Научная статья
УДК 811.161.1 *ISSN 2413-6182*
DOI 10.24147/2413-6182.2026.13(2).355-369 *eISSN 2658-4867*

СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОГНИТИВНЫХ ТЕРМИНОВ В МЕДИА: КОРПУСНЫЙ АНАЛИЗ ОЦЕНОЧНОСТИ

В.А. Куликова[1✉], **А.Д. Гусев**[2], **П.В. Токунова**[3]
[1–3] *НИУ ВШЭ – Нижний Новгород (Нижний Новгород)*

Аннотация: В статье рассматриваются семантико-прагматические особенности когнитивных терминов, функционирующих в современных русскоязычных медиатекстах. Цель исследования – описать семантико-прагматические особенности когнитивных терминов, употребляемых в оценочных контекстах в медиа. Актуальность работы обусловлена активными процессами медиатизации и детерминологизации, в результате которых научные единицы проникают в массовый дискурс и трансформируют свою изначальную семантику. Материалом для исследования послужили данные Национального корпуса русского языка и специализированного корпуса контекстов употребления когнитивных терминов в медиа за 2015–2025 гг. Методология представляет собой совмещение корпусных инструментов (анализ коллокаций и N-грамм) с традиционным контекстуальным и семантическим анализом. В ходе исследования установлено, что когнитивные термины в медиадискурсе приобретают не свойственную им ранее ингерентную и адгерентную оценочность. Выявлено, что лексемы *идеологема*, *стереотип* и *нарратив* развивают негативные оценочные семы (например, ‘ложное’), тогда как термин *концептуальный* приобретает позитивную окраску. Термины *искусственный интеллект*, *менталитет*, *ментальность* и *картина мира* демонстрируют амбивалентную адгерентную оценочность, выступая объектами эксплицитной и имплицитной оценки при описании социальных процессов, ценностей и взглядов. Сделан вывод о том, что прагматические трансформации когнитивных терминов позволяют использовать их в качестве инструмента реализации стратегий аргументации в текстах политической, бытовой и коммерческой тематики в медиа.

Ключевые слова: когнитивные термины, медиадискурс, медиатизация, оценочность, корпусный анализ, семантико-прагматические трансформации, медиатекст.

Для цитирования:

Куликова В.А., Гусев А.Д., Токунова П.В. Семантико-прагматические особенности когнитивных терминов в медиа: корпусный анализ оценочности // Коммуникативные исследования. 2026. Т. 13. № 2. С. 355–369. DOI: 10.24147/2413-6182.2026.13(2).355-369.

© В.А. Куликова, А.Д. Гусев, П.В. Токунова, 2026

Сведения об авторах:

[1] **Куликова Валентина Александровна**, кандидат филологических наук, доцент департамента фундаментальной и прикладной лингвистики

[2] **Гусев Андрей Дмитриевич**, студент 4-го курса образовательной программы «Фундаментальная и прикладная лингвистика»

[3] **Токунова Полина Витальевна**, студент 4-го курса образовательной программы «Фундаментальная и прикладная лингвистика»

Контактная информация:

[1–3] Почтовый адрес: 603155, Россия, Нижний Новгород, ул. Большая Печерская, 25/12

[1] E-mail: vkulikova@hse.ru

[2] E-mail: adgusev_2@edu.hse.ru

[3] E-mail: pvtokunova@edu.hse.ru

Финансирование:

Публикация подготовлена в ходе проведения исследования (№ 26-00-025 «Термины когнитивистики по данным российских СМИ XXI века: дискурсивный словарь-справочник») в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)»

Конфликт интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

Дата поступления статьи: 03.03.2026

Дата рецензирования: 15.03.2026

Дата принятия в печать: 30.03.2026

Введение

Цель исследования – описать семантико-прагматические особенности когнитивных терминов, употребляемых в оценочных контекстах в медиа.

В ходе исследования из корпусов медиатекстов были отобраны оценочные контексты употребления когнитивных терминов, выявлены случаи приобретения терминами оценочных сем и охарактеризованы прагматические особенности использования терминов в контекстах, направленных на выражение оценки.

Актуальность исследования обусловлена наличием активных процессов медиатизации и детерминологизации в современном русскоязычном [Клушина, Байгожина, Тахан 2019; Шмелева 2015] и глобальном медиапространстве [Hepp 2020; Väliverronen 2021]. Современные лингвисты обращаются к анализу процессов взаимодействия медийного дискур-

са с различными специальными дискурсами (например, медицинским [Иссерс 2024; Иссерс 2023], политическим [Strömbäck, Esser 2014], образовательным [Буторина 2022]), в частности проникновения терминов в медиадискурс [Истомина 2023; Плотникова 2023] и затем в повседневную коммуникацию [Charaudeau 2016].

Проникновение терминов в медиа – одно из проявлений медиатизации, т. е. формирования медиакультуры с помощью включения в медиадискурс текстов и вербальных символов разных типов культур, в результате чего происходит переосмысление и интерпретация таких единиц, трансформация их семантики и прагматики [Клушина, Байгожина, Тахан 2019; Силанова 2016]. Семантико-прагматические трансформации в том числе могут быть связаны с формированием у термина изначально не свойственной ему оценочности, функционированием в нетипичных оценочных контекстах.

Теоретико-методологический аппарат лингвистических исследований оценки обобщен В.Е. Чернявской. Так, оценка понимается ею как «когнитивная операция, в основе которой лежит рефлексивная ценностно-ориентированная деятельность человека» [Чернявская 2022: 50], а оценочность в отечественных исследованиях соотносится с познавательной деятельностью субъекта.

В аспекте языкового выражения оценочность может иметь ингерентный характер, когда оценочные семы закреплены в семантической структуре слова, либо адгерентный, когда оценочность формируется за счет контекста [Лукьянова 2015]. В зависимости от степени выраженности в высказывании выделяется эксплицитная (явная) и имплицитная (скрытая) оценка [Васильев 1990]. По модусу традиционно выделяется позитивная и негативная оценка, а также в некоторых исследованиях отмечается наличие амбивалентной оценки, когда единица либо совмещает позитивные и негативные оценочные семы, либо способна в зависимости от контекста приобретать как позитивную, так и негативную окраску [Хайянь, Васильева 2022].

Материал и методы исследования

В настоящем исследовании объектом становятся когнитивные термины, под которыми понимаются терминологические единицы, называющие когнитивные процессы и явления и зафиксированные в специализированных словарях и справочниках [Кубрякова и др. 1996; Романова и др. 2022; Радбиль, 2018]. Данные термины нередко имеют междисциплинарный характер и употребляются как собственно в поле когнитивистики, так и для номинации когнитивных процессов и явлений в иных сферах (например, термин *искусственный интеллект* в сфере информационных технологий [Туркина 2024; Маринова 2025]), в смежных гуманитарных областях.

Источником материала послужили подкорпус центральных СМИ и подкорпус социальных сетей Национального корпуса русского языка (https://ruscorpora.ru/; далее – НКРЯ). Кроме того, был использован специализированный корпус контекстов употребления когнитивных терминов в медиа (далее – КТМ), собранный в ходе реализации проекта «Термины когнитивистики по данным российских СМИ XXI в.: дискурсивный словарь-справочник» НИУ ВШЭ. Данный корпус содержит контексты употребления когнитивных терминов в медиа до 2025 г. включительно, что дополняет материалы НКРЯ. Источниками КТМ послужили: 1) общественно-политические СМИ (18 источников, например «РБК», «Сноб» и др.), научно-популярные СМИ (6 источников, например «Коммерсантъ.Наука», «N+1» и др.); 2) блоги на платформах VC.ru и в Telegram (5 источников). Корпус собран с помощью кода на языке программирования Python, его объем составляет 8 379 контекстов, 381 281 токен.

Методология исследования строится на совмещении корпусных инструментов (анализ N-грамм, коллокатов) и традиционных лингвистических методов: семантического анализа терминологических лексем, контекстуального анализа конкордансных списков. В результате было отобрано 1 187 оценочных контекстов за 2015–2025 гг. для 11 терминов: *концептуальный* (238)[1], *искусственный интеллект* (226), *менталитет* (215), *стереотип* (205), *картина мира* (107), *ментальность* (73), *нарратив* (70), *идеологема* (40). Корпусный анализ был проведен на материале всех контекстов, содержащихся в корпусах, контекстуальный анализ вручную был осуществлен для выборки оценочных контекстов 2015–2025 гг.

Представление результатов

Термины *идеологема, стереотип, нарратив* приобретают в медиатекстах негативную ингерентную оценочность.

Термин *идеологема* приобретает негативные семы ‘ложное’ и ‘насильственное насаждение’ в текстах политической тематики в СМИ и социальных медиа. Эти семы формируются в контекстах, где термин вступает в синонимический ряд с лексемами *пропаганда, грезы, обманка* (*Экран жонглирует **идеологемами** как коллективными **грезами** – в зависимости от политической погоды на дворе* (Новая газета. 17.03.2017)), в конструкциях с противопоставлением, где *идеологема* выстраивает контекстуальную антонимию со словосочетаниями *подлинные (научные) понятия*, *конкретные проблемы*, *здравое суждение*, *подлинные ценности*, *реальные дела*, *реальная жизнь*: *Часть критиков civil society называет это понятие «элементом социального самоописания» и **идеологемой**, а не **подлинным научным понятием*** (Парламентская газета. 11.06.2018); *Решение будет приниматься не на основе **здравого суждения**, а под руководством все*

[1] Здесь и далее в скобках указано количество отобранных оценочных контекстов термина за 2015–2025 гг.

тех же ***идеологем*** (Gazeta.ru. 24.11.2015). Кроме того, лексема употребляется в качестве прямого дополнения с объектной семантикой при глаголах *навязывать*, *внедрять*, *пичкать* и их дериватах (*Безусловно, мы находимся в состоянии тотального* ***навязывания*** *человечеству… вот этих* ***идеологем*** *либерализма, многие из которых не являются никаким либерализмом по сути, в каком бы «разливе» его не брать, и это очень печально* (РИА Новости. 14.06.2017)), в сочетании с прилагательными *пропагандистский*, *сомнительный*, *далекий (от реальности)*. N-граммы подкорпуса центральных СМИ также фиксируют сочетание с прилагательными с семой ‘примитивный’ (*примитивные идеологемы* (2)[1], *нехитрые идеологемы* (2)). Кроме того, в медиа используются метафоры *жонглировать идеологемами* (3), *плен идеологем*, *тяжесть идеологем*, также имеющие негативную окраску: *Он страхует мысль говорящего от* ***плена*** *стереотипов и* ***идеологем*** (Парламентская газета. 20.11.2021).

Сема ‘ложное’ формируется и у термина *нарратив* в медиатекстах политической тематики, где он употребляется как синоним лексем *выдумка*, *миф*, мероним лексем *пропаганда*, *предрассудок*, *мифотворчество* (*Автор показывает, что этот* ***нарратив*** *был основан на расхожем* ***предрассудке****, имеющем сексистскую историю и подоплеку* (Telegram. Интернет-кафе. 18.09.2020)), контекстуальный антоним лексемы *правда* (*Это историческая* ***правда****, и никто не изменит ее, и если польское правительство хочет создать свой собственный исторический* ***нарратив****, это слишком несерьезно* (РИА Новости. 13.01.2020)). В контекстах подчеркивается несовпадение *нарратива* с реальной действительностью, формируется сема ‘искусственно созданный’. Противопоставление *нарратива* и реальности эксплицируется за счет конструкций с антитезой: например, в сочетании с предлогом *вопреки* (***Вопреки*** *нынешнему политическому* ***нарративу****, изображающему мигрантов как разносчиков болезней, наносящих ущерб обществу, мигранты являются неотъемлемой частью экономической стабильности США* (Gazeta.ru. 06.12.2018)), с логическим противопоставлением словосочетанию *говорить прямо* (*В нулевые бренды* ***говорили прямо****, без сложных* ***нарративов*** *об устойчивом развитии* (Forbes. 08.07.2015)). С точки зрения синтагматики эти семы поддерживаются сочетанием термина с прилагательными *ложный*, *спекулятивный*, *искаженный* (*ИскИны долго создавали* ***ложный нарратив*** (VC.ru. 13.08.2024); *Понятно, что тут сказывается* ***искаженный нарратив*** (Новая газета. 27.04.2016)), существительным *манипуляция* (*…столкновения с таким уровнем* ***манипуляций*** *историческим* ***нарративом****, который российской школе пока и не снился* (Telegram-канал «Когнитивный надзор». 2025)), глаголом *навредить* (*Если отмалчиваться, медиа будут публиковать предположения от различных экспертов – такой* ***нарратив*** *может* ***навредить*** *бизнесу* (VC.ru. 21.04.2025)).

[1] Здесь и далее приведена абсолютная частота употребления для не единичных N-грамм.

Значение лексем *идеологема*, *нарратив* в процессе медиатизации утрачивает терминологическую точность, за счет чего они приобретают оценочное окрашенное синонимичное значение ‘насильственно насаждаемые, ложные политические установки’, выступают в контекстуальных противопоставлениях с лексемами с семами ‘правдивый’, ‘реальный’, формируют синтагматические отношения с негативно-оценочными прилагательными с семантикой неистинности, ложности.

Термин *стереотип* в медиатекстах также выражает негативную оценку за счет семы ‘ложное’, в том числе несоответствие *стереотипа* действительности объясняется его устареванием: *Губернатор Александр Гусев отметил, что* ***стереотипы****, которые ранее сложились вокруг среднего образования, теперь не актуальны* (Vesti.ru. 23.09.2020); *…этот* ***стереотип*** *выглядит уже откровенным анахронизмом, играющим в обществе абсолютно деструктивную роль* (Парламентская газета. 15.04.2025). Это подтверждается наличием у лексемы коллокатов *устаревший* (521,14)[1], *ложный* (606,37), *неправильный* (235,09), *устареть* (209,16), *застарелый* (131,48), *ошибочный* (146,05). Однако, в отличие от терминов *идеологема, нарратив*, термин *стереотип* функционирует как средство негативной оценки явлений не только политической, но и бытовой (*…выкиньте из головы* ***стереотип****, что это мучное, а значит вредно!* (botanovna_. Лайфстайл блог. 24.12.2020)) или коммерческой сферы (*Компания признала, что происхождение тети Джемаймы было «основано на расовом* ***стереотипе****», и пообещала изменить бренд в рамках своей работы на пути к расовому равенству* (РИА Новости. 26.06.2020)). Кроме того, у термина *стереотип* также формируется дифференциальная сема ‘приводящий к негативным социальным последствиям’ в контекстах, где устанавливаются причинно-следственные связи между наличием *стереотипов* и проблемами в определенной общественной сфере, например за счет употребления термина в качестве агенса при глаголах *мешать* (2), *заставлять, не позволять, вынуждать*: *…женщинам часто* ***мешает стереотип****, что такие партнеры могут оказаться нарциссами или альфонсам* (Москва 24. 03.07.2025); *…позволяет изучить* ***стереотипы****, которые* ***не позволяют*** *женщинам реализовать свой потенциал полностью* (Парламентская газета. 10.11.2020). Подобные глаголы зафиксированы в коллокатах: *мешать* (338,4), *отяготить* (79,11). В таких контекстах *стереотип* называет не просто стандартные представления о явлении или группе лиц, а ‘представления негативного характера’: *Часто они связаны либо со* ***стереотипами*** *о склонности всех русских, включая женщин, к алкоголизму* (Forbes.ru. 07.07.2025); *…разрушить* ***стереотипы*** *о том, что «человек с особенностями развития – это несчастная и вечно требующая заботы о себе личность»* (Парламентская газета. 26.11.2020). Это подтверждается

[1] Здесь и далее в скобках указана мера ассоциативности Log Likelihood по данным подкорпуса центральных СМИ НКРЯ.

наличием коллоката *негативный* (1116,97), а также коллокатов, относящихся к тематической группе ‘социальная вражда’: *антисемитский* (101,71), *русофобский* (88,23). Негативный характер *стереотипа* имплицитно проявляется за счет частотной сочетаемости с глаголами с деструктивной семантикой, ср. коллокаты: *ломать* (2643,84), *сломать* (2722,01), *разрушать* (1246,11), *разрушить* (1823,18), *избавиться* (403,65), *развеять* (363,78), *рушить* (256,83), *отбросить* (198,35), *рушиться* (146,42), *ломаться* (121,82), *разбивать* (108,74). *Стереотип* сочетается с подобными глаголами в контекстах, утверждающих необходимость бороться со *стереотипами* или призывающих к этому: *Член Комитета Совета Федерации по социальной политике Мария Львова-Белова призвала* ***разрушать*** *в обществе* ***стереотипы*** *о людях с инвалидностью* (Парламентская газета. 26.11.2020) – на базе пропозиции ‘стереотип необходимо разрушить’ формируется импликатура ‘стереотип – негативное явление’. Наличие данной импликатуры подтверждается контекстами подкорпуса социальных сетей, где свобода, избавление от стереотипов оценивается позитивно за счет употребления в однородном ряду с положительно окрашенными лексемами: *В нашем примере девушке свойственны: поэтический талант, любовь к себе, самостоятельность, потребность в похвале и достижении целей, а также глубокая мудрость, свобода от* ***стереотипов****, уважение окружающих* (Дневники Ангела света. 2021).

Таким образом, термин *стереотип* в медийном дискурсе приобретает семантику ‘устоявшееся негативное представление о чем-либо, не соответствующее действительности и потенциально ведущее к социальным проблемам’. С одной стороны, термин *стереотип* схож с терминами *идеологема*, *нарратив* за счет наличия негативной семы ‘ложное’, коллоката *пропагандистский* (99,61). С другой стороны, *стереотип*, в отличие от трех других терминов, оценивает явления не только политической, но и бытовой, коммерческой сфер, имеет дифференциальные семы ‘негативное представление’, ‘ведущее к социальным проблемам’, а также специфическую сочетаемость с глаголами с деструктивной семантикой.

Термин *концептуальный* в медиатекстах развивает ингерентную позитивную оценочность в различных значениях. В текстах политической тематики позитивная оценочность выражается за счет семы ‘важный, значимый’, которая формируется на базе лексико-семантического варианта ‘сущностный, содержательный’ [Кузнецов 2001]: *Помимо этого, в документе перечислены такие* ***концептуальные*** *меры, как снижение утилизационного сбора и введение обязательной доли электротранспорта в бюджетных учреждениях* (Парламентская газета. 23.08.2021). В подобных контекстах *концептуальный* имеет синонимию с прилагательным *стратегический* ‘содержащий общие, основные установки, важные для подготовки и осуществления чего-либо’ [Кузнецов 2001] (*Законопроект* ***стратегический*** *и* ***концептуальный****. Принимать надо обязатель-*

но, во втором чтении вносите все необходимые поправки (Парламентская газета. 16.12.2021)) и подчеркивает значимость и содержательность идей, документов, ср. коллокаты: *подход* (2233,92), *документ* (1125,26), *решение* (627,97). Иное позитивно-оценочное значением выражается в текстах коммерческой тематики с рекламной функцией, где *концептуальный* употребляется в ряду позитивных характеристик (прилагательные с эксплицитной позитивно-оценочной семантикой *сильный*, *элитный*, *уютный*) товара, бренда, произведения искусства: *Но именно эти «неэффектные» картины – самые* ***сильные*** *и* ***концептуальные*** (Ведомости. 12.06.2019); *Но* ***элитные*** *или* ***концептуальные*** *рестораны могут импортировать такие продукты* (Ведомости. 11.12.2018). В подобных контекстах на базе лексико-семантического варианта ‘воплощающий концепцию’ формируются дифференциальные семы ‘продуманный’ (*экстерьер обоих «Бронко» будет выполнен в одном* ***концептуальном*** *стиле – например, у них схожи оформление решетки радиатора с крупной надписью BRONCO, ступенчатый рисунок подоконной линии в районе задних стоек кузова и брутально-внедорожный антураж в целом* (Vesti.ru. 01.06.2020)), а также ‘инновационный’: *Работа Евгения Колядинцева выделялась среди прочих во многом вторичных заявок тем, что эта история была* ***концептуальной***, ***свежей*** *и по-настоящему* ***современной*** (Блог Ростова. 01.07.2018). В этом значении *концептуальный* имеет иную сочетаемость, ср. коллокаты: *альбом* (707,54), *кроссовер* (444,2), *автомобиль* (378,83), *купе* (358,75), *ресторан* (210,85).

Адгерентная оценочность предполагает, что семантика термина остается оценочно-нейтральной, но он активно употребляется в оценочных контекстах. Так, термины *менталитет*, *ментальность*, *картина мира*, *искусственный интеллект (ИИ)* выступают в медиа объектом оценки.

В научном дискурсе *менталитет*, *ментальность*, *картина мира*, как правило, описываются с точки зрения объективных качеств [Романова и др. 2022]. Напротив, в медийных контекстах они активно выступают объектом оценки при характеристике системы ценностей, взглядов той или иной группы. Термины функционируют как в отрицательно-оценочных, так и в положительно-оценочных контекстах, что формирует амбивалентную оценочность.

Термин *картина мира* приобретает оценочность за счет адъективной и глагольной сочетаемости. Во-первых, в дискурсе социальных сетей он употребляется с прилагательными с эксплицитной негативно-оценочной семантикой *ущербный*, *безумный*, *примитивный* для выражения резкой критики оппонентов: *Отсутствие логических цепочек, отсутствие причинно-следственной связи,* ***примитивная картина мира****… формируй дивизии неразвитых личностей* (VK. 17.12.2015). Во-вторых, адгерентная оценочность формируется в контекстах СМИ и социальных сетей при сочетании с имплицитно-оценочными прилагательными и глаголами, которые в контексте публикаций выражают одобрение или не-

одобрение чьей-либо *картины мира*. Используются прилагательные и глаголы с семой ‘соответствующий действительности’, где негативная оценка выражается с помощью лексем *искажать*, *искаженный*, *ложный*, *неверный*, позитивная – *реальный*, *подлинный*, *правильный*, *объективный*, *адекватный*: *…это превращается в массовое оглупление населения. У людей формируется* ***искаженная картина мира****. Если бы лженаука занималась только «чудесами», это было бы не так опасно и вредно* (VK. 30.01.2016); *Чтобы сохранить аудиторию, средствам массовой информации надо не отставать от современного ритма и при этом честно и беспристрастно рассказывать о происходящих событиях, давать людям* ***объективную****, глубокую* ***картину мира*** (РБК. 12.01.2016). Также негативная оценка выражается с помощью прилагательных с семами ‘упрощенный’, ‘однозначный’ – *однобокий*, *плоский*, *черно-белый*, *упрощенный*, *уплощиться*, позитивная оценка – с помощью антонимичных прилагательных *глубокий*, *целостный*, *цельный*: *Зафар признал вину, заявил, что отказался от этой «****плоской*** *и* ***упрощенной картины мира****»* (Ведомости. 19.10.2020); ***Цельная картина мира*** *дает массу преимуществ не только для воспроизведения информации или генерации идей, но и для обучения* (VC.ru. 26.03.2024).

Термины *менталитет* и *ментальность* функционируют схожим образом в оценочных контекстах медиа. *Менталитет* и *ментальность* выступают как объект эксплицитной оценки в адъективных и субстантивных сочетаниях: ***менталитет*** *русофобский*, *рабский* (6), *аферистский*, *неуместный*, *унылый*, *беспонтовый*, *дебильный*, *хабальный*, *отсталый*, *нищий*, *странный*, *хороший*, ***менталитет*** *победителя* (2), *раба* (2), *жертвы*; ***ментальность*** *штампованная*, *жмотская*, *воровская*, *свободная*, ***ментальность*** *победителя* (2), *стада* (2), *бедных*, *бомжей-нищебродов* – сочетания со стилистически сниженной и пейоративной лексикой представлены в дискурсе социальных сетей. В целом, данные термины используются в медиа в контексте отрицательной оценки национальных и социальных групп, где негативные черты, порицаемое поведение группы или ее отдельных представителей объясняются *менталитетом* или *ментальностью*: *В* ***менталитете*** *общества, к прискорбию, – брезгливое, отчужденное отношение к инвалидам, как к касте прокаженных, стремление увести детей еще в песочнице от контакта с непохожими, другими, с «уродцами»* (Новая газета. 19.12.2018); *А на другом полюсе общественной* ***ментальности*** *процветает нарциссизм* (Новая газета. 21.05.2016). Примечательно, что объектом негативной оценки выступают в том числе собственные *менталитет*, *ментальность*, в особенности в дискурсе социальных сетей: *…у нас действительно такой* ***менталитет****, который привык воровать* (Telegram. Rozetked Discuss. 15.02.2022); *Просто у наших* ***менталитет****.* ***Нищий*** (Telegram. Rozetked Discuss. 23.02.2021). Контексты с позитивной оценочностью утверждают наличие у национальных групп достоинств, обусловленных их *менталитетом*, *ментальностью*:

И всё равно пришли к тому, что ***русский менталитет*** *в том, чтобы чувствовать нужность и полезность своим близким!* (Свекровь. 2022); *«Есть отличительные черты* ***белорусской ментальности****… Толерантность и отсутствие агрессии – в генетическом коде белорусов», – сказал он* (РИА Новости. 20.08.2020). Термины также претерпевают прагматические трансформации, функционируя как средство реализации речевой стратегии аргументации: *Надеюсь, что мы никогда не придем к западному типу «одна семья – один ребенок». Потому что у нас другой* ***менталитет****, мы по сути своей многодетные* (Парламентская газета. 15.05.2020); *У нас другой* ***менталитет****, западные ценности у нас не приживутся* (Lenta.ru. 31.12.2019) – социально значимое решение, явление квалифицируется как соответствующее или несоответствующее *менталитету*, *ментальности*, за счет чего выражается имплицитная оценка. При этом подобная квалификация, как правило, подробно не обосновывается и может опираться на субъективные представления говорящего о *менталитете*, *ментальности*. Актуальность данного средства аргументации отражается в частотных коллокатах: *менталитет – чуждый* (289,66), *несвойственный* (52,65), *ментальность – чуждый* (64,43). В медиа акцентируются сходства и различия *менталитета*, *ментальности* национальных и социальных групп, что проявляется в частотных коллокатах (*менталитет – различие* (427,2), *разница* (826,97), *разность* (136,47), *разный* (614,02), *схожесть* (121,52), *схожий* (174,29); *ментальность – сходный* (52,92), *отличаться* (52,25)) и N-граммах (биграммы *другой менталитет* (168), *другая ментальность* (32), *ментальность другая* (13), *другой ментальностью* (10), триграммы *разница в менталитете* (24), *совсем другой менталитет* (22), *различия в менталитете* (18). В контекстах схожесть *менталитета*, *ментальности* имплицитно оценивается позитивно и интерпретируется как основание для сотрудничества: *Олег Кожемяко видит в соседней республике надежного партнера. «Мы братские народы, у нас одна кровь, один дух,* ***менталитет*** *и язык. Поэтому для нас очень важно, чтобы единое экономическое таможенное пространство действительно работало»* (Vesti.ru. 22.09.2020). Указание на разницу в *менталитете*, *ментальности* может выступать как основание для оценочно маркированного противопоставления: *У нас более криминогенная обстановка, у них там* ***менталитет другой*** (Дверь входную металлическую. 2021); *у них* ***менталитет*** *и образование* ***другое****, у них нет в голове, как кинуть свой народ* (Чат-Форум жителей Рязани. 2018).

Термин *искусственный интеллект (ИИ)* приобретает в медиа амбивалентную адгерентную оценочность, функционируя в оценочных контекстах как позитивного, так и негативного характера. В позитивно-оценочных контекстах подчеркиваются возможности развития экономики, промышленности, здравоохранения за счет использования *искусственного интеллекта* – термин употребляется с предикатами *решит (проблемы)*, *позво-*

ляет (увеличить эффективность), *помогают*: ***ИИ решит*** *глобальные* ***проблемы*** *человечества: победит болезни, остановит климатический кризис, устранит бедность* (VC.ru. 05.04.2025); *При этом* ***искусственный интеллект*** *и нейросети уже сейчас* ***помогают*** *нам более эффективно расшифровывать паттерны активности мозга* (Коммерсант. 30.06.2025). Для выражения позитивной оценки подчеркивается перспективность и значимость: *Наиболее* ***перспективной*** *с точки зрения инвестиций считается технология* ***искусственного интеллекта*** (Ведомости. 30.11.2020). Это отражается в сочетаемости: в триграммах *помощью искусственного интеллекта* (93), *возможности искусственного интеллекта* (18); *благодаря искусственному интеллекту* (13), наличии позитивно-оценочных коллокатов *помощь* (156,68), *позволить* (47,56), *перспектива* (44,21), *благодаря* (42,98). Однако в то же время термин используется в негативно окрашенных контекстах с использованием лексем семантических полей «риски» [Туркина 2024] (лексемы *риски*, *опасность*, *угроза*, *провокаторы*, *увечья*, *оружие*, *воевать*), «преступность» (*преступность*, *преступники*, *мошенники*, *роботы-убийцы*), «вред» (*вред*, *ошибки*, *нести ответственность*): *Как человечество будет* ***воевать*** *с* ***ИИ*** (VC.ru. 13.08.2024); *Структура* ***преступности*** *«активно эволюционирует» под влиянием технологий* ***искусственного интеллекта*** (Парламентская газета. 17.06.2021).

Заключение

В результате исследования описаны проявления медиатизации когнитивных терминов, заключающиеся в оценочных семантико-прагматических трансформациях: формировании изначально не свойственной термину ингерентной (появление оценочных сем: *идеологема*, *стереотип*, *нарратив*, *концептуальный*) и адгерентной (употребление в оценочных контекстах в качестве объекта оценки: *искусственный интеллект (ИИ)*, *менталитет*, *ментальность*, *картина мира*) оценочности. Термины *идеологема*, *стереотип*, *нарратив* формируют негативно-оценочные семы, *концептуальный* – позитивно-оценочные, демонстрируя при этом полисемию. Термины *искусственный интеллект (ИИ)*, *менталитет*, *ментальность*, *картина мира* приобретают в медиа амбивалентную оценочность, выступая объектом оценки при характеристике актуальных социальных процессов, взглядов и ценностей определенных национальных и социальных групп. Прагматические трансформации терминов *менталитет*, *ментальность* также проявляются в их функционировании в составе стратегий аргументации при оценочной характеристике политических решений.

Список литературы

Буторина Е.П. Медиатизация образовательного дискурса как изменение его регулятивных правил // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. № 11. С. 3482–3486

Васильев Л.М. Современная лингвистическая семантика. М.: Высшая школа, 1990. 175 с.

Иссерс О.С. Видеоблог врача как новая дискурсивная практика медицинского общения в виртуальной среде // Коммуникативные исследования. 2024. Т. 11. № 4. С. 730–745. DOI: 10.24147/2413-6182.2024.11(4).730-745.

Иссерс О.С. Диалог с потребителем в эпоху медиатизации: ответы на отзывы о медицинских услугах в условиях интернет-коммуникации // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2023. № 2. С. 43–54. DOI: 10.29025/2079-6021-2023-2-43-54.

Истомина Е.М. Использование психологических терминов в различных типах дискурсов на примере новостного корпуса // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 2 (113). С. 64–74.

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

Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: МГУ, 1996. 245 с.

Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2001. 1536 с.

Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления в семантическом аспекте // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2015. Т. 14. Вып. 9. С. 183–201.

Маринова Е.В. Термин «искусственный интеллект» в русскоязычных текстах: функционирование, рецепция, варианты // Коммуникативные исследования. 2025. Т. 12. № 4. С. 850–864. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(4).850-864.

Плотникова А.М. Нейросеть как ключевое слово текущего момента // Филологический класс. 2023. № 2. С. 45–54.

Радбиль Т.Б. Когнитивистика: учеб. пособие. Н. Новгород: Нац. исслед. Нижегор. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского, 2018. 375 с.

Романова Т.В., Колчина О.Н., Куликова В.А., Хоменко А.Ю. Проектный словарь-справочник когнитивных терминов. Н. Новгород: Деком, 2022. 300 с.

Силанова М.А. Медиатизация юридических терминов в дискурсе современных СМИ: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 234 с.

Туркина Е.В. Тематическое поле «Искусственный интеллект» и его пересечения с микрополем «риски» в современном медиадискурсе // Коммуникативные исследования. 2024. Т. 12. № 4. С. 911–921. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(4).911-921.

Чернявская В.Е. Язык оценок в научном дискурсе: терминологическое поле и методологические подходы // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2022. № 3. С. 44–55.

Шмелева Т.В. Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования // Вестник Новгородского государственного университета. 2015. № 7 (90). С. 145–148.

Ян Хайянь, Васильева Г.М. Амбивалентная оценочность русской лексики: лексема «интеллигент» на фоне китайского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. № 6. С. 1877–1882.

Charaudeau P. Sobre o discurso científico e sua midiatização // Calidoscópio. 2016. Vol. 14. No. 3. P. 380–389.

Hepp A. Deep Mediatization. London: Routledge, 2020. 225 p.

Strömbäck J., Esser F. Mediatization of Politics: Transforming Democracies and Reshaping Politics // Mediatization of Communication / ed. K. Lundby. Berlin: De Gruyter Mounton, 2014. P. 375–403.

Väliverronen E. Mediatisation of science and the rise of promotional culture // Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology / ed. B. Trench. London; New York: Routledge, 2021. P. 129–146.

References

Butorina, E.P. (2022), Mediatisation of educational discourse as a change in its regulatory rules. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no. 11, pp. 3482-3486. (in Russian).

Charaudeau, P. (2016), Sobre o discurso científico e sua midiatização. *Calidoscópio*, Vol. 14, no. 3, pp. 380-389. (in Portuguese).

Chernyavskaya, V.E. (2022), The language of evaluation in scientific discourse: terminological field and methodological approaches. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiiskaya i zarubezhnaya filologiya*, no. 3, pp. 44-55. (in Russian).

Hepp, A. (2020), *Deep Mediatization*, London, Routledge publ., 225 p.

Issers, O.S. (2024), Doctor's video blog as a new discursive practice of medical communication in the virtual environment. *Kommunikativnye issledovaniya*, Vol. 11, no. 4, pp. 730-745. DOI: 10.24147/2413-6182.2024.11(4).730-745. (in Russian).

Issers, O.S. (2023), Dialogue with the consumer in the era of mediatisation: responses to reviews of medical services in the context of online communication. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki*, no. 2, pp. 43-54. DOI: 10.29025/2079-6021-2023-2-43-54. (in Russian).

Istomina, E.M. (2023), The use of psychological terms in different types of discourse on the example of the news corpus. *Vestnik of Cherepovets State University*, no. 2 (113), pp. 64-74. (in Russian).

Klushina, N.I., Baigozhina, D.O., Takhan, S.Sh. (2019), Mediatization: stylistic vector. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik*, no. 2 (17), pp. 57-62. DOI: 10.24411/2499-9679-2019-10386. (in Russian).

Kubryakova, E.S., Dem'yankov, V.Z., Pankrats, Yu.G., Luzina, L.G. (1996), *Kratkii slovar' kognitivnykh terminov* [A Concise Dictionary of Cognitive Terms], Moscow, Moscow State University publ., 245 p. (in Russian).

Kuznetsov, S.A. (2001), *Bol'shoi tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [The Great Explanatory Dictionary of the Russian Language], St. Petersburg, Norint publ., 1536 p. (in Russian).

Luk'yanova, N.A. (2015), Expressive vocabulary of colloquial usage in the semantic aspect. *Vestnik of Novosibirsk State University. Seriya: Istoriya, filologiya*, Vol. 14, iss. 9, pp. 183-201. (in Russian).

Marinova, E.V. (2025), The term "artificial intelligence" in Russian-language texts: functioning, reception, variants. *Kommunikativnye issledovaniya*, Vol. 12, no. 4, pp. 850-864. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(4).850-864. (in Russian).

Plotnikova, A.M. (2023), Neural network as a keyword of the current moment. *Filologicheskii klass*, no. 2, pp. 45-54. (in Russian).

Radbil', T.B. (2018), *Kognitivistika* [Cognitive Science], Teaching aid, Nizhny Novgorod, National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky publ., 375 p. (in Russian).

Romanova, T.V., Kolchina, O.N., Kulikova, V.A., Khomenko, A.Yu. (2022), *Proektnyi slovar'-spravochnik kognitivnykh terminov* [Project Dictionary-Handbook of Cognitive Terms], Nizhny Novgorod, Dekom publ., 300 p. (in Russian).

Shmeleva, T.V. (2015), Mediatisation as a phenomenon of modern culture and an object of research. *Vestnik of Novgorod State University*, no. 7 (90), pp. 145-148. (in Russian).

Silanova, M.A. (2016), *Mediatizatsiya yuridicheskikh terminov v diskurse sovremennykh SMI* [Mediatisation of legal terms in the discourse of modern media], PhD Thesis, Moscow, 234 p. (in Russian).

Strömbäck, J., Esser, F. (2014), Mediatization of Politics: Transforming Democracies and Reshaping Politics. Lundby, K. (ed.). *Mediatization of Communication*, Berlin, De Gruyter Mounton publ., pp. 375-403.

Turkina, E.V. (2024), The thematic field "Artificial intelligence" and its intersections with the microfield "risks" in modern media discourse. *Kommunikativnye issledovaniya*, Vol. 12, no. 4, pp. 911-921. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(4).911-921. (in Russian).

Väliverronen, E. (2021), Mediatisation of science and the rise of promotional culture. Trench, B. (ed.). *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*, London, New York, Routledge publ., pp. 129-146.

Vasil'ev, L.M. (1990), *Sovremennaya lingvisticheskaya semantika* [Modern Linguistic Semantics], Moscow, Vysshaya shkola publ., 175 p. (in Russian).

Yan, Haiyan, Vasil'eva, G.M. (2022), Ambivalent evaluation of Russian vocabulary: the lexeme "intelligent" against the background of the Chinese language. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no. 6, pp. 1877-1882. (in Russian).

Original article

SEMANTIC AND PRAGMATIC FEATURES OF COGNITIVE TERMS IN THE MEDIA: A CORPUS ANALYSIS OF EVALUATION

V.A. Kulikova[1]✉, **A.D. Gusev**[2], **P.V. Tokunova**[3]

[1–3] *HSE University – Nizhny Novgorod (Nizhny Novgorod)*

Abstract: The article examines the semantic and pragmatic features of cognitive terms functioning in modern Russian-language media texts. The study aims to describe the specifics of using cognitive terminology in contexts aimed at expressing evaluation. The relevance of the work is driven by the active processes of mediatization and determinologization, as a result of which scientific concepts penetrate mass discourse and transform their original semantics. The research material includes data from the Russian National Corpus and a specialized corpus of cognitive terms in media covering the period from 2015 to 2025. The methodology combines corpus tools (analysis of collocations and N-grams) with traditional contextual and semantic analysis. The study establishes that cognitive

terms in media discourse acquire inherent and adherent evaluation that is not originally characteristic of them. It is proven that the lexemes *ideologeme* (*ideologema*), *stereotype* (*stereotip*), and *narrative* (*narrativ*) develop negative evaluative semes (e.g., 'false'), while the term *conceptual* (*kontseptual'nyi*) acquires a positive connotation. The findings reveal that the terms *artificial intelligence* (*iskusstvennyi intellekt*), *mentality* (*mentalitet*), and *worldview* (*kartina mira*) demonstrate an ambivalent adherent evaluation, acting as objects of explicit and implicit evaluation when describing social processes, values, and views. It is concluded that the pragmatic transformations of cognitive terms allow them to be used as effective tools for implementing argumentation strategies in political, everyday, and commercial media discourse.

Key words: cognitive terms, media discourse, mediatization, evaluation, corpus analysis, semantic and pragmatic transformations, media text.

For citation:

Kulikova, V.A., Gusev, A.D., Tokunova, P.V. (2026), Semantic and pragmatic features of cognitive terms in the media: a corpus analysis of evaluation. *Communication Studies (Russia)*, Vol. 13, no. 2, pp. 355-369. DOI: 10.24147/2413-6182.2026.13(2).355-369. (in Russian).

About the authors:

[1] **Kulikova, Valentina Aleksandrovna**, PhD, Associate Professor at the Department of Fundamental and Applied Linguistics

[2] **Gusev, Andrey Dmitrievich**, 4th-year student of the program "Fundamental and Applied Linguistics"

[3] **Tokunova, Polina Vitalievna**, 4th-year student of the program "Fundamental and Applied Linguistics"

Corresponding authors:

[1–3] Postal address: 25/12, Bol′shaya Pecherskaya ul., Nizhny Novgorod, 603155, Russia

[1] E-mail: vkulikova@hse.ru

[2] E-mail: adgusev_2@edu.hse.ru

[3] E-mail: pvtokunova@edu.hse.ru

Acknowledgements:

The publication was prepared within the framework of the Academic Fund Program at HSE University (grant No. 26-00-025 "Cognitive science terms according to the Russian media of the 21st century: a discursive reference dictionary")

Conflict of interest:

The authors declare no conflict of interest

Received: March 3, 2026

Revised: March 15, 2026

Accepted: March 30, 2026