/-/-]: the US public feels more *pessimistic* about their standard of living (26); connotives [3/-/-]: Biden administration is already in *trouble* (26); labeling [1/-/-]: the US' domestic situation is a *mess* (18); metaphor [2/-/-]: *inflation has eroded public support* for the war (16). ***Has domestic violence and far-right white supremacists*** [12/-/-]: value-loaded terms [12/-/-]: *mass shootings* (9); *proliferation of guns* (9); the far-right "*white supremacists*" (9).
- ✓ **US: DIPLOMACY** [115/-/-] – ***Has cohesive and dangerous diplomacy*** [15/-/-]: emotives [2/-/-]: the *ugliness* of the US' foreign policy (21); connotives [9/-/-]: *coercive* diplomacy (15); *coercive* measures (15); labeling [1/-/-]: brings *turbulence* to the world (4); metaphor [3/-/-]: *pushes forward* its foreign policy (4). ***Is aggressive and war-oriented*** [44/-/-]: value-loaded terms [22/-/-]: the *Cold War* (28); the *Iraq war* (6); its *debacle in Afghanistan* (4); *bombing missions* (15); connotives [1/-/-]: *triggering regime changes* in other countries and regions (28); labeling [10/-/-]: *bloodthirsty* (9); creating *crises* (19); metaphor [11/-/-]: world *policeman* (4); the US forced world

countries "to toe the US line" (15). **Uses the false banner of "values"** [2/-/]: metaphor [2/-/]: one of the main banners he (Joe Biden) waved being "values" (6). **Divides the world into friends and foes** [3/-/]: labeling [2/-/]: to divide countries into friends and foes (21); metaphor [1/-/]: the geopolitical lines drawn by the US to divide countries into friends and foes (21). **Disregards other countries' interests** [4/-/]: labeling [4/-/]: ignores the security concerns of other countries (4). **Violates the norms and rules of international relations** [8/-/]: connotives [1/-/]: bypassed the UN to wage the war (6); labeling [7/-/]: bluntly challenged the UN's dominant role in international security (6). **Supports terrorists** [6/-/]: value-loaded terms [1/-/]: Al Qaeda, which was responsible for the 9/11 attacks, was created with US funding (9); labeling [5/-/]: the US is a country that supports terrorists (9). **Aspires to world hegemony** [18/-/]: connotives [2/-/]: aims to dominate the global energy market (17); financial hegemony (17); labeling [16/-/]: ambition to maintain its global hegemony (28). **The US's global leadership role is defective** [11/-/]: labeling [9/-/]: the defect of US hegemony (4); minimalization [1/-/]: makes itself less and less trusted (4); metaphor [1/-/]: dragged down from the altar of global hegemony it once placed itself on (4). **Will fall victim to its aggressiveness** [4/-/]: labeling [4/-/]: brings turbulence to the world and falls victim to it (4); doomed to be backlashed (9).

- ✓ **US – UKRAINE [55: 51-/; 4+/]** – **Has provoked the crisis and acts as its on-looker** [4/-/]: metaphor [4/-/]: the root and solution to the crisis lies in the US (18); wants to behave like an "onlooker" during the crisis (4). **Helps Ukraine to stall Russian offensive** [4+/]: connotives [4+/]: to show their full support for Ukraine (3). **Provides military assistance to Ukraine** [6/-/]: connotives [4/-/]: US upgrading arms to Ukraine (4); labeling [2/-/]: a direct provocation (3). **Recruits foreign terrorist mercenaries for Ukraine** [7/-/]: labeling [5/-/]: (the US) recruits members of international terrorist groups, including extremist organizations, as mercenaries to fight in Ukraine (9); emotives [1/-/]: bloodthirsty criminals (9); metaphor [1/-/]: sending a mixed bag of mercenaries into the battlefield seems like the last piece of the puzzle to fully implement the whole plan (9). **Escalates the conflict** [8/-/]: connotives [2/-/]: escalating the situation (4); labeling [2/-/]: creating more obstacles to a peaceful settlement (4); metaphor [4/-/]: fueling up the Russia-Ukraine conflict (17). **Provides insufficient assistance to Ukraine** [4/-/]: minimalization [1/-/]: offering up a single weapon (3); connotives [3/-/]: the lack of US military assistance (3). **Involves the West in military action** [3/-/]: connotives [3/-/]: drawing countries into their proposals on hybrid war (30). **Uses the conflict in its own interests** [19/-/]: connotives [7/-/]: a prolonged conflict between Russia and Ukraine serves its interests (4); labeling [10/-/]: self-interests in mind (4); trying to take advantage of the Ukraine crisis to maintain its hegemony in the world (4); metaphor [2/-/]: the US is using the Ukraine crisis as a lever (30).
- ✓ **US – RUSSIA [17: 14-/; 3+/]** – **Views Russia as an enemy who must be defeated** [8/-/]: emotives [1/-/]: strong dissatisfaction with Russia (3); connotives [1/-/]: both countries (China and Russia) regarded by Washington as its adversaries (21); labeling [1/-/]: really adheres to the policy of fighting Russia "to the last Ukrainian" (1); metaphor [5/-/]: to choke off the Russian economy (15); Washington has become addicted to sanctions like a five-year-old is addicted to candy (15). **Turns Ukraine against Russia** [2/-/]: labeling [2/-/]: intensifying contradictions between Russia and Ukraine (17). **Instigates tension between the West and Russia** [4/-/]: connotives [1/-/]: the US is calling on all NATO countries to make a common cause against Russia (31); labeling [2/-/]: the US instigates and aggravates tensed relations between Europe and Russia (17); metaphor [1/-/]: undermining the relationship between Russia and the Europe (17). **Says that it does not seek a war between NATO and Russia** [3+/]: connotives [3+/]: the United States does not seek "a war" between NATO and Russia, Biden said (2).

- ✓ **US – CHINA [28/-]** – *Provokes China and views it as an adversary [20/-]*: value-loaded terms [3/-]: imposing *sanctions* on Chinese businesses and products (21); connotives [13/-]: the aim of *containing* China's development (21); metaphor [4/-]: to *stall* the development of the Chinese technology giant (15). *Aims to disrupt China-Russia cooperation [4/-]*: connotives [3/-]: to *disrupt* China-Russia trade (21); metaphor [1/-]: to *undermine* China-Russia economic and trade relations (21). *Creates tension between China and Ukraine [4/-]*: connotives [4/-]: *create tension* between China and Ukraine (12).
- ✓ **US – EUROPE [18/-]** – *Controls Europe [9/-]*: connotives [7/-]: whenever Europe has tried to achieve security autonomy, the US has caused trouble to *block* the process (9); metaphor [2/-]: completely *hijacked* the EU (22). *Ignores Europe's interests [8/-]*: minimalization [1/-]: (US's) 15 billion cubic meters is a '*tiny*' number considering Europe's energy imports from Russia (17); labeling [3/-]: "*paid lip services*" to the EU (17); metaphor [4/-]: US is *pushing Europe into* further *economic distress* (17). *Prevents improvement of relations between Europe and Russia [1/-]*: connotives [1/-]: in the US' view, such an improvement (of Russian relations with Europe) could be a *threat* to its global hegemony (9).

B.2. Parcel NATO [295: 7/+; 214/-]: 94.92% **negative**. The emotive words: **connotives** [100: 6/+; 94/-], **labelling** [91: 7/+; 84/-], metaphors [59: 1/+; 58/-], value-loaded terms [33/-], emotives [9: 1/+; 8/-], analogy [1/-], exaggeration [1/-], and dysphemism [1/-]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **NATO [189/-]** – *Is an aggressive militant institution with Cold War mentality [98/-]*: value-loaded terms [30/-]: *Cold War* (27); *military actions* (28); launched an *attack* against Yugoslavia (27); emotives [3/-]: all these military actions have brought lasting *tragedy* to the countries concerned (28); connotives [15/-]: *bloody legacy* (28); labeling [31/-]: an *offensive* military bloc (20); "*obsolete*" (26); an *outdated* Cold War organization (31); dysphemism [1/-]: a *clique* (27); metaphor [18/-]: has decidedly been *the military arm* of a privileged club of Western capitalist democracies (28); a *poisoner* of world peace (28). *Has internal contradictions, is disunited, and falls into decay [29/-]*: connotives [4/-]: *differences* within NATO (30); labeling [19/-]: *contradictions and divisions* within NATO (23); metaphor [6/-]: with its cohesiveness and stability *falling into a chronic decay* (26); NATO is *like a house built on sand* – it will ultimately collapse (27). *Has doubtful significance [8/-]*: labeling [8/-]: NATO's estimated strength *has not been turned into real power* (23). *Goes beyond the scope of military defense, is authoritarian and cohesive [5/-]*: connotives [5/-]: turning military counterattacks into *economic counterattacks* (20); this goes *beyond the scope* of NATO's prescribed *military defense* (20). *Is hegemonistic and hypocritical [10/-]*: labeling [9/-]: *hegemonism* and power politics (27); the "*security*" is based on others' "*insecurity*" (27); metaphor [1/-]: "*resurrected*" itself with the so-called humanitarian banner (28). *Violates international laws [4/-]*: connotives [2/-]: deployed forces *without the approval* of the UN Security Council (28). *Ignores the interests of non-Western countries [3/-]*: connotives [3/-]: *did not address* the question of the non-Western world's concerns (28). *Expands and threatens the world [30/-]*: emotives [2/-]: *reckless expansion* (13); connotives [27/-]: *expansionist agenda* (28); labeling [1/-]: NATO's *aggressive expansion* (23). *NATO membership is not a no-cost benefit [2/-]*: connotives [1/-]: joining NATO is *not a no-cost benefit* (31); metaphor [1/-]: joining NATO is like *buying medical insurance* for serious illnesses, which is a comfort for many European countries; the insurance may be useful, but everyone wants to avoid it coming in handy; countries may be "*extorted*" by NATO, the "insurance company" (31).

- ✓ **NATO – US / WEST [31: 16/-; 15/+]** – *Is controlled by the US which uses it as a geopolitical tool [15/-]:* connotives [3/-]: the strategic *dominance* of the US can be clearly seen (28); analogy [1/-]: the bloc seems to have become *an extension of the US State Department* (18); metaphor [11/-]: NATO's *steering wheel in the wrong hands* of Washington (30). *Is costly for the US [1/-]:* exaggeration [1/-]: (the US's) cost of alliances is *enormous* (26). *Is viewed with skepticism by the Republicans [15/+]:* emotives [1/+]: US conservatives have a more *negative attitude* toward the transatlantic military alliance than the US as a whole (26); connotives [6/+]: some *doubted* if Washington's *support for NATO* should be unconditional (26); labeling [7/+]: share a *deep skepticism* about the value of the transatlantic alliance (26); metaphor [1/+]: the Republican Party's "remarkable *drift away*" from NATO (26).
- ✓ **NATO – EUROPE [5/-]** – *Deprived Europe of its autonomy [3/-]:* metaphor [3/-]: a US *tool to control* EU and enhance hegemonic manipulation capacity (28). *Has made troubles for Europe [2/-]:* labeling [2/-]: has already made *troubles* for Europe (27).
- ✓ **NATO – UKRAINE [30/-]** – *Has triggered the Russia-Ukraine conflict, deteriorates it, and may stop it [10/-]:* labeling [6/-]: NATO as a key *culprit* (9); metaphor [4/-]: has been *adding fuel* to the (Russia-Ukraine) conflict (28). *Takes advantage of the conflict [3/-]:* connotives [3/-]: *can profit* from the prolonged war in Ukraine (16). *Is trapped in the conflict [4/-]:* metaphor [4/-]: increasingly *trapped in* a predicament that it may feel difficult to escape (23); the Russia-Ukraine conflict *is not going according to NATO's playbook* (23). *Has to pay a high cost for it [4/-]:* connotives [4/-]: is pushing the West, mainly Europe, to even *greater suffering* in terms of economy and society (16). *Is not ready to unanimously support it [2/-]:* connotives [2/-]: *naive* for Stoltenberg to *expect all NATO members to help* Ukraine against Russia (16). *Has Ukraine fatigue [1/-]:* emotives [1/-]: most NATO members supporting Ukraine have already felt *exhausted* and *frustrated* (16). *Cannot help to solve the crisis in Ukraine [6/-]:* connotives [1/-]: NATO *cannot solve* the crisis in Ukraine (31); labeling [5/-]: *no way for NATO to form a joint effort* to prepare for a prolonged war with Russia (16).
- ✓ **NATO – RUSSIA [20/-]** – *Has always viewed Russia as an enemy [5/-]:* emotives [1/-]: relations with Russia have been even *worse* (23); connotives [4/-]: *keeping a close eye* on Russia's every step (27). *Via expansion, disregards Russia's security concerns [6/-]:* emotives [1/-]: two Nordic countries' joining NATO is a provocation and *humiliation* to Russia (31); connotives [4/-]: the US-led NATO expanded eastward *without any regard* for Russia's security concerns (19); metaphor [1/-]: Russia will have to *swallow the bitter fruit* – NATO's further expansion (31). *Increases pressure on Russia over its conflict with Ukraine [2/-]:* connotives [2/-]: works to *increase pressure* on Russia over its conflict with Ukraine (27). *Severely sanctions Russia, which may put the country in trouble [6/-]:* value-loaded terms [2/-]: severe *sanctions* have been imposed by NATO members against Russia (23). *Wants to break Russia down and submit it to American dominance [2/-]:* labeling [1/-]: wants to make Russia *submit* to American dominance of the global political and economic system (28); metaphor [1/-]: *to break Russia down* so that it can no longer fight back (28).
- ✓ **NATO – CHINA AND THE ASIA-PACIFIC [19/-]** – *Is continually concerned with China and wants to drag it down [6/-]:* connotives [6/-]: China as a "systemic *challenge*" to NATO (30); *drag China down* (30). *May expand into Asia-Pacific region [11/-]:* connotives [3/-]: NATO has also *accelerated* its "Asia-Pacific" process (27); metaphor [8/-]: plans to *extend its tentacles* to the Asia-Pacific region (23). *May replicate the Ukraine crisis in the Asia-Pacific [2/-]:* value-loaded terms [1/-]: NATO members taking part in *military exercises* with the UK, France and Germany sending *warships* into the South China Sea (30); connotives [1/-]: NATO will *replicate* the Ukraine *crisis* in the Asia-Pacific region (30).

B.3. Parcel EUROPE [173: 13/+; 160/-]: 92.49% **negative**. The emotive words: **value-loaded terms** [54: 8/+; 46/-], **connotives** [44: 2/+; 42/-], labelling [38/-], metaphors [24: 2/+; 22/-], emotives [8: 1/+; 7/-], dysphemisms [2/-], minimalization [2/-], and analogy [1/-]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **EUROPE [108: 106/-; 2/+]** – *Is deprived of its strategic and security autonomy by the US and NATO [21/-]:* connotives [2/-]: Europe *should strengthen strategic autonomy* and transfer its security concepts (9); labeling [15/-]: whenever Europe has tried to achieve security autonomy, the US has caused trouble *to block* the process (9); European countries *are not politically independent* genuinely (18); analogy [1/-]: every speech by its (Europe's) leaders sounds *as if it were drafted by the NATO secretariat* (18); metaphor [3/-]: *blindly follows the pace* of the US (9). **Has no serious foreign policy [1/-]:** labeling [1/-]: *abnegated* any serious foreign policy beyond economic relations (30). **Has Cold War political strategy covered by false values of peace, freedom and human rights [5/-]:** labeling [4/-]: US' and Europe's *Cold War strategy* (28); making Europe a "*paradise of permanent peace*" (28); metaphor [1/-]: *weakening or really eradicating some of the pillars for peace* that were set in place from the end of World War II (30). **Its political leaders are crooks and liars [2/-]:** dysphemisms [2/-]: we (Britain) are led by a bunch of *crooks and cheats and liars* (30); *so-called* leaders (of Britain) (30). **Has an economic crisis [40/-]:** value-loaded terms [28/-]: deep (economic) *recession* (17); *inflation* (17); energy *shortages* (22); connotives [1/-]: prices are *exceeding expectations* (17); labeling [1/-]: economic *chaos* (17); metaphor [10/-]: *inflation monster* has heavily affected the daily life of ordinary people (23). **Its industrial production has slightly recovered [2/+]:** metaphor [2/+]: German industrial production *recovered slightly* in April (10). **Has a living crisis, political and social tensions [24/-]:** value-loaded terms [16/-]: people *losing their jobs* (17); political *tensions* (22); *strikes* by rail workers (30); emotives [5/-]: a scenario that Europe is extremely *unhappy* to foresee (9); metaphor [3/-]: prices *fuel* social disorder (17). **May become economically dependent on the US [8/-]:** connotives [7/-]: increased *dependence* on the US (17). **Pursues the policy of militarization that sharpens social contradictions [2/-]:** connotives [2/-]: (militarization) will really sharpen the *contradictions* (in Britain) (30). **Is not united in its foreign policy, which causes damage to its credibility [3/-]:** connotives [3/-]: the growing *divergences* on the crisis within the EU (22); (the move of Lithuania) has caused *great damage to the political credibility* of the EU (20).
- ✓ **EUROPE – UKRAINE [37: 29/-; 8/+]** – *Provides shelter for Ukrainian refugees [6/+]:* value-loaded terms [6/+]: providing *safe shelter* (5); and *basic livelihood* for women and children refugees (5). **Its support to Ukraine is not significant and hypocritical [8/-]:** labeling [4/-]: *not significant support* to Ukraine (22); *hypocrisy* (18); minimalization [2/-]: this visit will *not have any real effect* (18); *zero use* (18); metaphor [2/-]: their (German, France and Italy) leaders' trip to Kiev is just a *political show* (18). **Is unable to bring Ukraine closer to piece [3/-]:** labeling [3/-]: Europe *does not have the capability or determination* to settle any problem (18); (the three leaders' visit) *won't bring Ukraine closer to peace* (18). **Is weary of the war and is sacrificing its own interests [5/-]:** labeling [5/-]: *sacrificing* their own interests (22); many European nations have begun to suffer the "*Ukraine fatigue*" (22). **Wants to stop the war [2/+]:** value-loaded terms [2/+]: Germany, France and Italy want to *stop the war* as soon as possible (31). **Has sufficient contradictions with Ukraine [1/-]:** labeling [1/-]: the *contradictions* between the EU and Ukraine are actually *expanding* (18). **Makes Ukraine a candidate to the EU out of sympathy, and as a warning signal to Russia [12/-]:** connotives [8/-]: support for Ukraine seems to be *at odds with reality* (18); tends to *comfort* Ukraine's *dissatisfaction* (18); *mollify* Ukrainian officials (18); EU's '*moral support*' for Ukraine *masks* a country beset by problems (29); labeling [3/-]:

Ukraine's candidacy in the EU *out of sympathy* (22); metaphor [1/-/]: it had *no choice but to open its arms* to Ukraine's membership (22).

- ✓ **EUROPE – RUSSIA [26: 25/-/; 1/+]** – *Is affected by the trade sanctions against Russia* [8/-/]: connotives [6/-/]: (Germany) disproportionately *affected by the trade sanctions* against Russia (10); labeling [1/-/]: an important *victim* of the Ukraine crisis (17); metaphor [1/-/]: the sanctions are *hurting* Europe more than expected (30). *Relies upon Russian energy supplies and is hit by their cuts* [9/-/]: emotives [1/-/]: the overall situation (in Britain) *could get even worse* if Russia cuts energy supplies to Europe (30); connotives [8/-/]: energy *reliance* on Russia (17). *Feels insecurity for Russia and wants it punished* [3/-/]: value-loaded terms [2/-/]: want Russia *punished* (16); emotives [1/-/]: feeling of *insecurity* for Russia (17). *Doesn't want a direct war with Russia* [1 /+]: connotives [1/+]: *none* of Russia's neighboring countries *want* a direct war with Russia (18). *Pursues the hypocritical policy of its appeasement while supporting Ukraine* [5/-/]: connotives [5/-/]: an *appeasement* policy while they express support to Ukraine (18); this fully embodies their (European leaders') *hypocrisy* (18).
- ✓ **EUROPE – CHINA [2/+]** – *Is ready to trade with China* [1/+]: emotives [1/+]: *happy* to trade with the rest of the world (30). *Does not view China as a threat* [1/+]: connotives [1/+]: Europe and the US have *different opinions* on whether China has become a major threat (25).

B.4. Parcel WEST [203/-/]: 100% negative. The emotive words: **labelling** [68/-/], **value-loaded terms** [55/-/], metaphors [36/-/], connotives [34/-/], emotives [7/-/], analogy [2/-/], and minimalization [1/-/]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **WEST [93/-/] – Is inherently hostile** [22/-/]: value-loaded terms [16/-/]: the *Cold War* (28); a "*hot war*" (28); labeling [1/-/]: a *Cold War mentality* (25); emotives [2/-/]: inherent *hostility* of Western capitalist nations to the world communist movement (27); metaphor [3/-/]: Churchill's speech is considered one of the opening *salvoes* announcing the beginning of the Cold War (27). *Is aggressive and evil* [30/-/]: value-loaded terms [6/-/]: waging *wars* in Iraq and Afghanistan (19); direct involvement in the *war* in Syria (19); emotives [4/-/]: *evil* people (13); inherent *hostility* of Western capitalist nations (27); connotives [1/-/]: continued *provocation* of regional conflicts (19); labeling [11/-/]: *aggressive* (13); *troublemakers* (13); *interference* (14); actively *creating chaos* globally (19); *make confrontations* (25); metaphor [8/-/]: Western people who look like gentlemen but are actually *gang leaders* (20); *mob bosses* (EU and the US) encouraging their *minions* (NATO) to *bully people* and dominate markets (20). *Breaches the rules of international community* [1/-/]: connotives [1/-/]: the WTO rules are being *breached* by the West (14). *Nurtures and facilitates neo-Nazism and fascism* [4/-/]: labeling [3/-/]: nurture and facilitate *neo-Nazi ideological trend* (13); the frantic *fascist "dream"* of killing is the same on both sides of the Atlantic (9); promoted the proliferation of (Ukraine's) *fascist* ideology (13); analogy [1/-/]: the suppression of journalists *resembles Nazi ideology* (13). *Aspires to Western supremacy and ignores the interests of the non-Western world* [12/-/]: connotives [1/-/]: Western *promotion* of the world order based on the rules adopted by the West *without consent* of the non-Western countries (14); labeling [10/-/]: Western entities are aimed at preserving *dominance* of the collective West led by the US (14); what they (Western politicians) define is *their order* (20); metaphor [1/-/]: *pushing* non-Western states *to the global political periphery* (14). *Hypocritically pretends to be a liberal peaceful society* [16/-/]: labeling [13/-/]: the current barrage of criticism and abuse from the "*civilized and peaceful society*" (13); today's international relations are increasingly decided by *so-called values* (6); metaphor [3/-/]: under the *false banners* of freedom, democracy, and human rights: *bad-faith actors* (13); the Western system that *is based on lies and war* (13). *Condemns and suppresses opponents* [8/-/]: emotives [1/-/]:

- intimidating* (opponents) (13); connotives [4/-/]: *suppression* (of journalists) (13); *censorship* (13); metaphor [3/-/]: *witch-hunt climate* has intimidated most journalists and intellectuals (13).
- ✓ **WEST – UKRAINE [27/-/]** – ***Provoked and exacerbated the war conflict in 2014*** [2/-/]: labeling [2/-/]: *provoked* war conflict in 2014 (13); ***Pushed for the war in 2022*** [5/-/]: labeling [3/-/]: *pushed* for this war (13); *pushed the situation to become a proxy war* between NATO and Russia (30); metaphor [2/-/]: *fanned the flames* between Russia and Ukraine (27). ***Provides Ukraine with weapons and expands the conflict*** [15/-/]: value-loaded terms [10/-/]: constantly *providing weapons* to Ukraine (5); with Biden and Johnson *pushing for more* sanctions and *arms* (30); metaphor [5/-/]: *feeding* armed conflict (with weapons) (9). ***The quantity of weapons is insufficient*** [1/-/]: minimalization [1/-/]: *only 10 percent* of the promised weapons from the West (18). ***Takes advantage of the conflict*** [1/-/]: connotives [1/-/]: *get rich* from this war (13). ***Shows Ukraine fatigue*** [2/-/]: labeling [2/-/]: "*Ukraine fatigue*" in the West (23). ***Does not fulfil the promise to take Ukraine into the NATO and the EU*** [1/-/]: connotives [1/-/]: the US and the EU offered to take Ukraine into the NATO and the EU – the candidate status is a *huge discount* to the previous promise (24).
- ✓ **WEST – RUSSIA [37/-/]** – ***Views Russia as a threat*** [2/-/]: connotives [2/-/]: *hyping threats* from Russia (25). ***Brutally rejects Russia's security initiative*** [1/-/]: connotives [1/-/]: the West *brutally rejected* Russia's draft security initiative (27). ***Increases pressure on Russia, so as to drag it down and defeat*** [7/-/]: value-loaded terms [7/-/]: to *increase pressure* on Russia (25); as the EU's and the US' purposes are to *drag down Russia* (24); *defeat* Russia swiftly (23). ***Imposes unprecedented illegal sanctions on Russia*** [16/-/]: value-loaded terms [9/-/]: imposed *unprecedented sanctions* on Russia (14); connotives [5/-/]: the sanctions *have not been approved* by the UN or accepted by the broader international community (21); labeling [1/-/]: *illegal* Western sanctions (14); metaphor [1/-/]: massive economic sanctions aiming to *destroy* the Russian economy in one fell swoop (26). ***Wants to weaken Russia economically through its isolation from the global community*** [3/-/]: connotives [3/-/]: trying to *isolate* the country from the global community (14). ***The sanctions backfire and hurt its own economy*** [8/-/]: value-loaded terms [7/-/]: (Western) countries have also *sacrificed significant interests* in other fields (23); metaphor [1/-/]: this policy (of sanctions) has *backfired* (14).
- ✓ **WEST – CHINA AND THE ASIA-PACIFIC [9/-/]** – ***Views China as a threat*** [3/-/]: connotives [3/-/]: *hyping China threats* (25). ***Moves away from China, is concerned with it, and sends it warnings*** [4/-/]: connotives [4/-/]: the West, especially the US, is "*de-coupling*" from China in trade, technology, investment and industrial chain (6); underscoring their continued *concerns* about China (25); *sending warnings* to China (25). ***Provokes China's core interests*** [1/-/]: connotives [1/-/]: *provoke* China's core interests (20). ***Challenges the rules-based order in the Indo-Pacific*** [1/-/]: connotives [1/-/]: *challenges* to the rules-based order in the Indo-Pacific (14).
- ✓ **WESTERN MEDIA [37/-/]** – ***Impose censorship*** [2/-/]: labeling [2/-/]: *censorship* imposed on the Russian media (13). ***Are not independent*** [3/-/]: labeling [1/-/]: almost total *absence of independent media* (13); analogy [1/-/]: these news outlets have in fact *turned into NATO's press office* (13); metaphor [1/-/]: *stooges* for a government (13). ***Spread propaganda, disinformation and lies*** [23/-/]: labeling [19/-/]: *disinformation* (13); *defamation* (13); many *lies* (13); *deception* (13); *false* narratives (13); *unsubstantiated* claims (13); *demonize* the Russian military (13); *defame* Russia (13); *lack any support of evidence* (13); metaphor [4/-/]: *addicted* to the use of false narratives and deception *as a weapon* (13). ***Attack and label opponents*** [9/-/]: connotives [5/-/]: *attack* (honest journalists) (13); *label* (opponents) as "Kremlin-backed propaganda project participants" (13); metaphor [4/-/]: media *muzzle* (opponents) (13); *assassinate* careers of honest journalists (13).

C. Emotivity of the domain NON-WESTERN WORLD

The NON-WESTERN WORLD domain is depicted by 69 emotive terms distributed between the parcels CHINA and NON-WESTERN WORLD. The parcels have approximately equal salience.

C.1. Parcel CHINA [33/+]: 100% **positive**. The emotive words: **value-loaded terms** [20/+], and **connotives** [13/+]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **CHINA [13/+]:** *Is against geopolitical and block confrontations* [2/+]: value-loaded terms [2/+]: people in Ukraine and other developing countries *should not pay the price* for geopolitical and bloc confrontations (7). *Considers the Taiwan question to be different from the Ukraine issue, and will not allow the foreign forces to intervene* [8/+]: connotives [8/+]: the Taiwan question is *purely China's* internal affair (12); it is fundamentally *different* from the Ukraine issue (12); (China) *does not allow* any foreign forces to intervene (12); we will *fight back* (20). *Is trying to solve the Taiwan conflict, and to promote peace and stability* [3/+]: value-loaded terms [3/+]: *regional peace* and *social stability* (12); *to solve the conflict* at its source (19).
- ✓ **CHINA – UKRAINE [20/+]:** *Is for negotiations, cease fire and peace* [8/+]: value-loaded terms [8/+]: China calls on the parties concerned to put international and regional *peace* and *security* first (7); to play a constructive role in the *proper resolution of the crisis* in Ukraine (7). *Is for protecting civilians from violence* [4/+]: value-loaded terms [4/+]: take measures *to protect civilians* from all forms of violence (5). *Is for observation of law and investigation of criminal acts* [3/+]: value-loaded terms [3/+]: parties to the conflict should *comply with international law* (5); any *allegations should be investigated* impartially on the basis of facts (7). *Is warning against providing weapons and imposing sanctions that expand the conflict* [5/+]: connotives [5/+]: *warning* that constantly providing weapons or imposing sanctions and pressure will only perpetuate and expand the Ukraine conflict (5).

C.2. Parcel NON-WESTERN WORLD [36: 31/+; 5/-]: 86,11% **positive**. The emotive words: **connotives** [23: 20/+; 3/-], **value-loaded terms** [11/+], and **analogy** [2/-]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **NON-WESTERN WORLD [28: 5/-; 23/+]** – *Preserves political and economic independence from the West* [5/+]: connotives [5/+]: *independence* in the political and economic decision-making from the West (14). *Avoids confrontation with it* [1/+]: value-loaded terms [1/+]: making a geopolitical split *less confrontational* and smooth (14). *Supports formation of a fair world system where non-Western countries are involved in decision making* [3/+]: value-loaded terms [2/+]: a *fairer system* may depend more on the choices and actions of China and other developing countries (6); connotives [1/+]: developing countries as well as states with shaping markets *should be involved* in the global decision-making (14). *Pursues a balanced global order* [5: 3/+; 2/-]: value-loaded terms [3/+]: a *balanced* approach in the current global economic order (21); *mutual respect* (25); connotives [2/-]: *new thinking patterns* on global governance (25). *Strengthens cooperation* [11/+]: value-loaded terms [5/+]: *help with more countries' developments* (25); connotives [6/+]: are pinning *high hopes* for the *grouping of major emerging economies* to come up with a better solution (21). *Is endangered with replicating the Ukraine crisis in the Asia-Pacific* [3/-]: connotives [1/-]: the *potential crisis* in the Asia-Pacific region (30); analogy [2/-]: the potential "*Asian Ukraine*" could be Japan, South Korea, or the Taiwan island (30).
- ✓ **NON-WESTERN WORLD – RUSSIA [8/+]** – *Has a sovereign right to maintain economically beneficial relations with Russia* [4/+]: connotives [4/+]: their (China and India's) decisions to

continue energy trade with Russia is a *sovereign right* (21). ***Is against illegal Western sanctions imposed on Russia*** [2/+]: connotives [2/+]: *against* illegal Western sanctions (14); *rejected or refused* to join in Washington's unilateral sanctions against Russia (21). ***Prefers not to take sides in the Russia-Ukraine conflict*** [2/+]: connotives [1/+]: countries in the neutral camp *don't want to take sides* (6); they instead prefer to adopt a *pragmatic attitude* to decide their positions according to specific matters (6).

D. Emotivity of the domain WORLD

The domain WORLD is featured with 108 emotive terms describing one parcel with the same name.

D.1. Parcel WORLD [108: 4/+; 104/-]: 96.30% **negative**. The emotive words: **connotives** [42: 3/+; 39/-], value-loaded terms [27/-], labelling [15/-], metaphors [15: 1/+; 14/-], and emotives [9/-]. The sub-parcels and thematic quanta:

- ✓ **WORLD [40: 36/-; 4/+]** – ***Is divided and weakened*** [3/-]: connotives [3/-]: is being *divided* into different blocs in terms of trade, technology and currency (6); the global governance system is being *weakened* (6). ***Is economically and environmentally vulnerable*** [5/-]: value-loaded terms [1/-]: current *economic crisis* (14); connotives [4/-]: increased *market uncertainties* (11); *concerns* about the weather (11). ***Has political confrontations threatening global peace*** [23/-]: value-loaded terms [9/-]: *contradictions* and *conflicts* in the international system (6); a great *threat* to global peace (28); emotives [3/-]: a "balance of *terror*" (28); connotives [7/-]: violent *clash* of different ideologies (28); labeling [1/-]: today's international relations are increasingly decided by *so-called values* (6); metaphor [3/-]: *undermined* international economic and trade system (6). ***Is not secure*** [5/-]: value-loaded terms [1/-]: the greatest *security crisis* in a generation (16); connotives [4/-]: no country can or should seek its own absolute security *at the expense of the security of others* (5). ***Does not want to be dragged into confrontations*** [2/+]: connotives [2/+]: more countries are *not interested* in being dragged into confrontations (25). ***Needs multipolarity*** [2/+]: connotives [1/+]: there is an ongoing process toward *multipolarity* (14); metaphor [1/+]: *buttressing* multipolarity (14).
- ✓ **WORLD – RUSSIA-UKRAINE WAR [68/-]** – ***Faces serious consequences*** [4/-]: value-loaded terms [2/-]: the global economy has *suffered* as a result (of Russia-Ukraine conflict) (17); connotives [2/-]: the consequences of the Russia-Ukraine conflict are likely to be *increasingly serious* (30). ***Has a food crisis and threat of hunger*** [14/-]: value-loaded terms [5/-]: a global *food crisis* (8); could leave 11 to 19 million people with chronic *hunger* (11); connotives [9/-]: *cutting off* supply and industrial chains (7). ***Is badly hurt by the sanctions against Russia*** [9/-]: value-loaded terms [1/-]: greatly *exacerbated* the already existing *inflation* in the US and some European countries (6); connotives [3/-]: the *impact* of (sanctions) which on the international system will be *huge* and *long-term* (6); metaphor [5/-]: (sanctions) have *disrupted the global supply chain* of energy and other products (6). ***Has a threat of illegal arms obtained by terrorists*** [41/-]: value-loaded terms [8/-]: *illegal weapons* will come (9); to arm *terrorist groups* (13); emotives [6/-]: the possible influx of illegal weapons from Ukraine (is) even more *frightening* (9); connotives [7/-]: weapons *scattered* (9); it is *difficult to control* the flow of weapons on the battlefield (9); labeling [14/-]: the *arms* delivered from the EU to Ukraine could easily *fall into the hands of criminals* (9); some of the arms the US and NATO donated *are being sold* to buyers in the Middle East and North Africa (9); the *threat of terrorism* (9); metaphor [6/-]: the illegal weapons *flowing* into the criminal market (9).

5. Discussion

A cognitive ontology of the RUSSIA-UKRAINE WAR media image (narrative-based political concept / NBPC) which is featured with emotive words demonstrates the degrees of salience, or prominence, attributed to the ontology's constituents – the domains, parcels, sub-parcels, and thematic quanta. Such salience, dependent on the number of linguistic expressions depicting a particular constituent demonstrates the degree of its 'visibility' targeted at the recipient's mind, where a highly 'visible' (constantly repeated) message is to get entrenched.

In the considered RUSSIA-UKRAINE WAR image the most salient domain is WESTERN WORLD (60.99% of the data – 1451 emotive expressions). The domain RUSSIA-UKRAINE WAR which is expected to be most prominent, turns out to be more than twice less salient (26.81%) as compared with the Western world which confronts Russia and supports Ukraine. The domains WORLD (7.44%) and NON-WESTERN WORLD (4.76%) have the least visibility (see Table 1 in the Supplement). Emotively, the three domains are predominantly negative: RUSSIA-UKRAINE WAR is 'inherently' negative, WORLD is assessed negatively because of its 'ontological' instability, and WESTERN WORLD's negativity is rather a reflection of the narrator's bias. Similarly, the bias is displayed by the positive assessment of the fourth – NON-WESTERN WORLD – domain, which agrees with the positive assessment of the 'Self' in its opposition to the negative 'Other'.

Among the domains' parcels that associate with the referents of the Russia-Ukraine war, there are those that have primary, secondary, and tertiary prominence. *Primary prominence* is displayed by the negatively assessed referents NATO (20.33%) and WAR (17.64%), which, coupled by salience, may be covertly linked as cause and consequence. *Secondary prominence* is exhibited by the negative referents US (14.75%), WEST (13.99%), EUROPE (11.92%), and WORLD (7.44%), which implicitly points to the main 'contributors' to the war (the US and the collective West), and the parties injured by it (Europe and the world). *Tertiary prominence* is demonstrated by the negative actor UKRAINE (5.93%) and positive actors RUSSIA (3.24%), NON-WESTERN WORLD (2.48%), and CHINA (2.28%). A comparatively low 'visibility' of Ukraine and Russia, who are actually the immediate belligerents, assigns them an implicit role of those who are 'driven' by more powerful forces (NATO and the West). The lowest 'visibility' of the non-Western world and China associates with their position of non-involved parties. In general, the parcels' prominence shows that for *The Global Times* as the narrator the international context of the Russia-Ukraine war is more important than the war proper. While depicting it, the media outlet pays more attention to (negatively assessed) Ukraine than to (positively assessed) Russia which has launched the aggression in pursue of its imperial goals and which has been committing war crimes that the newspaper doubts and does not focus on.

In the cognitive ontology of the RUSSIA-UKRAINE WAR media image, each parcel has thematic quanta which are distributed between particular sub-parcels, and which, taken together, craft a 'meta-narrative' on the Russia-Ukraine war. Among the thematic quanta there are those which subsume multiple (up to ten and over) emotive expressions, the number of which exhibits the quanta's salience. Iteration of the expressions rendering the same idea make it stick in the recipient's mind and 'appropriated' by it. In *The Global Times*, such ideas are as follows (the ones more prominent within a parcel are underlined):

- ✓ **Russia-Ukraine war – WAR:** war [34/-/], conflict [86 /-/], crisis [33/-/], crime and violence [25/-/], a heavy toll imposed on the Ukrainian people [12/-/]. **UKRAINE:** has extremists and fascists [15/-/], persecutes the opponents [8/-/], has an uncertain perspective of the EU membership [10/-/]. **RUSSIA:** aims to end US hegemonic dominance in the world [6+/], has not committed the war crimes in which it is unjustly accused [7+/]; Russian media provide objective information [6+/].
- ✓ **Western world – UNITED STATES:** has domestic political and economic problems [10/-/], as well as domestic violence and far-right white supremacists [12/-/], has cohesive and dangerous diplomacy [15/-/], is aggressive and war-oriented [44/-/], aspires to world hegemony [18/-/], but

its global leadership role is defective [11/-/], uses the conflict in Ukraine in its own interests [19/-/], considers Russia to be an enemy who must be defeated [8/-/], provokes China and views it as an adversary [20/-/], controls Europe [9/-/] and ignores its interests [8/-/]. NATO: is an aggressive militant institution with Cold War mentality [98/-/], has internal contradictions, is disunited, and falls into decay [29/-/], has doubtful significance [8/-/], is hegemonistic and hypocritical [10/-/], expands and threatens the world [30/-/], is controlled by the US which uses it as a geopolitical tool [15/-/] (with Republicans being NATO sceptics [15/+/-]), has triggered the Russia-Ukraine conflict, deteriorates it, and may stop it [10/-/], threatens to expand into Asia-Pacific region [11/-/]. EUROPE: is deprived of its strategic and security autonomy by the US and NATO [21/-/], has an economic crisis [40/-/], has a living crisis, political and social tensions [24/-/], may become economically dependent on the US [8/-/], its support to Ukraine is not significant and hypocritical [8/-/], is affected by the trade sanctions against Russia [8/-/]. WEST: is inherently hostile [22/-/], is aggressive and evil [30/-/], condemns and suppresses opponents [8/-/], provides Ukraine with weapons and expands the conflict [15/-/], imposes unprecedented illegal sanctions on Russia [16/-/] which backfire and hurt the West's own economy [8/-/], Western media spread propaganda, disinformation and lies [23/-/], attack and label opponents [9/-/].

- ✓ **Non-Western world – CHINA:** *considers the Taiwan question to be different from the Ukraine issue, and will not allow the foreign forces to intervene [8/+/-], is for negotiations, cease fire and peace in solving the Russia-Ukraine conflict [8/+/-]. NON-WESTERN WORLD: strengthens cooperation [11/+/-].*
- ✓ **World – WORLD:** *has political confrontations threatening global peace [23/-/], has a food crisis threat of hunger [14/-/], is badly hurt by the sanctions against Russia [9/-/], has a threat of illegal arms coming from Ukraine and obtained by terrorists [41/-/].*

The emotively loaded terms both describe and mold the RUSSIA-UKRAINE WAR media image, with the major work being done by *value-loaded terms* (24.81% of the dataset – 1451 expressions), *labeling* (24.47%) and *connotives* (24.12%) (see Table 1 in the Supplement). For an ordinary reader, the distinction between the entities described with these three types of emotive words may be vague: the reality of ‘facts’ described with value-loaded terms may be doubted, the reality of ‘virtualized facts’ described via labeling may be believed, and ‘opinions’ rendered with connotives may be either shared or not shared. To make the reader accept both ‘real’ and ‘virtual’ facts, and to support the narrator’s opinion, the respective semantically close emotive terms are continuously repeated. As a result, as Duffy (2018, p. 61) puts it: “if we are frequently exposed to the same, or a very similar story through the media, we are more likely to notice the information in the world around us that confirms the stories we’ve heard and seen”. Somewhat less conspicuous role is played by *metaphors* (13,10%), *euphemisms* (8.68%), and *emotives* (3.65%) that serve as intensifiers of mitigators of the facts or opinions. The least employed emotive devices are *minimalization* (0.48%), *analogy* (0,41%), *dysphemisms* (0.21%), and *exaggeration* (0.07%). Their numbers show the newspaper’s reporting preferences: while depicting the events it creates an intended emotive stance with the ‘politically correct’ linguistic means devoid of hate speech, overstatements and excessive references to precedential phenomena.

6. Conclusion

On February 24, 2022 Russia launched a full-scale war in Ukraine. This hybrid warfare is characterized by combat operations, economic coercion, and an intensive anti-Ukrainian, anti-West, and anti-NATO information campaign targeted at the domestic and foreign audiences. This campaign, waged through mass media, promotes the narrative, where Ukraine is a failed state; the 2014 coup d’état was organized in Ukraine by the United States, the EU and NATO (together or separately)

against the citizens' will; the coup d'état resulted in the seizure of power by Ukrainian fascist; the West intends to destabilize Ukraine, turn its population against Moscow, and create a convenient 'puppet' government controlled by the United States. Such narrative justifies the war in Ukraine, unleashed by Russia on the false pretext of 'saving' Ukrainians from their 'Nazi' rulers (Zhabotynska & Ryzhova, 2022, p. 120). Russia imposes this narrative on its own citizens and spreads it worldwide through the foreign pro-Russia media, Chinese media included.

In recent years, China and Russia, who both oppose the West, have considerably strengthened their strategic partnership. Thereby, state-run Chinese news media share Russian narratives and echo information from Russian officials on various issues, the Russian view on the war in Ukraine among them. Although Chinese officials have striven to take a neutral position on this military conflict, Chinese media coverage of it proves a contrary story. The Russian invasion is reported as a "special military operation" which was necessary because "Ukraine, as an American puppet state, threatened Russia". Consequently, Russian president Vladimir Putin is "a victim standing up for a beleaguered Russia". China furnishes this narrative to mold public opinion about the Russia-Ukraine war, and explain why its dealing with Russia is morally justified (McCathy, 2022).

Our study also demonstrates compatibility between Russia's strategic narrative on its war in Ukraine, and the respective Chinese media narrative developed three months after the war started. The most conspicuous ideas of the Chinese narrative – "*The military conflict [86 /-] is triggered by NATO, which is an aggressive militant institution with Cold War mentality [98/-], and which is a tool of the inherently aggressive and war-oriented United States [44/-] and of the aggressive and evil West [30/-]. This conflict has pushed Europe to an economic crisis [40/-], and made the world face a threat of illegal arms coming from Ukraine and obtained by terrorists [41]*" – are rendered by numerous emotive expressions. The most employed ones are value-loaded terms that name facts, connotives that denote opinions, and the cases of labeling serving opinions as facts. Multiple verbal iterations of one and the same idea induce the recipients to accept it without critical thinking, and to appropriate the narrative and its extensions as their own worldview. Such worldview is charged with the potential public (re)action intended by the narrator or those for whom this narrator is a 'voice'.

The obtained findings have theoretical relevance for the cognitive vistas of political narratology and media linguistics, The findings' practical relevance is defined by their applicability in political analytics, journalism, informedia literacy classes and other practical spheres which deal with verbal impact on the public. Since verbal technologies intended for the manipulation of public opinion through media narratives are diverse, this study has a further perspective. The next step in our research will be the exposure and analysis of descriptive rhetorical tools tracked in the pro-Russia narrative of foreign media depicting Ukraine, the Russia-Ukraine war, Ukraine's allies and adversaries.

Supplement

Table 1

**RUSSIA-UKRAINE WAR image in *The Global Times* media outlet (1 – 30 June, 2022):
featuring domains and parcels with emotive terms**

Domains, parcels, and their assessment	Value- loaded terms	Emotively-loaded terms									Total	
		Emo- tives	Conno- tives	Labe- ling	Euphe- misms	Dysphe- misms	Exagge- ration	Minima- lization	Ana- logy	Meta- phor		
	Nb	Nb	Nb	Nb	Nb	Nb	Nb	Nb	Nb	Nb	Nb	%
1. Domain RUSSIA- UKRAINE WAR [389: 333/-/; 6/0/; 50+/]	123	14	50	55	126	-	-	2	-	19	389	26.81
1.1.WAR [256: 246/-/; 6/0/; 4+/]	100	7	13	2	126	-	-	-	-	8	256	17.64
1.2.UKRAINE [86: 83/-/; 3+/]	18	5	26	25	-	-	-	2	-	10	86	5.93
1.3.RUSSIA [47: 4/-/; 43+/]	5	2	11	28	-	-	-	-	-	1	47	3.24
2. Domain WESTERN WORLD [885: 850 /-/; 35+/]	179	30	222	285	-	3	1	5	4	156	885	60.99
2.1.US [214: 207/-/; 7+/]	37	6	44	88	-	-	-	2	-	37	214	14.75
2.2. NATO [295: 280/-/; 15+/]	33	9	100	91	-	1	1	-	1	59	295	20.33
2.3. EUROPE [173: 160/-/; 13+/]	54	8	44	38	-	2	-	2	1	24	173	11.92
2.4. WEST [203 /-/]	55	7	34	68	-	-	-	1	2	36	203	13.99

3. Domain NON-WESTERN WORLD [69: 5/-; 64/+]	31	-	36	-	-	-	-	-	2	-	69	4.76
3.1. CHINA [33/+]	20	-	13	-	-	-	-	-	-	-	33	2.28
3.2. NON-WESTERN WORLD [36: 5/-; 31/+]	11	-	23	-	-	-	-	-	2	-	36	2.48
4. Domain WORLD [108: 104/-; 4/+]	27	9	42	15	-	-	-	-	-	15	108	7.44
4.1. WORLD [108: 104/-; 4/+]	27	9	42	15	-	-	-	-	-	15	108	7.44
Total	360	53	350	355	126	3	1	7	6	190	1451	100
%	24.81	3.65	24.12	24.47	8.68	0.21	0.07	0.48	0.41	13.1	100	

References

- Adams, T. (2008). A Review of narrative ethics. *Qualitative Inquiry*, 14(2), 175-184.
- Babak, A., Matychak, T., Moroz, V., Puhach, M., Minich, R., Rubak, V., & Yermolenko, V. (2017). *Words and wars: Ukraine facing Kremlin propaganda*. Kyiv : KIS.
- Bayram, F. (2010). Ideology and political discourse: a critical discourse analysis of Erdogan's political speech. *ARECLS*, 7, 23-40.
- Bourse, S. (2019). Conjuring up terror and tears: the evocative and persuasive power of loaded words in the political discourse on drug reform. *Lexis*, 4-13. Retrieved from: <http://journals.openedition.org/lexis/3182>
- Brader, T., & Marcus, G. (2013). Emotion and political psychology. In L. Huddy, D. Sears, & J. Levy. (Eds). *The Oxford handbook of political psychology*, 2nd ed. (pp. 165-204). Oxford : Oxford University Press.
- Braim, M. M. (2014). A textual analysis of hyperbole and litotes in selected English political speeches. *Anbar University Journal of Language and Literature*, 16, 45-83.
- Bullock, A., Trombley, S., & Lawrie, A. (1999). *The new Fontana dictionary of modern thought*. New York : Harper Collins.
- Chaban, N., Zhabotynska, S., & Chaban, A. (2019-2020). Visual and emotive: Russian e-news coverage of EU – Ukraine agreement on visa-free entry into the Schengen zone. *New Zealand Slavonic Journal*, 53-54, 147-172.
- Chaban, N., Zhabotynska, S., & Knodt, M. (2023). What makes strategic narrative efficient: Ukraine on Russian e-news platforms. Manuscript to be published in *Cooperation and Conflict*.
- Chang, R.-Ch., Lai, Ch.-M., Chang, K.-L., & Lin, Ch.-H. (2021). Dataset of propaganda techniques of the state-sponsored information operation of the People's Republic of China. *KDD '21: The Second International MIS2 Workshop: Misinformation and Misbehavior Mining on the Web*, Aug 15, 2021. Retrieved from: <https://arxiv.org/pdf/2106.07544.pdf>
- Chilton, P., & Schäffner, C. (2002). *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse*. Amsterdam : John Benjamins.
- Clément, M., & Sangar, E. (Eds). (2017). *Researching emotions in international relations: Methodological perspectives on the emotional turn*. Cham, Switzerland : Palgrave MacMillan.
- Denning, S. (2005). *The leader's guide to storytelling: Mastering the art and discipline of business narrative*. San Francisco : Jossey-Bass.
- Connor, R. W. (2019). When hyperbole enters politics: What can be learned from antiquity and our Hyperbolist-In-Chief. *A Journal of Humanities and the Classics*, 26(3), 15-32.
- Drăgan, N. S. (2020). The emotional arcs of political narratives. *Bulletin of the Transylvania University of Braşov*, 13(62), 69-86.
- Duffy, B. (2018) *The perils of perceptions*. London : Atlantic Book.
- Dunmire, P. (2012). Political discourse analysis: Exploring the language of politics and the politics of language. *Language and Linguistics Compass*, 6(11), 735-751.
- Dijk, T. A. van. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse and Society*, 17(2), 359-383.
- Dysphemism (n.d.). *Meriam-Webster dictionary*. Retrieved from: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/dysphemism>
- Fadhil, Z. A. (2021). Emotive language in political discourse: A linguistic study. *Multicultural Education*, 7(10), 599-608.
- Felt, Ch., & Riloff, E. (2020). Recognizing euphemisms and dysphemisms using sentiment analysis. In *Proceedings of the Second Workshop on Figurative Language Processing* (pp. 136-145). Association for Computational Linguistics. Retrieved from: <https://aclanthology.org/2020.figlang-1.20.pdf>
- Garfinkle, A. (9 March, 2021). Stories, stereotypes and politics: America's ethnoracial crucible. *Arab Scholarship and Expertise for Peace and Security in the Middle*. Retrieved 30 June,

2022, from: <https://mesbar.org/stories-stereotypes-and-politics-americas-ethno-racial-crucible/>

- Graef, J., da Silva, R., & Lemay-Hebert, N. (2020). Narrative, political violence, and social change. *Studies in Conflict and Terrorism*, 43(6), 431-443.
- Greimas, A. J., & Courtés, J. (1983). *Semiotics and language: An analytical dictionary*. Bloomington, IN : Indiana University Press.
- Groth, S. (2019). Political narratives / narrations of the political: An introduction. *Narrative Culture*, 6(1), 1-9.
- Guilleux, C. (2020). Framing the world through loaded language. *Interstudies Journal*, 27. Retrieved from: <https://calenda.org/788308>
- Hayakawa, S. I., & Hayakawa, A. D. (1990). *Language in thought and action*, 5th ed. San Diego et al.: Harcourt Brace Jovanovich Publishers.
- Hanne, M. (2014). An introduction to the “Warring with Words” project. In M. Hanne, W. D. Crano, & J. S. Mio (Eds), *Warring with words: narrative and metaphor in politics* (pp. 1-50). New York : Psychology Press.
- Kittelstad, K. (n.d.). Loaded language examples. *Your Dictionary*. Retrieved from: <https://examples.yourdictionary.com/loaded-language-examples.html>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Macagno, F., & Walton, D. (2014). *Emotive language in argumentation*. Cambridge : Cambridge University Press. 292 p.
- MacNeil, R. (1990). Introduction. In Hayakawa, S. I., & Hayakawa, A. D. *Language in thought and action*. 5th ed. (pp. vii-ix). San Diego et al. : Harcourt Brace Jovanovich Publishers.
- McCarthy, S., & CNN’s Beijing Bureau (10 March, 2022). China's promotion of Russian disinformation indicates where its loyalties lie. *CNN*. Retrieved 27 June, 2022, from: <https://edition.cnn.com/2022/03/10/china/china-russia-disinformation-campaign-ukraine-intl-dst-hnk/index.html>
- Miskimmon, A., O’Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). *Strategic narratives: communication power and new world order*. New York – London: Routledge.
- Mokhlosa, W., & Mukheefb, A. A. (2020). A pragmatic study of litotes in Trump’s political speeches. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(3), 1-12.
- Otis, C. L. (2020). *True or false: A CIA analyst’s guide to spotting fake news*. New York : Feiwel and Friends.
- Paszenda, J., & Góralczyk, I. (2018). Metonymic motivation behind paragonic uses of proper names in political discourse. *Linguistica Silesiana*, 39, 211-235.
- Patterson, M., & Monroe, K. (1998). Narrative in political science. *Annual Review of Political Science*, 1, 315-331.
- Perianova, I. (2019). *A Mashup world: Hybrids, cross-overs and post-reality*. Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishers.
- Redlawsk, D. P. (2006). *Feeling politics: Emotion in political information processing*. New York : Palgrave Macmillan.
- Schäffner, Ch., & Bassnett S. (2010). Politics, media and translation: exploring synergies. In Ch. Schäffner, & S. Bassnett (Eds), *Political discourse, media and translation* (pp. 1-31). Cambridge : Cambridge Scholars Publishing.
- Wadi, S. I., & Ahmed, A. A. (2015). Language manipulation in media. *International Journal on Studies in English Language and Literature (IJSELL)*, 3(7), 16-26.
- Zhabotynska, S. A. (2020). Types of ontologies for narrative-based concepts (a case of media narratives on COVID-19). *Third International Conference “Current problems of the Romance and Germanic Philology in an Anthropological Perspective”*. Conference proceedings. (pp. 19-20). Kyiv : Mykhailo Dragomanov National Pedagogical University.

- Zhabotynska, S. A. (2022). Russia's strategic narratives on Ukraine: technologies of weaponization. In *New dimensions in modern philology: An interdisciplinary approach. Conference proceedings* (pp. 31-34). Kyiv: Shevchenko National University.
- Zhabotynska, S., & Ryzhova, O. (2022). Ukraine and the West in pro-Russia Chinese media: A methodology for the analysis of multimodal political narratives. *Cognition, Communication, Discourse*, 24, 115-139.
- Zhabotynska, S., & Velivchenko, V. (2019). New media and strategic narratives: The Dutch referendum on Ukraine – EU Association Agreement in Ukrainian and Russian internet blogs, *European Security*, 28(3), 360-381.
- Zhabotinskaya S. A. (2013). Imya kak tekst: kontseptualnaya set' leksicheskogo znacheniya (analiz imeni emotsii) [Text as name: Conceptual network of lexical meaning (analysis of the name of emotion)]. *Cognition, Communication, Discourse*, 6, 47-76.
- Zhao, X., & Dong, J. (2010). Study on the features of English political euphemism and its social functions. *English Language Teaching*, 3(1), 118-121.

Sources of data

1. *Global Times* (2022, June 02). Xinhua. US "adds fuel to fire" by supplying weapons to Ukraine: Kremlin. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267182.shtml>
2. *Global Times* (2022, June 02). Xinhua. US to send medium-range rocket systems to Ukraine. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267180.shtml>
3. *Global Times* (2022, June 02). Zhongping, S. HIMARS unlikely to help Ukraine turn the tide on the battlefield. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267202.shtml>
4. *Global Times* (2022, June 06). Global Times. US upgrading arms to Ukraine reveals selfish foreign policy. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267428.shtml>
5. *Global Times* (2022, June 07). Global Times. Only cease-fire and peace restoration can fundamentally avoid trauma for women and children: Chinese envoy on Ukrainian conflict. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267465.shtml>
6. *Global Times* (2022, June 07). Xinbo, W. Where will the international system head post Russia-Ukraine conflict? <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267498.shtml>
7. *Global Times* (2022, June 07). Xinhua. Chinese envoy warns against providing weapons to Ukraine or imposing sanctions on Russia. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267448.shtml>
8. *Global Times* (2022, June 08). Xinhua. Ukraine says in talks with UN over humanitarian corridor for food exports <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267545.shtml>
9. *Global Times* (2022, June 09). Lingzhi, F. and Xiaoy, L. Weapons sent by US and NATO may fall into dark net and even to terrorists, leading widespread and unbearable cost. Feeding armed conflict. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267729.shtml>
10. *Global Times* (2022, June 09). Xinhua. German industrial production recovers after slump on Russia-Ukraine conflict. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267650.shtml>
11. *Global Times* (2022, June 11). Xinhua. Russia-Ukraine conflict could push 11-19 mln into hunger worldwide: FAO. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1267845.shtml>
12. *Global Times* (2022, June 13). Global Times. Zelensky's Taiwan remarks 'used by some forces to create tension between China and Ukraine': Chinese FM. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268010.shtml>
13. *Global Times* (2022, June 14). GT staff reporters. GT Investigates: Western freelance journalists expose NATO propaganda fomenting Ukraine crisis, suffer merciless attacks by 'civilized' West. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268125.shtml>

14. *Global Times* (2022, June 16). Ivanov, O. BRICS a global pillar of stability for non-Western countries <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268328.shtml>
15. *Global Times* (2022, June 16). Ping, X. The US has become addicted to coercive diplomacy. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268286.shtml>
16. *Global Times* (2022, June 20). Global Times. NATO chief predicts protracted Ukraine war, mirrors divided bloc. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268583.shtml>
17. *Global Times* (2022, June 20). GT staff reporters. US reaps windfalls as Europe sinks into deeper economic distress, sees strategic autonomy weakened. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268579.shtml>
18. *Global Times* (2022, June 20). Xiang, L. Major EU countries strive to comfort Ukraine amid contradicting demands. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268582.shtml>
19. *Global Times* (2022, June 20). Xiaoyi, L. Global refugee population hits 100m amid regional conflicts sown by West. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268580.shtml>
20. *Global Times* (2022, June 22). Gang, D. 'Economic Article V' a blatant incitement to undermine security order of others. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268780.shtml>
21. *Global Times* (2022, June 22). Global Times. GT Voice: Double standards on Russian oil show ugliness of US policy. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268804.shtml>
22. *Global Times* (2022, June 22). GT staff reporters. NATO, US put Ukraine's EU membership in dilemma. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268813.shtml>
23. *Global Times* (2022, June 23). Xue, L. Wild ambition of NATO against public's will. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268821.shtml>
24. *Global Times* (2022, June 24). GT staff reporters. EU grants Ukraine candidate status, aims at 'prolonged military conflict' to drag down Russia. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268962.shtml>
25. *Global Times* (2022, June 24). GT staff reporters. EU grants Ukraine candidate status in show of solidarity, as US rallies allies to target adversaries. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1268969.shtml>
26. *Global Times* (2022, June 26). Xiang, L. 'Body' of NATO continues, but 'soul' elusive. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1269046.shtml>
27. *Global Times* (2022, June 28). Hao, Zh. How NATO began with confrontation and ends with poisoning world peace? Western war machine. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1269264.shtml>
28. *Global Times* (2022, June 29). Gang, D. NATO expansionist agenda a threat to global security, a US tool to control EU and enhance hegemonic manipulation capacity. Bloody and tragic legacy. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1269357.shtml>
29. *Global Times* (2022, June 30). Gang, D. EU's 'moral support' for Ukraine masks a country beset by problems. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1269399.shtml>
30. *Global Times* (2022, June 30). Global Times. NATO's steering wheel in the wrong hands of Washington. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1269388.shtml>
31. *Global Times* (2022, June 30). Global Times. 'Unity of NATO' a disguise of its existential crisis. <https://www.globaltimes.cn/page/202206/1269395.shtml>

ЕМОТИВНИЙ ЛЕКСИКОН ПОЛІТИЧНОГО НАРАТИВУ: УКРАЇНА І ЗАХІД У КИТАЙСЬКИХ ЗМІ

Світлана Жаботинська

доктор філологічних наук, професор,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
(бульвар Шевченка, 81, Черкаси 18023, Україна);

e-mail: saz9@ukr.net;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9841-6335>

Анастасія Бринько

магістрантка,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
(бульвар Шевченка, 81, Черкаси 18023, Україна);

e-mail: lgv50030@gmail.com

Анотація

У цьому дослідженні, виконаному з позицій політичної і когнітивної лінгвістики, обговорюється емотивно навантажена мова медійних політичних наративів, що слугують основним маніпулятивним знаряддям пропаганди, за допомогою якого здійснюється ідеологічний вплив на аудиторію. Серед різних мовних засобів, залучених до створення політичного наративу, помітну роль відіграє емотивний лексикон, який і перебуває у фокусі нашої роботи. Її метою є виявлення внеску емотивно навантажених слів у формування медійного образу війни, розв'язаної Росією проти України в лютому 2022 року. Через ідеологічну конфронтацію між супротивниками і між їхніми союзниками цей образ, адресований внутрішній аудиторії в Росії і в Україні, а також зовнішній міжнародній аудиторії, набуває або про-української, або про-російської орієнтації, супроводжуваної відповідними емотивно протилежними оцінками. У нашій розвідці розглядається про-російський образ війни, репрезентований в англomовній версії популярного таблоїду *The Global Times*, що належить до китайських державних ЗМІ. До корпусу даних входять статті, які містять опис російсько-української війни, представленої в контексті міжнародних відносин. Статті були надруковані протягом червня 2022 року, через три місяці після початку російської військової агресії. У дослідженні аналіз емотивного лексикону спирається на когнітивну онтологію образу 'РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА'. Така онтологія, визначена як подієва, уможлиблює структурування інформації про власне подію і її учасників. Їхні вербально сконструйовані 'портрети' набувають промінантності завдяки кількості ужитих емотивних виразів, що сприяє праймінгу й укоріненню інтендованого суб'єктивного образу у свідомості читача.

Ключові слова: емотивний лексикон, політичний наратив, образ російсько-української війни, когнітивна онтологія, китайські ЗМІ, міжнародна аудиторія.

GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS 2020

General information

“Cognition, communication, discourse” (CCD) is an on-line open-access journal in Linguistics and languages, Literature, and Philology (UDC Subjects 80, 81, 82). Both its editorial team and the choice of authors are international.

Aims and scope. CCD focuses on language as an instrument for construing meaning, exchanging information and a form of social practice. It focuses on high-quality doctoral and post-doctoral research in cognitive linguistics, linguistic pragmatics, including cognitive pragmatics, corpus linguistics, and discourse analysis and on interdisciplinary approaches in neighboring research areas such as semantics, conversation analysis, ethnomethodology, sociolinguistics, and psycholinguistics.

Our aim is to publish innovative content, which contributes to cognitive and communicative linguistic theories drawing attested data from a wide range of languages and cultures in synchronic and diachronic perspectives. Alongside full-length articles, the journal welcomes discussion notes and book reviews on topics which are at the cutting-edge of research.

Mission. CCD presents a forum for linguistic research on the interaction between language and cognition, structures and strategies of discourse, communication studies.

The journal is aimed at linguists, teachers, graduate and post-graduate students who are doing their researches in Philology and conjoint spheres.

Article formats: Research article, Book review.

Language of publication: English, multiple. Summaries in English and Ukrainian.

Reviewing. CCD is a double-blind peer-reviewed journal. All research articles in this journal undergo rigorous double-blind peer review, based on initial editor screening and refereeing by anonymous referees. The journal is committed to meeting high standards of ethical behaviour approved by the Ethical Code of The Scientist of Ukraine (Етичний кодекс ученого України) and by the Committee on Publication Ethics (COPE) (<https://publicationethics.org/about>) at all stages of the publication process.

The editorial board reserves the right to reject an article that does not meet the established requirements or the subject matter of the journal. In case of rejection of the article, the editorial board gives the author a reasoned conclusion.

The term of reviewing the article does not exceed 2 months. The author is to make necessary changes in his / her material in two-week' time.

An article which was not recommended for publication by the reviewer is not accepted for reconsideration. The text of the negative review is sent to the author by e-mail.

Publishing ethics. In accord with the principles of academic integrity, all articles undergo the process of plagiarism checking using modern software and plagiarism online detector “Strikeplagiarism.com” (owner “Plagiat.pl”). The system establishes similarity coefficient 1 (the percentage of text that determines the level of borrowing found in certain sources, consisting of text fragments, containing at least 5 words) and similarity coefficient 2 (percentage of text that determines the level of borrowing found in certain sources that consist of text fragments containing at least 25 words). The recommended indicators of originality of articles are:

- similarity coefficient 1 – no more than 20%,
- similarity coefficient 2 – no more than 5%.

The editorial board of the journal takes the final decision on the presence of plagiarism or the lawfulness of borrowings found by the anti-plagiarist system.

Submission. Submission of the article is understood to imply that the article neither has been published before nor is being considered for publication elsewhere. The manuscript should be submitted by e-mail to the following address: cognition.discourse.journal@karazin.ua with a copy

sent to the editor-in-chief (iryyna.shevchenko@karazin.ua), executive secretary (alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua) and technical editor (mykhailo.kotov@karazin.ua).

Important. No parts of the articles submitted to “Cognition, communication, discourse” should be posted on the Internet prior to publication. Pre-publishing is possible with a corresponding reference to CCD after the article is accepted and confirmed to be published.

Content arrangement of the paper

- Title of the paper in English (12 pts, bold, CAPITAL letters, align center).
- Name and surname of the author(s) (12 pts, align center).
- Institution, place, country (12 pts, align center).
- Abstract with key words (minimum 250 words or 1800 signs, 11 pts).
- Titles of the chapters (12 pts, bold).
- Text of the paper (12 pts).
- Notes if any.
- Abbreviations if any.
- References and Sources for illustrations (if any) (12 pts, bold, CAPITAL letters, align right).
- Contact details – name(s) of the author(s) with their academic degree(s), name and address of the affiliated organization, e-mail(s) and ORCIDS of the author(s).

Text format

All materials should be Times New Roman, 12, font 1; indentation 1,0 cm, margins: left – 2 cm., right – 2 cm., top & bottom – 2.5 cm. The first lines in all sections are not indented.

Manuscripts may be submitted as email attachments in Microsoft Word 97-2003/2010 (author’s name.doc/docx) if they do not contain unusual fonts. If special symbols are used their fonts should be sent separately.

Contributions should be in English, may include multilanguage examples. Spelling should be either British or American English consistently throughout the paper. If not written by a native speaker of English it is advisable to have the paper checked by a native speaker.

Papers should be reasonably divided into numbered sections and, if necessary, sub-sections.

The title is preceded by the universal decimal classification (UDC) bibliographic code. Example:

UDC code (left on top)

TITLE (TIMES NEW ROMAN, 12, BOLD, CAPITAL LETTERS, CENTERED)

First Author Name and Surname (Times New Roman, 12, Bold)
(Affiliation, City, Country)

Next Author Name and Surname (Times New Roman, 12, Bold)
(Affiliation, City, Country)

Abstract: (in English, Ukrainian, Russian, Times New Roman, 11)

Author’s name surname. Title of the article (bold). An abstract is a brief, comprehensive summary of the contents of the article; it allows readers to survey the contents of an article quickly. The abstract should normally be a single paragraph *between 200 and 250 words* (minimum 1800 signs, key words included). A good abstract is accurate, nonevaluative, coherent and readable, clear and concise. It uses verbs rather than their noun equivalents and the active rather than the passive voice; uses the present tense to describe conclusions drawn or results with continuing applicability; uses the past tense to describe specific variables manipulated or outcomes measured. An abstract for *a theory-oriented paper* should describe: how the theory or model works and/or the principles on which it is based; what phenomena the theory or model accounts for;

and its linkages to empirical results. An abstract for a *methodological paper* should comprise the general class of methods being discussed; the essential features of the proposed method; and the range of application of the proposed method. Given the small amount of words allowed, each word and sentence included in your abstract needs to be meaningful. In addition, all the information contained in the abstract must be discussed in the main body of the paper.

Keywords: List five to ten pertinent keywords specific to the article; use singular nouns.

1. Introduction

The body of a manuscript opens with an introduction that presents the specific problem under study and describes the research strategy. The structure of the introduction should necessarily comprise the author's aims / tasks / objectives, the subject-matter and the material of the study.

Exploring the importance of the problem the article should state how it is related to previous work in the area. If other aspects of this study have been reported previously, how does this report differ from, and build on, the earlier report?

Describe relevant related literature. This section should review studies to establish the general area, and then move towards studies that more specifically define or are more specifically related to the research you are conducting. Your literature review must not be a series of quotations strung together; instead it needs to provide a critical analysis of previous work.

State hypotheses and objectives, their correspondence to research. The statement of the hypothesis should logically follow on from your literature review and you may want to make an explicit link between the variables you are manipulating or measuring in your study and previous research. The present tense is used to state your hypotheses and objectives.

Sections and subsections of the paper. Divide your article into clearly defined sections. Any labeled sections / subsection should be numbered (i.e., 2. or 2.1, 2.2 if necessary) and given a brief heading marked in bold (Times New Roman, 12 without full stops at the end). Each heading should appear on its own separate line.

A good paragraph should contain at least the following four elements: transition, topic sentence, specific evidence and analysis, and a brief concluding sentence. A transition sentence acts as a transition from one idea to the next. A topic sentence tells the reader what you will be discussing in the paragraph. Specific evidence and analysis support your claims that provide a deeper level of detail than your topic sentence. A concluding sentence tells the reader how and why this information supports the paper's thesis.

2. Method

The Method section describes in detail how the study was conducted, including conceptual and operational definitions of the variables used in the study. It also permits experienced investigators to replicate the study.

The method section should be written in paragraph form with as little repetition as possible. This section will often be broken down into subsections such as participants, materials and procedure. The subsections you use will depend on what is useful to help describe and explain your experiment.

In the method section of the paper you should use the past tense since you are describing what you did; for example, e.g. *An experiment was performed...*, *The participants were instructed to ...* .

3. Results

This section describes but does not explain your results; it provides the reader with a factual account of your findings. You can, however, draw attention to specific trends or data that you think are important. Your aim in your Results section is to make your results as comprehensible as possible for your readers.

If you are presenting statistical results, place descriptive statistics first (means and standard deviations) followed by the results of any inferential statistical tests you performed. Indicate any

transformations to the data you are reporting; for example, you may report percentage correct scores rather than straight scores. Raw data and lengthy whole transcripts of qualitative data should be put in the appendices, only excerpts (descriptive statistics or illustrative highlights of lengthy qualitative data) should be included in the results section.

In the results section you will need to use both the past tense and the present tense. The past tense is used to describe results and analyses; for example, *The knowledge scores were analyzed ..., The results indicated ...*.

The present tense is used with results that the reader can see such tables and figures; for example, *The data of growth rate in Table 3 illustrates how ...*.

Authors should refer in the text to all tables and figures used and explain what the readers should look for when using the table or figure. Focus only on the important point the readers should draw from them, and leave the details for the readers to examine on their own. Each table and figure must be intelligible without reference to the text, so be sure to include an explanation of every abbreviation (except the standard statistical symbols and abbreviations).

Give titles to all tables and figures, number all tables sequentially as you refer to them in the text (Table 1, Table 2, etc.), likewise for figures (Figure 1, Figure 2, etc.).

4. Discussion

If necessary an article may have more sections and subsections.

All examples are italicized. One word or word-combination examples are given within the body of a paragraph.

Sentence or textual examples, preferably numbered through the article, are given in separate paragraphs in italics (their source is given straight) with indentation 1,0 cm for the whole paragraph and separated from the previous / following text by one blank line. Example:

- (1) *"I'm Prendergast," said the newcomer. "Have some port?"*
"Thank you, I'd love to." (Waugh, 1980, p. 46)

5. Conclusions

This section simply states what the researcher thinks the data mean, and, as such, should relate directly back to the problem/question stated in the introduction. By looking at only the Introduction and Conclusions sections, a reader should have a good idea of what the researcher has investigated and discovered even though the specific details of how the work was done would not be known. After moving from general to specific information in the introduction and body paragraphs, your conclusion should restate the main points of your argument.

Conclusions should finish up with an overview of future possible research.

Acknowledgments (not obligatory and not numbered paragraph). Identify grants or other financial support (and the source, if appropriate) for your study. Next, acknowledge colleagues who assisted in conducting the study or critiquing the manuscript. End this paragraph with thanks for personal assistance, such as in manuscript preparation.

Footnotes should be avoided. Any essential **notes** should be numbered consecutively in the text and grouped together at the end of the paper.

In-text citations. The journal uses APA-6 format ([APA style](#)). If you are directly quoting from a work and the author is not named in a signal phrase, you will need to include the author, year of publication, and the page number for the reference: (Pocheptsov, 1976, p. 15; Leech, 1985, pp. 373-4).

If the quotation includes the author's last name, it is simply followed by the date of publication in parentheses; if no last name is mentioned in the text it is given in parentheses. For example: According to Jones (2005), "Students often had difficulty using Gerunds and Infinitives, especially when it was their first time" (p. 156). Or "Students often had difficulty..." (Jones, 2005, p. 156).

If you cite a work of two to five authors (use ‘&’ within parentheses; use ‘and’ outside parentheses):

a) Becker and Seligman’s (1996) findings contradicted this result. This result was later contradicted (Becker & Seligman, 1996). Mind no comma before & in citing two authors!

(b) Medvec, Madey, and Gilovich (1995) examined a group of Olympic medalists. Or medalists were examined in (Medvec, Madey, & Gilovich, 1995) (Mind a comma before & in citing three to five authors in parenthesis!) A subsequent citation would appear as (Medvec et al., 1995).

In case of six or more authors, cite only the last name of the first author, followed by “et al.” and the year of publication: Barakat et al. (1995) attempted to ...

APA-6	In-Text and Parenthetical Citation Examples
Quote with author’s name in text	Smith (2019) states that, “...” (p. 112).
Quote with author’s name in reference	This is quoted as, “...” (Smith, 2019, pp. 112-4).
Paraphrasing with author’s name in text	Smith (2019) stated these facts, too.
Paraphrasing author’s name in reference	This fact has been stated (Smith, 2019).
No author – give title of work abbreviated to first major word	This book is true (<i>Long</i> , 2019).
<i>Italics for books & journals</i> , “quotation marks” for articles & web pages	This article is true (“Long,” 2019).
Citing entire website – put URL	This has evidence (www.pubmed.gov).
Quote from website – use paragraph number	According to, “...” (Smith, 2019, para. 4).
More than one author with same last name	P. L. Smith (2018) and J. M. Smith (2019)
Source has more than one author in text	Smith and Lee agree that (2019)
Source has more than one author in reference	This is agreed upon (Smith & Long, 2019).
Citing more than one work	We all agree (Smith, 2019; Lee, 2018).
Citing more than one work by same author published in the same year	We all agree (Smith, 2019a, 2019b, 2019c) Smith (2019a) believes It has been reported ... (Smith, 2019c)

The quotations longer than three lines should constitute a separate block, indented 1.0 cm paragraph(s), single spaced, font 12 pts, italics, with no quotation marks, e.g., Kövecses (2018, p. 133) writes:

In sum, the intratextual use of conceptual metaphor does not necessarily produce metaphorically homogenous discourse. In most cases, a variety of different conceptual metaphors is used in particular media and other texts.....

For such quotations their author may be cited in a parenthesis below, not italicized, e.g.:

In sum, the intratextual use of conceptual metaphor does not necessarily produce metaphorically homogenous discourse. In most cases, a variety of different conceptual metaphors is used in particular media and other texts. This is a natural phenomenon, given the nature of conceptual metaphors as based on the general structure of concepts (i.e., that the concepts have various aspects and we use the conceptual metaphors to comprehend those aspects). (Kövecses, 2018, p. 133).

Quotation marks. Single quotation marks should be used for the translation of non-English words, e.g., *cogito* ‘I think’.

Double quotation marks should be used in all other cases, i.e., direct quotations in running text. Please always use rounded quotation marks (“...”) not "straight" ones.

Dashes. Spaced EM dashes (long English dashes) are used as parenthetical dashes (“text — text”). Please do not use double hyphens (--).

Unspaced EN dashes (a short dash corresponding to the Ukrainian dash) should be used between inclusive numbers to show a range), e.g., 153-159, 1975-1979.

A long dash (EM dash, —) without spaces on the left or right in English texts might set off a phrase at the end of a sentence—like this one. Or, EM dashes may set off a phrase midsentence—a technique that really draws a reader’s attention—as they do in this sentence.

Italics should be used for:

- Words, phrases, and sentences treated as linguistic examples
- Foreign-language expressions
- Titles of books, published documents, newspapers, and journals
- Drawing attention to key terms in a discussion at first mention only. Thereafter, these terms should be set straight.
- Emphasizing a word or phrase in a quotation indicating [emphasis mine]

Bold or **underlining** may be used sparingly to draw attention to a particular linguistic feature within numbered examples (not in the running text).

Please keep the use of italics and boldface type to an absolute minimum. CAPITAL LETTERS and SMALL CAPS should not be used for emphasis.

Punctuation. Please use a serial comma (an Oxford comma or a Harvard comma) placed immediately before the coordinating conjunction (and or or) in a series of three or more terms as in “France, Italy, and Spain” (with the serial comma), but “France or Spain” (two terms only).

Put a comma before ‘which’ to introduce attributive clauses (“Tom’s book, which he spent ten years writing, is now a best seller.”). Do not use a comma to introduce questions and prepositional phrases (“in which”).

Abbreviations. List of Common Latin Abbreviations for APA Style

Abbreviation	Meaning	Used inside of parentheses only
cf.	“compare” or “consult” (to contrast information)	Never put a comma after “...in (cf. Zeller & Williams, 2007)”.
e.g.,	“for example,” (<i>exempli gratia</i>)	Always put a comma after: “Some studies (e.g., Macmillan, 2009)...”
etc.	“and so on” / “and so forth”	Put a comma before if used to end a list of at least two other items: “ (chemistry, math, etc.). In other cases do not use a comma “(biology etc)”.
i.e.,	“that is,” (<i>id est</i> ; specific clarification)	Always put a comma after: “(i.e., first, second, or third)”
vs.	“versus”	Put a full stop after: “(low vs. high)”, do not italicize.
ibid.	“ <i>ibidem</i> ” for citations	Not used in APA to refer again to the last source previously referenced. Instead give each citation using author names as usual.

References (Times New Roman 12, bold, caps, not numbered)

A reference list (usually about 30 authors, preferably of the last decade) must comprise all the references cited in the text of your paper, listed in alphabetical order at the end of the paper and not numbered. Each reference in the reference list needs to contain all of the bibliographic information from its source (citation style APA-6). In each new item, its first line is aligned right, other lines (if any) are indented 1,0 cm. Please make your URL and DOI active.

For materials in Latin:

Books (authored work) & e-books:

Langacker, R.W. (2008). *Cognitive grammar: A basic introduction*. New York: Oxford University Press.

Chandler, D. (1998). Semiotics for beginners. Retrieved September, 1, 2018, from

<http://www.users.aber.ac.uk/dgc/Documents/S4B> or doi: <https://doi.org/10.....>

Book chapter:

Mind that editors' first names are cited before their family names, with a comma before "&" for two or more editors:

Haybron, D. M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid, & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17–43). New York, NY: Guilford Press.

E-book not from a database and without a DOI: in the URL field include the full URL or the homepage URL. Leave out Place and Publisher:

Austen, J. (1853). *Pride and prejudice: A novel*. Retrieved from <https://books.google.co.nz/books?id=ZXY1CwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=pride%20and%20prejudice&pg=PT4#v=onepage&q=pride%20and%20prejudice&f=true>

E-book from a Library database: In the URL field include the URL but remove the ezprozy details:

Best, A., Hanhimaki, & Schulze, K. E. (2015). *International history of the twentieth century and beyond* (3rd ed.). Retrieved from <https://ebookcentral-proquest-com>

Journal articles:

Gibbs, J. P. (1989). Conceptualization of terrorism. *American Sociological Review*, 54(3), 329-340. doi: 10xx.xxxxx or Retrieved month, day, year, from journal URL.....

On-line newspaper article:

Brody, J. F. (2007, December 11). Mental reserves keep brain agile. *The New York Times*. Retrieved from <http://www.nytimes.com>

Several volumes in a multivolume work:

Koch, S. (Ed.). (1959-1963). *Psychology: A study of science* (Vols. 1–6). New York, NY: McGraw-Hill.

Reference book:

VandenBos, G. H. (Ed.). (2007). *APA dictionary of psychology*. Washington, DC: American Psychological Association.

Print journal article. Article titles use sentence style capitalization, i.e., capitalize the first word of the title and subtitle (after a colon, if there is one), and any proper nouns (names). Journal/magazine and newspaper titles use headline style capitalization, i.e., capitalize each significant word but not articles and prepositions. In the year field for reference type Article in press enter the words: (in press). Mind a comma before "&" to cite more than one authors!

Where relevant, enter data in either the DOI or URL. In 2017, Crossref updated their DOI display guidelines, their new recommended format looks like this: <https://doi.org/10.1037/arc0000014>

Wilson, S., Spies-Butcher, B., & Stebbing, A. (2009). Targets and taxes: Explaining the welfare orientations of the Australian public. *Social Policy & Administration*, 43, 508-525. <https://doi.org/10.1037/arc0000014>

Fennimore, D. L. (1981). American neoclassical furniture and its European antecedents. *American Art Journal*, 13(4), 49-65. Retrieved from <http://www.jstor.org>

Webpage, with author but no date:

Flesch, R. (n.d.). *How to write plain English*. Retrieved October 3, 2017, from http://www.mang.canterbury.ac.nz/writing_guide/writing/flesch.shtml

Webpage with corporate author (an organisation or group):

New Zealand Government. (2008). *Digital strategy*. Retrieved April 12, 2009, from <http://www.digitalstrategy.govt.nz/>

Dissertation. Print/Hardcopy format

Knight, A. (2001). *Exercise and osteoarthritis of the knee* (Unpublished master's dissertation). Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand.

Thesis or dissertation, online from an institutional repository or a website

Thomas, R. (2009). *The making of a journalist* (Doctoral thesis, Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10292/466>

Conference paper in regularly published proceedings, retrieved online:

Houzel, S., Collins, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 105, 12593-12598. doi: [10.1073/pnas.0805417105](https://doi.org/10.1073/pnas.0805417105)

Film/movie

Scorsese, M. (Producer), & Lonergan, K. (Writer/Director). (2000). *You can count on me* [Motion picture]. United States: Paramount Pictures.

Blog post:

Author, A.A. (2019, December 12). Title of post [Description of form]. Retrieved from <http://www.xxxx>

For more details go to:

EndNote for PC: A comprehensive guide to the reference management software EndNote. Retrieved October 3, 2019, from http://aut.ac.nz.libguides.com/endnote/APA_and_EN_Books

For materials in languages other than English:

Standard format: Author, Initials. (year). *Title of book* (Edition if later than first e.g. 3rd ed.) [Title translated into English]. Place of publication: Publisher.

!All titles other than English (French, Spanish, etc.) are to be translated!

Book:

Piaget, J. (1966). *La psychologie de l'enfant* [The psychology of the child]. Paris, France: Presses Universitaires de France.

Bennahmiasm, J.-L., & Roche, A. (1992). *Des verts de toutes les couleurs: Histoire et sociologie du mouvement ecole* [Greens of all colours: history and sociology of the ecology movement]. Paris: Albin Michel.

Journal articles (brackets contain an English translation of the article's title, not the journal):

Janzen, G., & Hawlik, M. (2005). Orientierung im Raum: Befunde zu Entscheidungspunkten [Orientation in space: Findings about decision points]. *Zeitschrift für Psychologie*, 213 (4), 179–186. doi: [10.1026/0044-3409.213.4.179](https://doi.org/10.1026/0044-3409.213.4.179)

Zhabotynska, S. (2018). Dominantnist` ukrayins`koyi movy` v umovax bilingvizmu: nejrokognity`vni chy`nny`ky` [Dominance of Ukrainian in the bilingual setting: neurocognitive factors.]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, 87, 5-19.

E-materials:

Zagurenko, A. A. (2002). Ekonomicheskaya optimizatsia [Economic optimization]. *Neftyanoe khozyaistvo*, 11. Retrieved from <http://www.opus>

Conference papers:

Zagurenko, A. A. (2002). Osobennosti proektirovaniya [Features of design]. Trudy 6 Mezhdunarodnogo Simpoziuma: *Novye tekhnologii*. Kyiv, 267-272.

Dissertations:

Zagurenko, A. A. (2002). *Ekonomichna optymizatsia*. [Economic optimization]. Unpublished candidate dissertation, National Teachers' Training University of Ukraine, Kyiv, Ukraine (in Ukrainian)

Dissertation thesis (abbreviations: dokt./ kand.):

Zagurenko, A. A. (2002). *Ekonomichna optymizatsia*. [Economic optimization]. Unpublished candidate dissertation thesis, National Teachers' Training University of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

For transliteration use <http://translit.kh.ua> (from Ukrainian) and <http://www.translit.ru> (from Russian). Use <http://apareferencing.ukessays.com/generator/> to created reference list according to APA citation style.

DOIs. When DOIs are available, include them in the reference information. Place the DOI at the end of the reference, and don't add a period at the end of it. Here's an example:

Author, A.A., & Author, B. B. (Date of publication). Title of article. *Title of Journal*, volume number, page range. <https://doi.org/10.0000/0000>

SOURCES FOR ILLUSTRATIONS (bold, CAPS, not numbered)

All textual examples cited in the article should have full bibliographic information about their sources listed in alphabetical order and not numbered (citation style APA-6).

SCHOLARLY JOURNAL
COGNITION, COMMUNICATION, DISCOURSE

International on-line scholarly journal. 2022, # 25
Series "Philology"

English and multilanguages

Computer version

L. P. Z'abchenko

Journal web-site

V. O. Shevchenko

4, Svobody sq., Kharkiv 61022, Ukraine
V. N. Karazin Kharkiv National University