



Информация для цитирования:

Кочетова Л. А. Медиатизация регулятивной ценности «здоровый образ жизни» в англоязычных СМИ : корпусный подход / Л. А. Кочетова, И. В. Кононова // Научный диалог. — 2024. — Т. 13. — № 6. — С. 186—208. — DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-6-186-208.

Kochetova, L. A., Kononova, I. V. (2024). Media Studies of Regulatory Value of Healthy Lifestyle in English Media: A Corpus-Based Approach. *Nauchnyi dialog*, 13 (6): 186-208. DOI: 10.24224/2227-1295-2024-13-6-186-208. (In Russ.).



Перечень рецензируемых изданий ВАК при Минобрнауки РФ

Медиатизация регулятивной ценности «здоровый образ жизни» в англоязычных СМИ: корпусный подход

Кочетова Лариса Анатольевна¹

orcid.org/0000-0002-5278-7373

доктор филологических наук,
профессор,
профессор кафедры теории и практики
перевода и лингвистики,
корреспондирующий автор
kochetova@volsu.ru

Кононова Инна Владимировна²

orcid.org/0000-0003-4903-5856

доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры английской
филологии и перевода
ivkononova-unecon@yandex.ru

¹ Волгоградский
государственный университет
(Волгоград, Россия)

² Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
(Санкт-Петербург, Россия)

Благодарности:

Исследование выполнено за счет гранта
Российского научного фонда
№ 23-28-00509,
<https://rscf.ru/project/23-28-00509/>

Media Studies of Regulatory Value of Healthy Lifestyle in English Media: A Corpus-Based Approach

Larisa A. Kochetova¹

orcid.org/0000-0002-5278-7373

Doctor of Philology, Professor,
Professor of the Department of Theory and
Practice of Translation and Linguistics,
Corresponding Author
kochetova@volsu.ru

Inna V. Kononova²

orcid.org/0000-0003-4903-5856

Doctor of Philology, Associate Professor,
Professor of the Department of English
Philology and Translation
ivkononova-unecon@yandex.ru

¹ Volgograd State University
(Volgograd, Russia)

² Saint Petersburg State
Economic University
(St. Petersburg, Russia)

Acknowledgments:

The study is supported
by Russian Science Foundation,
project number 23-28-00509,
<https://rscf.ru/project/23-28-00509/>

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Представлены результаты корпусного анализа медиатизации идеи здорового образа жизни (ЗОЖ) как важнейшей регулятивной ценности современного социума. Эмпирической базой исследования послужил британский сегмент корпуса News on Web (NOW). Семантическая категоризация и квантификация коллокаций показала, что в медийных нарративах британских СМИ ценность ЗОЖ смещается в психологическое и психическое измерения, отражая изменившиеся представления социума о ее содержании. Интерпретативный анализ контекстов, фиксирующих типы поведения, показал, что неодобрение получает неумеренность практик здорового образа жизни. Озабоченность и тревога связываются со сферами ментального здоровья и психологически здоровыми отношениями. Критичное отношение наблюдается к наиболее подверженной манипуляциям сфере здорового питания. Установлено, что медийный нарратив политизирует практики здорового образа жизни, увязывая трудности их осуществления с экономическими проблемами, а также с феноменом психологической усталости. Тематическое моделирование дискурсивной практики показало доминирование в качественной прессе темы ментального здоровья и рациональных дискурсивных стратегий, опирающихся на данные научных исследований. В популярной прессе акцентируется тема внешнего вида как результата здорового образа жизни, широко используются стратегии эмоционального воздействия, апеллирующие к известным личностям как образцам для подражания.

Ключевые слова:

дискурсивно-корпусная методология; коллокация; тематическое моделирование; медиатизация; английский язык.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

This study presents the findings of a corpus analysis regarding the media studies of the concept of a healthy lifestyle as a paramount regulatory value in contemporary society. The empirical foundation of the research is based on the British segment of the News on Web (NOW) corpus. Semantic categorization and quantification of collocations reveal that in the media narratives of British outlets, the value of a healthy lifestyle is increasingly framed within psychological and mental dimensions, reflecting shifting societal perceptions of its content. An interpretative analysis of contexts capturing behavioral types indicates that excesses in healthy lifestyle practices are met with disapproval. Concerns and anxieties are linked to mental health domains and psychologically healthy relationships. A critical stance is observed towards the most manipulable area of healthy eating. It has been established that media narratives politicize healthy lifestyle practices, associating the challenges of their implementation with economic issues as well as the phenomenon of psychological fatigue. Thematic modeling of discursive practices demonstrates the predominance of mental health topics in quality press, alongside rational discursive strategies grounded in scientific research findings. In popular media, emphasis is placed on appearance as a result of a healthy lifestyle, with extensive use of emotional appeal strategies referencing well-known personalities as role models.

Key words:

discursive-corpus methodology; collocation; thematic modeling; media studies; English.

Медиатизация регулятивной ценности «здоровый образ жизни» в англоязычных СМИ: корпусный подход

© Кочетова Л. А., Кононова И. В., 2024

1. Введение = Introduction

Исследование медиатизации, понимаемой как специфическая форма конструирования социальных представлений о мире посредством медиатехнологий, транслирующих образцы культуры, ценностные смыслы, коды и символы [Thompson, 2018], формирующей и трансформирующей массовое сознание, относится к числу важнейших задач отдельной исследовательской области гуманитарного знания, именуемой в отечественной научной традиции «медиалингвистика» [Добросклонская, 2008; Клушина, 2018], а в зарубежном — «media studies» [Bednarek et al., 2017]. Медиатизации, то есть созданию особых зон пересечения медиа с социальными феноменами [Клушина и др., 2019], подвергаются практически все сферы общественной жизни [Ионова и др., 2022], включающие социальные институты [Губанова, 2021], профессиональные дискурсивные практики, транслирующие специальные знания [Кондратьева и др., 2021]. Результаты медиатизации проявляются 1) в формировании субдискурсов, возникающих в зоне пересечения медийного дискурса и социально значимых феноменов: медиаполитического, медийного юридического [Чеметева, 2022], медийного медицинского [Кожарнович, 2021] и др., оказывающих влияние на представления, ценностные установки и поведение членов дискурсивного сообщества; 2) в трансформации терминов в медиаконцепты, приобретающих новые концептуальные признаки, значения и оценочные смыслы [Калугина, 2024]; 3) в популяризации, заключающейся в распространении достоверной профессиональной информации, что, с одной стороны, повышает качество информационного пространства, но в то же время увеличивает риски возникновения деструктивных социальных практик [Кожарнович, 2021]; 4) в дискурсивном конструировании новых концептуальных образований в системе индивидуальных и коллективных ценностей социума, определяющих типы поведения и стимулирующих их

общественное обсуждение. К числу таких феноменов принадлежит тесно связанная с понятием «здоровье», входящим в число базовых витальных универсальных ценностей, регулятивная ценность *здорового образа жизни*, сформировавшаяся в медиадискурсе развитых стран в конце XX века. Представляя собой модель социально одобряемого поведения, нацеленного на сохранение и поддержание здоровья, этот социальный феномен приобрел особую значимость в современном обществе, значительно расширив свой содержательный минимум, обогатившись новыми концептуальными признаками, отражающими специфику его ценностной концептуализации в медийных нарративах, направленных на формирование здоровьесберегающих типов поведения.

Медийные дискурсивные практики здорового образа жизни уже становились объектом лингвистического изучения: проводился сопоставительный анализ репрезентации здорового образа жизни в текстах англоязычных и русскоязычных интернет-сайтов фитнес-центров [Машлыкина и др., 2019], рассматривались языковые и культурные особенности пропаганды здорового образа жизни в британских и российских цифровых СМИ с фокусом на уровне сложности чтения текстов, определяющем их прагматический потенциал [Стеблецова и др., 2023]; изучались языковые средства репрезентации концепта *Wellness* в медиадискурсе [Сидорова, 2023]; исследовались особенности объективации ценностей здорового образа жизни в русскоязычной коммерческой рекламе [Брушкова и др., 2018]. Вместе с тем динамика его содержательных признаков, освещение различных типов оценочного позиционирования [Карасик, 2019], выражающих его одобрительное или неодобрительное общественное восприятие, его тематическое моделирование в медийных нарративах британской качественной и популярной прессы не получили системного описания.

В настоящее время изучение языка медийной коммуникации обогащается методами корпусной лингвистики, а постоянно пополняемые корпуса текстов дают возможность получить количественно подтвержденные выводы о содержательной составляющей дискурсивной практики [Baker, 2006; Teubert et al., 2007; Чернявская, 2017], в том числе в динамике ее коммуникативно-дискурсивного существования [Орлова, 2010], тематическом моделировании и прагматическом потенциале.

Цель данной статьи — методами корпусной лингвистики установить особенности медиатизации регулятивного ценностного феномена «здоровый образ жизни» в медийных нарративах Великобритании, выявить его оценочную интерпретацию и провести тематическое моделирование нарративов качественной и популярной прессы с целью установления их прагматической и социокультурной специфики.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

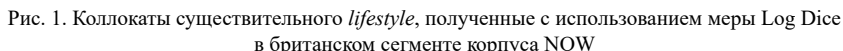
Исследование проводилось на материале британского сегмента постоянно обновляемого корпуса англоязычных медиатекстов *News on the Web* общим объемом более 18,6 млрд слов. Были отобраны тексты качественных СМИ (*The Guardian*, *The Independent*, *The Daily Telegraph*, *The Observer*; а также наиболее известных таблоидов *The Sun*, *The Daily Mail*, *The Daily Mirror*, *The Daily Express* и др.), образующие два подкорпуса объемом 18,7 млн слов.

Основным методом изучения медийных нарративов здорового образа жизни избран метод коллокаций. Коллокация определяется как совместное появление двух или более лексических единиц в максимальном интервале единиц слева и справа от анализируемого слова [Sinclair, 1991]; сила ассоциативной связи между словами может быть измерена [Stubbs, 1995]. Автоматически выделенные из текстов коллокации ранжируются по степени устойчивости ассоциативной связи в соответствии со значениями выбираемых статистических мер.

В работе верификации подлежали следующие гипотезы: 1) метод коллокаций позволяет выделить семантические группы коллокаций, репрезентирующие содержательное наполнение анализируемого феномена; 2) сравнение частоты употребления коллокаций из выявленных семантических групп в разные периоды дает возможность установить динамику содержания ценности в медийных нарративах британских СМИ; 3) тематическое моделирование медийных нарративов качественной и популярной прессы и установление их социокультурной специфики может быть проведено с использованием метода ключевых слов.

Отбор коллокаций, определяющих содержание дискурсивной практики, проводился в несколько этапов. На первом этапе с помощью программного обеспечения *LancsBoxX* (версия 4.0.0.) мы извлекали коллокации для существительного *lifestyle* в соответствии с мерой Log Dice, которая является предпочтительной по сравнению с мерой MI, завышающей значимость редких сочетаний. Мера Log Dice позволяет идентифицировать уникальные в контекстном окружении ядерного слова коллокаты, которые одновременно часто встречаются в дискурсе [Brezina, 2018, p. 274]. «Окно наблюдения» равнялось 5, то есть в потенциальные коллокаты существительного попадали все лексемы, расположенные на расстоянии пяти слов от ядерного слова. Меры коллокаций, а также их визуализация определялись с использованием программы обработки корпуса *LancsboxX* (версия 4.0.0.) [Brezina et al., 2024]. Полученные результаты представлены далее (рис. 1).

Моделирование содержания дискурсивной практики предполагает выявление коллокаций второго порядка, образующих семантические связи



Динамика содержания исследуемой ценности устанавливалась с использованием статистической техники [LSTO], основанной на анализе частоты, извлеченной для исследуемых семантических групп коллокаций различных временных периодов. В результате был получен граф (рис. 2), что позволило выявить тенденции в обсуждаемых в нарративах темах и определить значимость отдельных содержательных признаков в их дискурсивно медийном воплощении. Тематическое моделирование, определяющее социокультурную специфику медийных нарративов, проводилось с использованием корпусного метода ключевых слов, которые являются дескрипторами содержания текста. Список ключевых слов строится по формуле, учитывающей частотность использования и ранг слова в списках слов сравниваемых корпусов. Коэффициент значимости (K) ключевого слова, измеряемый с помо-

щью коэффициента логарифмического правдоподобия (LL) или бинарного логарифма (Log Ratio) [Hardie, 2014], обозначает степень вероятности того, что данная величина является случайной. Пороговой величиной статистической значимости для ключевых слов принято считать $p \leq 0.01$, $LL \geq 6.63$, которая позволяет отсекаать лексемы, частотность которых в сравниваемых корпусах носит случайный характер, свидетельствуя о проявлении языковой вариативности [Scott, 1997]. При работе с аннотированными корпусами единицами анализа, для которых устанавливается коэффициент значимости (K), помимо отдельных слов могут выступать n-граммы [Andersen, 2016], многословные лексемы [Gerbig, 2010], части речи [Culpeper, 2009], семантические категории [Rayson, 2008]. В нашем исследовании за единицу анализа берется лексема, а построенный список ключевых слов подвергался семантической категоризации с целью выделения доминирующих тем в каждом из исследуемых подкорпусов.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Динамика осмысления понятия здорового образа жизни в британских СМИ

Моделирование коллокаций в медийных нарративах здорового образа жизни показало, что они образуют семантические группы, относящиеся к темам физической активности, здорового питания, здоровых привычек, поддержания ментального / психического здоровья, поддержания здоровых отношений, благоприятной окружающей среды. Одной из гипотез данного исследования является положение о динамических процессах в содержании социально-значимых феноменов, изменениях значимости того или иного содержательного признака в структуре медиаконцепта, возникновении в нарративе новых оценочных смыслов.

Корпусный анализ семантических групп коллокаций в медийных нарративах, охватывающий период с 2010 по 2022 годы, позволил установить изменения значимости той или иной группы и выявить основные тенденции в содержательной составляющей дискурсивной практики.

Как показывает рис. 2, кривые частоты употребления коллокаций тематических групп здоровой физической активности и ее отсутствия / недостаточности, здоровых отношений, здоровых привычек, благоприятной окружающей среды, располагающиеся в нижней части графика, демонстрируют устойчивость, практически не изменяясь на протяжении всего рассматриваемого периода. Важное место в британском медийном дискурсе занимает тема здорового питания: коллокации данной семантической группы варьируются в диапазоне нормализованной частоты от 4,16 до 5,15. В то же время кривая частоты коллокаций, связанных

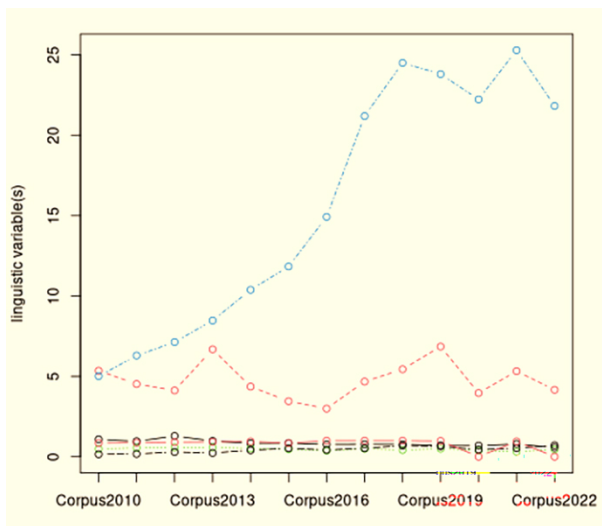


Рис. 2. Динамика употребления семантических групп коллокаций дискурсивной практики здоровый образ жизни в сегменте британских СМИ в составе корпуса NOW

с темой ментального здоровья, демонстрирует тенденцию к интенсивному росту: нормализованная частота увеличивается с 5,01 в 2010 году до 21,82 в 2022 году. Очевидно, что данная динамика связана с растущей озабоченностью общества вопросами сохранения ментального здоровья и профилактики развития когнитивных расстройств.

Дискурсивная концептуализация темы здорового питания (*healthy eating*) в британских СМИ включает следующие векторы: а) осмысление здорового питания как необходимого условия ментального здоровья; б) формирование пенияфобии (страха бедности), вызванное ухудшением материального положения населения вследствие экономических и геополитических факторов; в) критику манипуляций в сфере продвижения здорового питания; г) фиксацию усталости от пропагандируемых практик здорового питания и нежелание им следовать.

Медийные нарративы соотносят неспособность человека придерживаться здорового пищевого поведения с эмоциональной неуравновешенностью и склонностью к депрессивным состояниям: наиболее частотными коллокациями с ядерным словом *eating* являются *eating disorder / disorders* (3,66), *binge eating* (0,20), *comfort eating* (0,19) и *emotional eating* (0,08), концептуализирующие отклонения от нормы, вызванные стрессом, чувством неудовлетворенности, эмоциональными переживаниями и т. д.

В контексте пандемии и экономического кризиса последних лет, вызванного в том числе выходом страны из ЕС, медиа увязывают практики здорового питания с финансовой несостоятельностью и низкими доходами, инфляцией как следствием экономического и геополитического кризисов, низкой продуктовой обеспеченностью, формируя нарратив пеняфобии (боязни нищеты), являющейся одним из базовых страхов человека. Коллокация *healthy eating* сближается в смысловом отношении со словами *inflation, food insecurity, risk, affordable, afford, poverty, low-income, pricier, expensive*: (1) *Inflation is pushing **healthy eating** out of reach for millions of people, a trend that public health experts worry could increase their **risk** for diet-related diseases in the long run* (The Guardian, 30.09.2022) [English-Corpora.org]; (2) *But when you find you have **limited funds** — or none at all — you have a choice between **expensive healthy eating** or cheap junk food. Unsurprisingly, people choose what they **can afford**. Not what they prefer* (The Daily Mirror, 23.05.2022) [English-Corpora.org].

Критическое осмысление концепций здорового питания заключается в акцентировании идеи возможного обмана, введения потребителей в заблуждение относительно действительной пользы тех или иных продуктов питания: (3) *Healthy eating is a **big business** nowadays, the problem is that a great many products that pass themselves off as healthy — from protein bars to some milk substitutes — **are really nothing of the sort*** (The Guardian, 16.10.2022) [English-Corpora.org].

В медийных нарративах фиксируется критичное отношение к жестким, бескомпромиссным требованиям к здоровому питанию, которые квалифицируются как «слишком сложные», «утомительные», «навязчивые»: (4) *And although Nadia jokes that his endless talk of **healthy eating** grew **tiresome**, she now credits him for helping protect her from the disease* (The Daily Mirror, 28.09.2022) [English-Corpora.org], что отражает изменившиеся в современном обществе представления об усталости, которая из физической превращается в психологическую, обусловленную тревожностью, стрессом, борьбой с самим собой и т. д. [Вигарелло, 2024]. С другой стороны, в окружении коллокации *healthy eating* используются языковые средства, позиционирующие практики здорового питания как либеральные, демократичные и необременительные, не вызывающие чувство фрустрации и дискомфорта и не требующие самоограничений (*encouraging, satisfying, simple, liberating, easy, fun, easier, deprivation, frustrating* и пр.): (5) *We want to show that **healthy eating isn't about deprivation but satisfying** meals that make you feel your best, she told us* (The Daily Mail, 12.12.2015) [English-Corpora.org].

Интенсивное развитие сетевого дискурса и блогосферы способствует появлению новых концептуальных образований, одним из которых являет-

ся *healthy eating guru(s)*. В семантике лексемы *guru*, означающей *a personal religious teacher and spiritual guide in Hinduism* [MWOD], содержится семантический признак, указывающий на связь с духовными практиками Тибета и религиозной восточной философией. В случае синтагматического сближения с номинациями «недуховных», далеких от религии и философии понятий лексема *guru* приобретает ироничную коннотацию. Коллокация *healthy eating guru*, впервые зафиксированная в британском сегменте корпуса NOW в 2014 году, встречается преимущественно в негативно-оценочных контекстах, критически осмысливающих: 1. Практики здорового питания, агрессивно навязываемые их сторонниками и являющиеся формой насилия: (6) *The healthy eating gurus in our midst always hiss that 'you are what you eat'* (The Herald, 25.10.2022) [English-Corpora.org]. Отрицательно-оценочная коннотация наводится глаголом *hiss* — *to utter or whisper angrily or threateningly and with a hiss* [MWOD]. 2. Неумеренность в практиках здорового питания, имеющую характер аддикции: (7) *A carnivore, a vegetarian and a flexitarian put Joe Wicks's veggie recipes to the test fitness freak healthy eating guru Joe Wicks has ditched meat for his latest cookbook Veggie Lean* (The Irish News, 25.01.2019) [English-Corpora.org]. 3. Продвижение методик здорового питания как способа заработать деньги: (8) *After all, they've witnessed some of their peers ascend to 'celebrity', thanks to Instagram and Twitter — witness the success of beauty blogger 'Zoella', aka Zoe Sugg, 26, and healthy eating guru Ella Mills, 25. If they've managed to win wealth, fame and fortune without having to set foot in an office...* (The Daily Mail, 16.02.2017) [English-Corpora.org]. В медийных нарративах не одобряется деятельность блогеров в социальных сетях, которые зарабатывают большие деньги на продвижении диет и методик питания, безопасность которых ничем не подтверждается. Подчеркивается, что их основной мотивацией является коммерческий интерес, а не укрепление здоровья их подписчиков.

Таким образом, осуждаются как обусловленные коммерческими целями манипуляции в сфере продвижения здорового питания, так и приверженность неумеренным практикам «здорового образа жизни» — жёстким диетам, которые могут приводить к неблагоприятным для здоровья последствиям; концепция здорового питания концептуализируется как навязываемый обществом тип поведения, вызывающий психологическую усталость и отторжение, угрозой здоровому питанию становится бедность, обусловленная воздействием экономических и геополитических факторов, вскрывается социальное неравенство, ограничивающее доступ к здоровому питанию различных социальных групп, оправдывается нежелание следовать практикам здорового питания, т. к. они несут не всегда обоснованные ограничения.

Тема ментального здоровья осмысливается в терминах трудностей, кризиса, проблем и вызовов. В число наиболее частотных коллокатов сложносоставной лексики *mental health* входят существительные негативной оценочной семантики *problems, crisis, awareness, difficulties: mental health problems (4,99), mental health issues (4,76), mental health charity (1,05), mental health crisis (0,62), mental health problem (0,62), mental health awareness (0,49), mental health difficulties (0,35)* и др., свидетельствующие о том, что в британском медиадискурсе социальный феномен «ментальное здоровье граждан» конструируется как проблема, вызывающая озабоченность общества (*mental health awareness*), требующая решения (*mental health issues, mental health problems*), демонстрирующая готовность общества к добровольному пожертвованию средств на преодоление кризиса в данной области (*mental health charity*).

Особый интерес в контекстном окружении лексики *mental health* представляют слова, номинирующие предубеждения в отношении психически нездоровых или психологически неблагополучных людей: *stigma, taboo, cynicism* и пр. Медийный нарратив акцентирует неодобрение стигматизации когнитивных расстройств и отклонений: в окружении словосочетания *stigma surrounding mental health* встречаются такие единицы, как *devastating, ridiculous, suicide, huge, negative, negatively, damaging, damage, concerns, awareness, unfortunately*, что создает нарратив озабоченности и серьезной обеспокоенности отношением общества к людям, страдающим проблемами психического и психологического здоровья: *potential devastating implications of the stigma surrounding mental health, ridiculous stigma surrounding mental health, stigma and discrimination surrounding mental health* и др.

В основе стратегии, направленной на преодоление предубеждений в отношении ментального здоровья, лежат метафорические модели, имплицитно выражающие неодобрение его стигматизации и имплицитно выражающие борьбу с ней. Стигма метафорически осмысливается как **враг**, которого необходимо победить (*fought to eliminate the stigma surrounding mental health; knock down some stigmas surrounding mental health; battle the stigma surrounding mental health; combating the stigma surrounding mental health; stand up against stigma surrounding mental health problems*); как **препятствие / стена**, которое (-ую) нужно **разрушить / снести** (*breaking down the stigma surrounding mental health, to break down the taboo surrounding mental health; removing the stigma surrounding mental health; to dismantale the stigma surrounding mental health; tearing down the stigma surrounding mental health*); как **сорняк**, который нужно **вырвать с корнем** (*dedicated to eradicating the stigma surrounding mental health*).

В медийных нарративах наблюдается контекстуальная связь репрезентаций ментального здоровья и коллокаций, характеризующих «здоровые межличностные отношения», подразумевающих комфортное партнерство, позволяющее человеку развиваться как личности, поддерживающих эмоциональное и психическое здоровье человека, а также здоровый образ жизни в целом: (9) *We're prioritizing **mental health**, interpersonal **relationships**, community building and the preservation of our ecosystem* (The Guardian, 31.01.2023) [English-Corpora.org]; (10) *Hunter Johnson, founder of The Man Cave which aims to teach young men about **positive relationships** and their own **mental health**, said: "It's an investment in our future, and that's very special"* (The Telegraph, 24.06.2018) [English-Corpora.org].

Коллокации, объективирующие психологически неблагоприятные отношения в семье или паре (*abusive relationship, toxic relationship*), контекстуально сближаются с номинациями вредных привычек и аддикций, таких как алкогольная и наркотическая зависимости: *developed issues with alcohol following an abusive relationship; using cocaine during an abusive relationship; being coerced into abusive relationships and readily accepted alcohol offered to them; led her into abusive relationships, mental health difficulties and problems with drugs; who is addicted to drugs and enmeshed in a toxic relationship; addicted to drugs whilst in an abusive relationship* и пр.

В британских медийных текстах последних лет создается нарратив с прагматикой глубокой обеспокоенности влиянием нездоровых личных и семейных отношений людей на их ментальное и физическое здоровье. Настроения и ценностные установки общества прослеживаются в процессах словотворчества, связанных с созданием лексических инноваций, номинирующих аспекты тех или иных социально значимых ситуаций и явлений. Частота зафиксированного в британском сегменте корпуса в 2010 году метафорического сочетания *toxic relationship*, означающего тип отношений, которые отравляют жизнь, выросла до 51 вхождения в 2018 году, а в 2022 она составила 166 употреблений. В 2018 году Оксфордский словарь выбрал прилагательное *toxic* в его переносном значении в качестве слова года, лучше всего передающего настроения в современном обществе [Качулина, 2023]. Лексема *gaslighting*, означающая форму психологического насилия, манипуляции, имеющие целью заставить жертву сомневаться в адекватности оценки ею окружающей действительности, впервые употребляется в корпусе в 2013 году, к 2022 году количество ее употреблений достигает 596 случаев: (11) *Taylor points out that while extreme and **unhealthy behaviour like gaslighting** is never acceptable and should not be misconstrued as a hallmark of depression, **mental health** can obviously affect relationships* (The Standard, 10.10. 2022) [English-Corpora.org].

Наблюдается регулярное контекстуальное сближение коллокаций *abusive relationship(s)* и *toxic relationship(s)* с отрицательно оценочной лексикой: *a gaslighting toxic relationship*, *brutal and abusive relationship*; *the pain of being in a toxic relationship*; *grotesquely toxic relationship*; *violent or abusive relationship*; *but their toxic relationship unleashed hell*, *awful abusive relationships* и др., в том числе со словами с семантикой страха: *bullying*, *sexual harassment*, *and abusive relationships*; *“terrorized” his partner in a three-year abusive relationship*; *horrific abusive relationship*; *frighteningly locked into this toxic relationship* и пр.; с глаголами с семантикой страдания (*suffer from*, *endure* и пр.).

В дискурсивной концептуализации неблагоприятных, эмоционально нездоровых отношений используются метафорические модели, среди которых наиболее заметными являются представления о них как о **ловушке**, из которой невозможно выбраться (*the victim being “trapped in a toxic relationship”*; *fallen into an abusive relationship*; *a toxic relationship you’re stuck in*); как об **удавке**, **петле** на шее (*a strained and toxic relationship*; *strangled in an abusive relationship*, *grip of a violently abusive relationship*) или **тюрьме** (*locked into this toxic relationship*; *jailed over abusive relationship*). Ценностные импликации предполагают тщательный подход к выбору партнера или друзей, осторожность и предусмотрительность.

В число наиболее частотных коллокаций с ядерным словом *healthy* входят *healthy habit(s)* (0,17), *healthy behavior(s)* (0,09), таким образом, поддержание здоровья тесно ассоциируется с идеей рутинизации, регулярным воспроизведением здоровых поведенческих паттернов. При этом здоровые привычки концептуализируются в дискурсе в первую очередь как отказ от нездоровых моделей поведения и пагубных зависимостей, которые представлены коллокациями со значительно более высокой частотностью (второй по частотности коллокацией с ядерным словом *unhealthy* является *unhealthy obsession(s)* (0,32). В число наиболее частотных коллокаций с ядерными словами *habit(s)*, *obsession(s)* и *addiction(s)* вошли: *drug addiction(s)* (2,00), *alcohol addiction(s)* (0,61), *drug habit(s)* (0,44), *heroin addiction(s)* (0,40), *unhealthy obsession(s)* (0,32), *smoking habit(s)* (0,25), *cocaine addiction(s)* (0,21), *gaming obsession(s)* (0,18), *cocaine habit(s)* (0,14), *internet addiction(s)* (0,12) и др. Очевидно, что дискурсивные практики концептуализируют аддикции как способные нанести вред физическому и психическому здоровью человека, будучи при этом серьезным препятствием для поддержания здоровых социальных отношений.

Отметим изменение оценочного вектора в осмыслении физической активности как неотъемлемой части здорового образа жизни. В медийных нарративах отрицательную оценочную интерпретацию получает из-

быточная физическая активность, такой тип поведения осуждается. Так, словосочетание *fitness freak(s)*, которое впервые встречается в корпусе в 2011 году, в настоящее время является третьей по частотности коллокацией с ядерным словом *fitness*. Таким образом, в дискурсе конструируется представление о том, что соблюдение ЗОЖ требует умеренности, избыточная приверженность практикам здорового поведения рассматривается как тип аддикции и вызывает социальное неодобрение.

Ориентация общества на экологическую безопасность естественным образом проявляется в концептуализации ценности как неразрывно связанной с сохранением окружающей среды, что предполагает выбор продуктов питания, не оказывающих на нее вредного влияния, и отражается в коллокациях *environmental health* (1,72) и *healthy environment* (0,19), *healthy planet* (0,15): (12) *Healthy diet means a healthy planet, study shows* (The Guardian, 28.10.2019) [English-Corpora.org].

Важно отметить регулярное сближение основного репрезентанта ценности *healthy lifestyle* и лексем с семантикой выбора: *choices, changes, options, decisions, initiatives, choose, make choices* и др., образующих следующие десять наиболее частотных коллокаций: *make / advocate / adopt / motivate / promote / develop healthy lifestyle choices, make healthy lifetime changes, choose healthy lifestyle options, promote healthy lifestyle initiatives* и пр.: (13) *CBT also helps people feel more in control of their condition, so they are more likely to ask for help early and to make **healthy lifestyle choices** in terms of diet and exercise* (The Telegraph, 18.08.2013) [English-Corpora.org]. Таким образом, в медийных нарративах ценность здорового образа жизни ассоциируется с идеей осознанного деятельного выбора, что подчеркивает активную роль субъекта и возлагает на него ответственность за их осуществление. Очевидно, что возможность *выбирать стиль жизни* является одним из цивилизационных достижений развитых обществ, когда голод, эпидемии инфекционных болезней и отсутствие чистой питьевой воды больше не являются ежедневными угрозами и проблема физического выживания более не актуальна.

3.2. Тематическое моделирование дискурсивных практик здорового образа жизни в качественных и популярных СМИ

Тематика текстов, образующих дискурсивную практику продвижения здорового образа жизни в качественных и популярных СМИ, характеризуется социокультурной спецификой, отражающей ценностные предпочтения целевой аудитории медийного издания. Тематическое моделирование нарративов здорового образа жизни проводилось с использованием метода ключевых слов, позволяющего выявить уникальные лексемы для каждого из рассматриваемых подкорпусов и на их основе определить доминирую-

щие темы качественных и популярных британских СМИ. Список ключевых слов, полученный для каждого типа прессы, подвергся категоризации, и были выделены семантические группы, характерные для каждого типа исследуемых СМИ, представленные далее (табл. 2).

Таблица 2

Ключевые слова корпусов текстов качественной и популярной прессы с указанием мер LL и Log Ratio

Качественная пресса			Популярная пресса		
слова	LL	Log Ratio	слова	LL	Log Ratio
cognitive	34,97	4,44	her	349,14	2,61
decline	34,94	3,09	revealed	93,56	3,84
dementia	118,66	2,16	star	41,19	3,08
programmes	25,47	3,11	share	35,32	2,61
families	25,47	3,11	married	22,95	44,67
funded	26,84	44,44	pair	18,99	44,39
government	24,03	2,63	shape	17,98	3,17
studies	35,04	1,89	husband	17,98	3,17
official	7,38	2,46	shares	17,41	44,27
memory	20,41	2,31	relationship	15,26	3,00
preventing	17,89	3,27	size	16,85	2,45
country	20,31	2,23	posted	15,32	2,62
market	17,16	2,95	transformation	15,04	44,06
China	19,27	3,63	she	162,08	1,53
Switzerland	16,94	3,63	myself	13,25	2,86
smoking	42,94	1,67	bone	12,83	3,54
brain	15,26	1,75	doctor	17,29	2,01
tobacco	18,82	2,17	trainer	14,24	43,98
schools	16,37	2,65	migraines	13,45	4,39
risks	17,35	2,11	reveals	12,17	2,42
price	15,03	3,50	calories	12,01	1,99
economy	17,90	43,50	admitted	10,00	2,60
pupils	12,43	2,92	image	14,40	1,64
Russia	15,66	43,46	workouts	11,08	43,62
minister	8,78	2,36	slim	9,33	3,21
obesity	16,27	1,19	boyfriend	11,87	43,72
marketing	8,39	1,61	wife	10,32	2,28

Категоризация лексем и их сравнительный анализ показывают, что список ключевых слов текстов качественной прессы включает единицы, относя-

щиеся к семантическим полям «вредные привычки и зависимости» (*addictions, smoking, tobacco, smokers, nicotine*) и «когнитивные расстройства» (*dementia, cognitive, memory, brain*), что говорит о стремлении привлечь к проблеме внимание широкой общественности, вызвать ее обеспокоенность и побудить к действию; семантическое поле «государственное управление» (*government, official, programmes*); наименования отдельных стран (*China, Russia, Switzerland*) и социальных групп (*families, schools, pupils*) передают глобальный характер проблемы поддержания здоровья, включенность в ее решение разных стран, необходимость государственной поддержки.

Далее проводился анализ заголовков медийных текстов, которые передают основное содержание сообщения, выполняют функцию привлечения внимания, часто носят провокационный или развлекательный характер и могут апеллировать к негативным или положительным эмоциям читательской аудитории [Effective Headlines ..., 2017].

К доминирующим темам качественной прессы относятся: 1. Тема профилактики деменции и других заболеваний: (14) *Healthy lifestyle may cut risk of dementia regardless of genes* (The Guardian, 02.08.2019) [English-Corpora.org]; 2. Тема борьбы с никотиновой зависимостью: (15) *Free nicotine patches on the NHS in New Year health drive* (The Telegraph, 25.12.2010) [English-Corpora.org]; 3. Тема ожирения детей и взрослых: (16) *Obesity has become 'the new smoking' and will fuel weight-related cancers* (The Telegraph, 31.05.2019) [English-Corpora.org]; 4. Тема государственной поддержки практик здорового образа жизни: (17) *One million obese children should have personally tailored get-fit programmes says health watchdog; NHS turning to weight-loss surgery to tackle obesity* (The Telegraph, 01.04.2013) [English-Corpora.org]; 5. Тема опыта других стран в пропаганде здорового образа жизни: (18) *The controversial anti-smoking legislation is part of President Vladimir Putin's plan to force Russians to make a healthy lifestyle change* (The Independent, 02.06.2013) [English-Corpora.org].

Дискурсивные стратегии конструирования нарративов здорового образа жизни в текстах качественных СМИ в большей степени ориентированы на использование рациональной аргументации, основанной на научных доказательствах, в поддержку необходимости осуществления практик здорового образа жизни, передающих прагматику предупреждения, что подтверждается ключевыми словами *study, risks, preventing*: (19) *The potentially enormous impact of sleep deprivation and disruption on population health, reinforced by the **present study**, is ample justification for such trials, which are needed to place sleep with confidence alongside diet and exercise as a key pillar of a healthy lifestyle, they wrote* (The Daily Mail, 14.01.2019) [English-Corpora.org]; (20) *Whether specific nutrients and compounds are di-*

*rectly beneficial to the brain is the focus of intensive research, but healthy diets are encouraged regardless, because they reduce **risks** caused by other disorders, such as high blood pressure, poor vascular health, obesity and diabetes* (The Guardian, 11.03.2023) [English-Corpora.org]; (21) *A healthy lifestyle Dr Laura Phillips of Alzheimer's Research UK says a healthy lifestyle is best for **preventing** dementia: "Eating a balanced, healthy diet, exercising regularly, not smoking, and keeping blood pressure and weight in check"* (The Independent, 25.04.2018) [English-Corpora.org].

В качественной прессе уникальной является тема контроля и регулирования маркетинговых стратегий в сфере детского питания: (22) *... centre of the debate over childhood obesity and its causes, however. The company is being sued in California over its marketing practices, including the use of the clown character and the placing of toys in Happy Meals tied to children's movies* (The Independent, 18.05.2011) [English-Corpora.org].

В популярной прессе в списке ключевых слов преобладает лексика семантических полей «Знаменитости» (*star, actress, model*), глаголы *reveal — make (something hidden or secret) publicly or generally known* [MWOD]; *share — post something on a social media platform, tell (thoughts, feelings, experiences, etc.) to other* (MNDO)s; *admit — to make acknowledgments* [MWOD]; существительные *shape, size, image*, включающие семантический признак «внешность»; лексические единицы, означающие социальные связи, такие как *married, husband, wife, boyfriend, pair*; номинации профессий: *doctor, trainer*. В список ключевых слов корпуса популярной прессы входят местоимения *her, she*, что свидетельствует об ориентации изданий на женскую аудиторию.

Установлено, что к основным темам популярной прессы в британском сегменте корпуса NOW относятся: 1. Тема снижения веса и поддержания формы или «восстановления формы»: (23) *Get a new body with our tips for exercise without the gym cost this summer* (The Sun, 22.07.2018) [English-Corpora.org]; 2. Тема бодипозитива: (24) *You don't have to be skin and bones* (The Daily Mail, 12.01.2017) [English-Corpora.org] и пр. 3. Тема эмоционального благополучия: (25) *Six ways to make you happier...* (The Daily Mail, 20.13.2017) [English-Corpora.org]; 4. Тема боди-имиджа в целом: (26) *Gran, 90, who looks **like she is 20 years younger** says exercise routine is key* (The Daily Mirror, 12.01.2023) [English-Corpora.org]; 5. Тема опасности неумеренности в практиках здорового образа жизни: (27) *Nikki Grahame's mum calls for ban on dangerous diet apps after daughter's tragic death* (The Daily Mirror, 04.03.2023) [English-Corpora.org].

В популярной прессе в нарративах здорового образа жизни реализуются эмоционально-оценочные стратегии, пропагандирующие индивидуаль-

ные практики поддержания хорошей формы посредством репрезентации своих переживаний; эмоции «становятся своего рода товаром, который востребован в обществе потребления и производится по его законам» [Иссерс, 2020, с. 224]: (28) *Mother-of-six, 27, shares her astonishing body transformation ...* (The Daily Mail, 22.07.2018) [English-Corpora.org].

Таким образом, нарративы здорового образа жизни в качественной и популярной прессе характеризуются социокультурной спецификой, выражающей ценностные предпочтения целевой аудитории изданий.

4. Заключение = Conclusions

Регулятивная ценность «здоровый образ жизни» осмысливается в британском медийном дискурсе как тип поведения, направленный на сохранение и поддержание здоровья. Медийные нарративы формируют векторы осмысления социально-значимого феномена, определяют типы оценочного позиционирования, отражающего амбивалентную природу ценности, обусловленную расхождением ориентиров поведения в личностном и коллективном сознании.

Корпусным методом коллокаций было установлено, что в британских медийных нарративах здоровый образ жизни осмысливается как социальное явление, охватывающее различные стороны жизни человека. В современном обществе понятие ЗОЖ смещается в психологическую и психическую сферы и тесно связано с усталостью, воспринимаемой в современном обществе как норма. Показано, что основные содержательные признаки ценности, такие как «здоровое питание» и «здоровая физическая активность», характеризуются оценочной амбивалентностью, обусловленной многомерностью мира и многовариантностью выбора в различных ситуациях.

Сфера здорового питания как наиболее подверженная коммерциализации сопряжена с манипуляциями, отмечается слабая доступность здорового питания для широкого круга людей вследствие экономического и геополитического кризисов. Показано, что повышенное внимание общества к проблеме ментального здоровья проявляется в метафорических нарративах, осуждающих его стигматизацию, детабуизируются эмоционально неблагоприятные отношения между людьми.

Тематическое моделирование медийных нарративов показало, что популярная пресса акцентирует преимущества здорового образа жизни, используя стратегии эмоционального воздействия на целевую аудиторию, включающие перволичностные нарративы, передающие личный опыт практик здорового образа жизни, которые связываются с первую очередь привлекательным внешним видом. Качественная пресса фокусируется на социально значимой проблематике, связанной с профилактикой мен-

тальных расстройств, борьбой с лишним весом в различных возрастных группах, законодательным регулированием маркетинговых стратегий. Ведущими прагматическими интенциями являются предупреждение и предостережение, опирающиеся на данные исследований, выступающих рациональными аргументами в пользу практик здорового образа жизни.

Разработанная методика анализа медиатизации ценности корпусными методами коллокаций и тематического моделирования на основе метода ключевых слов представляется перспективной для изучения медийных дискурсивных практик, формирующих ценностное восприятие феноменов социальной реальности.

Заявленный вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.	Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.	The authors declare no conflicts of interests.

Источники и принятые сокращения

1. Качулина А. Оксфордский словарь выбрал слово года. Это прилагательное toxic [Электронный ресурс] / А. Качулина // Школа английского языка Skyeng. — 2023. — 20 июня. — Режим доступа : <https://skyeng.ru/magazine/oksfordskij-slovar-vybral-slovo-goda-eto-prilagatelnoe-toxic/> (дата обращения 02.04.2024).
2. English-Corpora.org — *News on the Web (NOW)* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.english-corpora.org/> (accessed 26.03.2024).
3. LSTO — *Lancaster Stat Tools Online* [Electronic resource]. — Access mode: <http://corpora.lancs.ac.uk/stats/toolbox.php> (accessed 28.03.2024).
4. MWOD — *Merriam-Webster Online Dictionary* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.merriam-webster.com/> (accessed 02.04.2024).

Литература

1. Брушкова Л. А. Репрезентации ценностей здорового образа жизни в коммерческой рекламе в России / Л. А. Брушкова, Д. А. Косова // *Народонаселение*. — 2018. — Т. 21. — № 2. — С. 110—122. — DOI: 10.26653/1561-7785-2018-21-2-09.
2. Вигарелло Ж. История усталости от Средневековья до наших дней / Ж. Вигарелло. — Москва : Новое литературное обозрение, 2024. — 552 с. — ISBN 978-5-4448-2145-9.
3. Губанова М. И. Медиатизация реальности : теоретический аспект / М. И. Губанова // *Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева*. — 2021. — № 2. — Т. 2. — С. 84—91. — DOI: 10.51965/2076-7919-2021-2-2-84.
4. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления / Т. Г. Добросклонская. — [Б. м.] : [б. и.], 2020. — 180 с. — ISBN 978-5-4498-5057-7.
5. Ионова С. В. Медиатизация социально-медицинской сферы как фактор формирования образа пожилого человека / С. В. Ионова, Юйсинь Ма // *Лингвистика и образование*. — 2022. — Т. 2. — № 4 (8). — С. 42—53. — DOI: 10.48612/ast-gmu/2022-2-4-42-53.

6. *Иссерс О. С.* Грани “новой искренности” в современной политической коммуникации / О. С. Иссерс // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия : История, филология. — 2020. — Т. 19. — № 6. — С. 216—227. — DOI: 10.25205/1818- 7919-2020-19-6-216-227.

7. *Калугина О. А.* Структура медиаконцепта DIGITAL ECONOMY в дискурсе англоязычных СМИ / О. А. Калугина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2024. — Т. 17. — Выпуск 2. — С. 551—556. — DOI: 10.30853/phil20240079.

8. *Карасик В. И.* Языковые мосты понимания / В. И. Карасик. — Москва : Дискурс, 2019. — 524 с. — ISBN 978-5-98424-239-4.

9. *Клушина Н. И.* Медиастилистика / Н. И. Клушина. — Москва : Флинта, 2018. — 184 с. — ISBN 978-5-9765-3899-3.

10. *Клушина Н. И.* Медиатизация: стилистический вектор / Н. И. Клушина, Д. О. Байгожина, С. Ш. Тахан // Верхневолжский филологический вестник. — 2019. — № 2 (17). — С. 57—62. — DOI: 10.24411/2499-9679-2019-10386.

11. *Кондратьева О. Н.* Стратегии медиатизации юридических концептов в российских массмедиа XXI века (на примере концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ) / О. Н. Кондратьева, Ю. С. Игнатова // Научный диалог. — 2021. — № 3. — С. 69—85. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-3-69-85.

12. *Кожарнович М. П.* Медиатизация медицинского дискурса : способы, атрибуты и риски / М. П. Кожарнович // Медиалингвистика. — 2021. — Т. 8. — № 4. — С. 421—437. — DOI: 10.21638/spbu22.2021.408.

13. *Машлыкина Н. Д.* Лингвопрагматические средства репрезентации ЗОЖ в англоязычных и русскоязычных гипертекстах (на материале текстов интернет-сайтов фитнес-центров) / Н. Д. Машлыкина, И. Г. Сидорова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2019. — № 11. — С. 358—363. — DOI: 10.30853/fil-nauki.2019.11.75.

14. *Орлова О. В.* Жизненный цикл и микромоделирующий потенциал медиаконцепта / О. В. Орлова // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2010. — Выпуск 6 (96). — С. 78—83.

15. *Сидорова И. Г.* Бренд Wellness: языковая репрезентация в медиадискурсе / И . Г. Сидорова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2023. — № 2. — С. 177—189. — DOI: 10.29025/2079-6021-2023-2-177-189.

16. *Стеблецова А. О.* Язык здорового образа жизни в британских и российских цифровых СМИ : сопоставительное исследование / А. О. Стеблецова, И. И. Турубарова, Т. Линакер // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. — 2023. — Т. 22. — № 5. — С. 72—88. — DOI: 10.15688/jvolsu2.2023.5.5.

17. *Чеметева Ю. В.* Юридический медиадискурс как гибридный феномен / Ю. В. Чеметева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. — 2022. — Т. 21. — № 1. — С. 110—118. — DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.1.9>.

18. *Чернявская В. Е.* Методологические возможности дискурсивного анализа в корпусной лингвистике / В. Е. Чернявская // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2017. — № 50. — С. 135—147. — DOI: 10.17223/19986645/50/9.

19. *Andersen G.* Using the corpus-driven method to chart discourse-pragmatic change / G. Andersen // Discourse-Pragmatic Variation and Change in English : New Methods and Insights / ed. Н. Pilcher. — Cambridge : Cambridge University Press, 2016. — Pp. 21—40.

20. *Baker P.* Using Corpora in Discourse Analysis / P. Baker. — London : Continuum, 2006. — 208 p. — DOI: 10.1007/9781139764377.013.
21. *Bednarek M.* The discourse of news values : How news organizations create newsworthiness / M. Bednarek, H. Caple. — New York : Oxford University Press, 2017. — 302 p. — ISBN 9780190653941.
22. *Brezina V.* Statistical choices / V. Brezina. — Oxford : Routledge, 2018. — Pp. 259—280. — ISBN 9781315179346.
23. *Brezina V.* #LancsBox X [software] / V. Brezina, W. Platt. — Lancaster University, 2024. Access mode : <http://lancsbox.lancs.ac.uk> (accessed 23.04.2024).
24. *Culpeper J.* Keyness : Words, parts-of-speech and semantic categories in the character-talk of Shakespeare's *Romeo and Juliet* / J. Culpeper // *International Journal of Corpus linguistics*. — 2009. — № 14 (1). — Pp. 29—59. — DOI: 10.1075/ijcl.14.1.03cul.
25. *Effective* Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment / J. Kuiken, A. Schuth, M. Spitters, M. Marx // *Digital Journalism*. — 2017. — № 5 (10). — Pp. 1300—1314. — DOI: 10.1080/21670811.2017.1279978.
26. *Gerbig A.* Key words and key phrases in a corpus of travel writing / A. Gerbig // *Keyness in Texts*. — Amsterdam : John Benjamins, 2010. — Pp. 147—168. — DOI: 10.1075/scl.41.11ger.
27. *Hardie A.* Log ratio — An informal introduction. Post on the website of the ESRC Centre for Corpus Approaches to Social Sciences CASS [Electronic resource] / A. Hardie. — Access mode : <http://cass.lancs.ac.uk/?p=1133> 2014 (accessed 20.02.2024).
28. *Rayson P.* From key words to key semantic domains / P. Rayson // *International Journal of Corpus Linguistics*. — 2008. — № 13 (4). — Pp. 519-549. — DOI: 10.1075/ijcl.13.4.06ray.
29. *Scott M.* PC analysis of key words — and key words / M. Scott // *System*. — 1997. — Vol. 25. — Iss. 2. — Pp. 233—245. — DOI: 10.1016/S0346-251X(97)00011-0.
30. *Sinclair J.* Corpus, concordance, collocation / J. Sinclair. — Oxford : Oxford University Press, 1991. — 200 p. — ISBN 9780194371445.
31. *Sinclair J.* English Collocation Studies : The OSTI report / J. Sinclair, S. Jones, R. Daley; ed. R. Krishnamurthy. — London : Continuum, 2004. — 208 p. — ISBN 0-8264-7788-8.
32. *Stubbs M.* Collocations and semantic profiles. On the cause of the trouble with quantitative studies / M. Stubbs // *Functions of Language*. — 1995. — № 2/1. — Pp. 23—55.
33. *Teubert W.* Corpus Linguistics. A short introduction / W. Teubert, A. Cermakova. — London et al : Continuum, 2007. — 176 p. — ISBN 9780826494801.
34. *Thompson J. B.* Mediated Interaction in the Digital Age / J. B. Thompson // *Theory, Culture & Society*. — 2018. — № 37 (1). — Pp. 3—28. — DOI: 10.1177/0263276418808592.

Статья поступила в редакцию 10.06.2024,
одобрена после рецензирования 26.07.2024,
подготовлена к публикации 30.07.2024.

Material resources

- English-Corpora.org — *News on the Web (NOW)*. Available at: <https://www.english-corpora.org/> (accessed 26.03.2024).
- Kachulina A. (2023). The Oxford Dictionary chose the word of the year. This adjective is toxic. In: *Skyeng English Language School*, June 20. Available at: <https://skyeng.ru/magazine/oksfordskij-slovar-vybral-slovo-goda-eto-prilagatelnoe-toxic/> (accessed 02.04.2024). (In Russ.).

LSTO — *Lancaster Stat Tools Online*. Available at: <http://corpora.lancs.ac.uk/stats/toolbox.php> (accessed 28.03.2024).

MWOD — *Merriam-Webster Online Dictionary*. Available at: <https://www.merriam-webster.com/> (accessed 02.04.2024).

References

- Andersen, G. (2016). Using the corpus-driven method to chart discourse-pragmatic change. In: Pilcher, H. (ed.) *Discourse-Pragmatic Variation and Change in English: New Methods and Insights*. Cambridge: Cambridge University Press. 21—40.
- Baker, P. (2006). *Using Corpora in Discourse Analysis*. London: Continuum. 208 p. DOI: 10.1007/9781139764377.013.
- Bednarek, M. (2017). *The discourse of news values: How news organizations create newsworthiness*. New York: Oxford University Press. 302 p. ISBN 9780190653941.
- Brezina, V. (2018). *Statistical choices*. Oxford: Routledge. 259—280. ISBN 9781315179346.
- Brezina, V., Platt, W. *#LancsBox X* [software]. Lancaster University, 2024. Available at: <http://lancsbox.lancs.ac.uk> (accessed 23.04.2024).
- Brushkova, L. A., Kosova, D. A. (2018). Representations of healthy lifestyle values in commercial advertising in Russia. *Population*, 21 (2): 110—122. DOI: 10.26653/1561-7785-2018-21-2-09. (In Russ.).
- Chemeteva, Yu. V. (2022). Legal media discourse as a hybrid phenomenon. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2, Linguistics*, 21 (1): 110—118. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.1.9>. (In Russ.).
- Chernyavskaya, V. E. (2017). Methodological possibilities of discursive analysis in corpus linguistics. *Bulletin of Tomsk State University. Philology*, 50: 135—147. DOI: 10.17223/19986645/50/9. (In Russ.).
- Culpeper, J. (2009). Keyness: Words, parts-of speech and semantic categories in the character-talk of Shakespeare's Romeo and Juliet. *International Journal of Corpus linguistics*, 14 (1): 29—59. DOI: 10.1075/ijcl.14.1.03cul.
- Dobrosklonskaya, T. G. (2020). *Media linguistics: theory, methods, directions*. 180 p. ISBN 978-5-4498-5057-7. (In Russ.).
- Gerbig, A. (2010). Key words and key phrases in a corpus of travel writing. In: *Keyness in Texts*. Amsterdam: John Benjamins. 147—168. DOI: 10.1075/sci.41.11ger.
- Gubanova, M. I. (2021). Mediatization of reality: a theoretical aspect. *Bulletin of the V. N. Tatishchev Volga State University*, 2 (2): 84—91. DOI: 10.51965/2076-7919-2021-2-2-84. (In Russ.).
- Hardie, A. *Log ratio — An informal introduction*. Post on the website of the ESRC Centre for Corpus Approaches to Social Sciences CASS. Available at: <http://cass.lancs.ac.uk/?p=1133> 2014 (accessed 20.02.2024).
- Ionova, S. V. (2022). Mediatization of the socio-medical sphere as a factor in the formation of the image of an elderly person. *Linguistics and education*, 2 / 4 (8): 42—53. DOI: 10.48612/astgmu/2022-2-4-42-53. (In Russ.).
- Issers, O. S. (2020). The facets of “new sincerity” in modern political communication. *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, philology*, 19 (6): 216—227. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-216-227. (In Russ.).
- Kalugina, O. A. (2024). The structure of the DIGITAL ECONOMY media concept in the discourse of English-language media. *Philological sciences. Questions of theory and practice*, 17 (2): 551—556. DOI: 10.30853/phil20240079. (In Russ.).

- Karasik, V. I. (2019). *Linguistic bridges of understanding*. Moscow: Discourse. 524 p. ISBN 978-5-98424-239-4. (In Russ.).
- Klushina, N. I. (2018). *Mediastilistics*. Moscow: Flint. 184 p. ISBN 978-5-9765-3899-3. (In Russ.).
- Klushina, N. I. (2019). Mediatization: stylistic vector. *The Upper Volga Philological Bulletin*, 2 (17): 57—62. DOI: 10.24411/2499-9679-2019-10386. (In Russ.).
- Kondratyeva, O. N., Ignatova, Yu. S. (2021). Strategies for the Mediatization of Legal Concepts in Russian Mass Media of XXI Century (Concept LEGITIMACY). *Nauchnyi dialog*, 3: 69—85. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-3-69-85> (In Russ.).
- Kozharnovich, M. P. (2021). Mediatization of medical discourse: methods, attributes and risks. *Media Linguistics*, 8 (4): 421—437. DOI: 10.21638/spbu22.2021.408. (In Russ.).
- Kuiken, J. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5 (10): 1300—1314. DOI: 10.1080/21670811.2017.1279978.
- Mashlykina, N. D., Sidorova, I. G. (2019). Linguopragmatic means of representing healthy lifestyle in English-speaking and Russian-speaking hypertexts (based on the texts of Internet sites of fitness centers). *Philological sciences. Questions of theory and practice*, 11: 358—363. DOI: 10.30853/filnauki.2019.11.75. (In Russ.).
- Orlova, O. V. (2010). The life cycle and the micromodeling potential of a media concept. *Bulletin of the Tomsk State Pedagogical University*, 6 (96): 78—83. (In Russ.).
- Rayson, P. (2008). From key words to key semantic domains. *International Journal of Corpus Linguistics*, 13 (4): 519—549. DOI: 10.1075/ijcl.13.4.06gray.
- Scott, M. (1997). PC analysis of key words — and key words. *System*, 25 (2): 233—245. DOI: 10.1016/S0346-251X(97)00011-0.
- Sidorova, I. G. (2023). Wellness Brand: linguistic representation in media discourse. *Actual problems of philology and pedagogical linguistics*, 2: 177—189. DOI: 10.29025/2079-6021-2023-2-177-189. (In Russ.).
- Sinclair, J. (1991). *Corpus, concordance, collocation*. Oxford: Oxford University Press. 200 p. ISBN 9780194371445.
- Sinclair, J., Jones, S., Daley, R. (2004). *English Collocation Studies: The OSTI report*. London: Continuum. 208 p. ISBN 0-8264-7788-8.
- Stebletsova, A. O., Torubarova, I. I., Linaker, T. (2023). The language of a healthy lifestyle in British and Russian digital media: a comparative study. *Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics*, 22 (5): 72—88. DOI: 10.15688/jvolsu2.2023.5.5. (In Russ.).
- Stubbs, M. (1995). Collocations and semantic profiles. On the cause of the trouble with quantitative studies. *Functions of Language*, 2/1: 23—55.
- Teubert, W. (2007). *Corpus Linguistics. A short introduction*. London et al: Continuum. 176 p. — ISBN 9780826494801.
- Thompson, J. B. (2018). Mediated Interaction in the Digital Age. *Theory, Culture & Society*, 37 (1): 3—28. DOI: 10.1177/0263276418808592.
- Vigarello, J. (2024). *The history of fatigue from the Middle Ages to the present day*. Moscow: New Literary Review. 552 p. ISBN 978-5-4448-2145-9. (In Russ.).

*The article was submitted 10.06.2024;
approved after reviewing 26.07.2024;
accepted for publication 30.07.2024.*