

Вестник Северного (Арктического) федерального университета.
Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2026. Т. 26, № 3. С. 53–60.
Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta.
Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki, 2026, vol. 26, no. 3, pp. 53–60.



Научная статья
УДК 81'42(045)
DOI: 10.37482/2687-1505-V513

Средства позитивной эмотивности стратегии убеждения в текстах экологического дискурса (на материале англоязычного интернет-издания The Ecologist)

Татьяна Владимировна Лопашенкова

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, Калининград, Россия,
e-mail: bamh@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-0835-8984>

Аннотация. В современном мире, где антропогенная нагрузка на окружающую среду все сильнее обостряет глобальные экологические проблемы, особую актуальность приобретает поиск эффективных инструментов преодоления экологического кризиса, в т. ч. на уровне коммуникации. Поэтому все более востребованным становится изучение экологического дискурса, который помогает сформировать экологическое сознание социума, выявляя связь между словами, действиями и состоянием экосистемы. Цель исследования – анализ особенностей функционирования средств позитивной эмотивности категории «пафос» стратегии убеждения в текстах англоязычного медийного экологического дискурса. Осуществляется краткий обзор научных работ, посвященных проблематике данного типа дискурса. Проводится интерпретация набора языковых средств, используемых авторами текстов статей из англоязычного интернет-издания The Ecologist, являющегося авторитетным журналом, который специализируется на вопросах экологической тематики. Выделяются три коммуникативные тактики, служащие средством реализации категории «пафос» стратегии убеждения посредством положительного эмоционального окрашивания сообщения, а именно: декларация позитивной оценки, декларация позитивного прогноза, демонстрация положительных результатов деятельности. Наряду с характерным для всех выявленных тактик функционированием лексики с положительной коннотацией, зафиксированы специфические особенности, присущие каждой из них. Так, для декларации позитивной оценки свойственно использование приема противопоставления, для декларации позитивного прогноза – употребление языковых средств, относящих высказывание к плану будущего, которые будут различаться в зависимости от степени уверенности автора в своем прогнозе, для демонстрации положительных результатов деятельности – доминирование наиболее экспрессивных среди всех представленных тактик языковых средств, в т. ч. фразеологизмов.

Ключевые слова: лингвопрагматика, экологический дискурс, стратегия убеждения, пафос, тактика декларации позитивной оценки, тактика декларации позитивного прогноза, тактика демонстрации положительных результатов деятельности, англоязычный медиадискурс

Лопашенкова Т.В.

Средства позитивной эмотивности стратегии убеждения в текстах экологического дискурса...

Для цитирования: Лопашенкова Т.В. Средства позитивной эмотивности стратегии убеждения в текстах экологического дискурса (на материале англоязычного интернет-издания *The Ecologist*) // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2026. Т. 26, № 3. С. 53–60. <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V513>

Original article

Means of Positive Emotiveness of Persuasion Strategy in Environmental Discourse Texts (Based on the Materials of the Online Media Outlet *The Ecologist*)

Tatyana V. Lopashenkova

Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia,

e-mail: bamh@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-0835-8984>

Abstract. Nowadays, when anthropogenic pressure on the environment is increasingly exacerbating global environmental problems, the need for effective tools to overcome the environmental crisis, including through communication, is particularly important. In this regard, the study of environmental discourse, which helps shape social environmental awareness by identifying the connections between words, actions, and the state of the ecosystem, is becoming increasingly important. The aim of this study is to analyze environmental media discourse from a linguopragmatic perspective, identifying and systematizing the set of positively emotive linguistic means used in implementing communicative tactics within the «pathos» category of persuasive strategies. A brief review of scholarly works devoted to this type of discourse is provided. An interpretation of the linguistic tools used by the authors of the articles from the online media outlet *The Ecologist*, a reputable journal specializing in environmental issues, is given. Three communication tactics are identified that serve as a means of implementing the «pathos» category of persuasion strategy through the positive emotional coloring of a message: the tactic of declaring a positive assessment, the tactic of declaring a positive forecast, and the tactic of demonstrating positive performance results. Along with the use of vocabulary with positive connotations characteristic of all the identified tactics, specific features inherent to each tactic were also identified. Thus, the tactic of declaring a positive assessment is characterized by the use of contrasts, the tactic of declaring a positive forecast is characterized by the use of linguistic devices relating the statement to a future plan, which vary depending on the author's degree of confidence in their forecast, and the tactic of demonstrating positive performance results is characterized by the predominance of expressive language, including phraseological units.

Keywords: *linguopragmatics, environmental discourse, strategy of persuasion, pathos, tactic of declaring a positive assessment, tactic of declaring a positive forecast, tactic of demonstrating positive performance results, English media discourse*

For citation: Lopashenkova T.V. Means of Positive Emotiveness of Persuasion Strategy in Environmental Discourse Texts (Based on the Materials of the Online Media Outlet *The Ecologist*). *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta*. Ser.: *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2026, vol. 26, no. 3, pp. 53–60. <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V513>

Введение. В настоящее время актуальной проблемой в жизни социума в связи с угрозой глобальной экологической катастрофы является формирование экологического сознания. Одним из факторов, способствующих нахождению путей решения данного вопроса, могут стать тексты, относимые к экологическому дискурсу (ЭД). Цель работы – анализ особенностей функционирования средств позитивной эмотивности категории «пафос» стратегии убеждения в текстах англоязычного медийного ЭД. Научная новизна статьи выражается в установлении тактик реализации данной категории стратегии убеждения ЭД. Актуальность исследования высока, т. к. оно помогает понять механизмы, с помощью которых средства массовой информации воздействуют на общественное мнение и мотивируют читателей к реальным действиям по сохранению природы. Теоретическая значимость работы заключается в том, что ее результаты вносят вклад в развитие теоретического компонента изучения англоязычного медийного ЭД, а практическая значимость – в подборе инструментов для изучения лингвопрагматических особенностей данного типа дискурса.

Обзор литературы. К научной литературе, освещающей вопрос изучения ЭД, можно отнести работы таких отечественных авторов, как М.В. Голомидова и А.Е. Гладий (ЭД в отечественной лингвистике) [1], А.А. Громушкина (специфические особенности ЭД) [2], Н.П. Мерзлякова и М.А. Карелина (лингвостилистика ЭД) [3], А.В. Зайцева (типология немецкоязычного ЭД) [4], Е.В. Иванова (роль метафоры в ЭД) [5], М.В. Басинская (лексико-семантические особенности ЭД) [6], А.А. Лагутина (экологические реалии в немецком медийном дискурсе) [7], С.Н. Семенова (когнитивно-прагматические характеристики ЭД) [8]. Также необходимо отметить ряд исследований зарубежных ученых, в частности М. Стецяг (ЭД в публичных дебатах в Польше) [9], П. Бромли, Дж.У. Мейера и Ф.О. Рамиреса (распространение ЭД в учебниках по обществознанию, истории и гражданскому праву

во всем мире) [10], М. Мариани и М. Борги (ЭД в онлайн-отзывах туристической индустрии) [11], Ч.Х. Чанга, П.Р. Армсворта и Ю.Дж. Масуда (анализ цифрового ЭД на примере социальной сети Twitter) [12]. Из приведенного краткого обзора видно, что лингвопрагматическому изучению ЭД отведено крайне малое число научных трудов.

Материал и методы. При проведении анализа функционирования средств позитивной эмотивности категории «пафос» стратегии убеждения применялись методы лингвистического анализа (контекстный и стилистический), позволившие получить обоснованные результаты. В качестве эмпирического материала использовались тексты 7 статей, опубликованных в авторитетном англоязычном интернет-издании *The Ecologist* за период с 2022 по 2025 год. Терминологический аппарат исследования базируется на подходе В.А. Шевцовой, согласно которому реализация стратегии убеждения в текстах ЭД осуществляется на основе трех аспектов риторического воздействия – логоса, этоса и пафоса [13, с. 363]. Пафос, по ее мнению, подразумевает апелляцию к эмоциям адресата и «направлен на то, чтобы вызвать у аудитории страх, сострадание, сожаление, беспокойство, осуждение и т. д.» [13, с. 365]. Тактики, выявленные в рамках этого аспекта риторического воздействия, мы относим, соответственно, к категории «пафос», а в данной статье фокусируем внимание исключительно на языковых средствах, нацеленных на формирование положительного эмоционального восприятия предлагаемой читателям информации экологической тематики.

Результаты. В ходе анализа были выявлены три тактики, способствующие экспликации позитивной эмотивности категории «пафос» стратегии убеждения: декларация позитивной оценки, декларация позитивного прогноза, демонстрация положительных результатов деятельности.

Реализация тактики декларации позитивной оценки в текстах статей из интернет-издания *The Ecologist* осуществлялась в первую очередь за счет употребления глаголов в форме

настоящего совершенного времени, которые дополнялись прилагательными и существительными с положительной коннотацией. Рассмотрим пример из статьи А. Гиббонса, посвященной вопросам энергоэффективности домохозяйств Великобритании: *Huge progress has already been made, with the number of homes with an energy efficiency rating of C or above at 46 percent and rising, up from just 14 percent in 2010*¹. Очевидно, что результаты осуществленной властями политики трактуется автором в положительном ключе, а к языковым средствам позитивной эмотивности категории «пафос» стратегии убеждения в данном примере можно отнести употребление словосочетания *huge progress*.

При реализации тактики положительной оценки важное место занимает также использование стилистического приема противопоставления. Например, в статье «Faith in a fossil fuel free future» Б. Монтегю информирует читателей о том, что религиозные лидеры призывают британское правительство поддержать международную инициативу, направленную на прекращение расширения добычи ископаемого топлива, т. е. присоединиться к Договору о нераспространении ископаемого топлива (Fossil Fuel Non-Proliferation Treaty). Главную мысль статьи автор подкрепляет цитатами поддерживающих договор религиозных лидеров: *“As faith leaders, we believe that taking action for a fair and well-managed transition to renewable energy – one which uses the gargantuan profits of the fossil fuel industry to fund a fairer future for all – is a moral imperative for any responsible government,” the letter stated*². В приведенном фрагменте используется прием противопоставления, реализуемый за счет употребления прилагательных с положительной коннотацией для желательных, по мнению духовных лидеров,

событий, которые заключаются в управляемом государством переходе к возобновляемым источникам энергии (*fair and well-managed transition to renewable energy, fairer future, responsible government*), и прилагательных с негативной коннотацией для критикуемых явлений, к которым они относят масштабность прибыли от производства ископаемого топлива (*gargantuan profits of the fossil fuel industry*).

Средства позитивной эмотивности категории «пафос» стратегии убеждения, зафиксированные нами в процессе анализа англоязычных текстов экологического дискурса, используются и при реализации тактики декларации позитивного прогноза. Немаловажную роль для данной тактики также играют языковые средства, относящиеся высказывание к плану будущего, которые, на наш взгляд, целесообразно систематизировать в зависимости от степени уверенности автора в предполагаемом развитии событий.

Выразить наибольшую степень уверенности автора в собственном прогнозе помогает использование лексики с положительной коннотацией совместно с глаголами в форме будущего времени. Так, в примере из статьи «Petrol cars ‘heading for extinction’» Б. Монтегю информирует читателей об исследовании, согласно которому подержанные электромобили могут приблизиться к «переломному моменту» в своей истории, когда они станут популярнее своих бензиновых и дизельных аналогов в Великобритании: *This is a strong signal that UK drivers are becoming more receptive to second-hand EVs – and this will probably increase further as technology continues to improve, prices continue to fall and more EVs reach the second-hand market*³. Позитивный авторский прогноз формируется в данном контексте с помощью глагола будущего времени *will increase*, при

¹Gibbons A. Tories fail to insulate Britain // The Ecologist. 30.08.2022. URL: <https://theecologist.org/2022/aug/30/tories-fail-insulate-britain> (дата обращения: 10.07.2025).

²Montague B. Faith in a fossil fuel free future // The Ecologist. 03.04.2025. URL: <https://theecologist.org/2025/apr/03/faith-fossil-fuel-free-future> (дата обращения: 10.07.2025).

³Montague B. Petrol cars ‘heading for extinction’ // The Ecologist. 12.03.2025. URL: <https://theecologist.org/2025/mar/12/petrol-cars-heading-extinction> (дата обращения: 10.07.2025).

этом степень уверенности прогноза смягчается за счет употребления элемента ассертивной авторской модальности *probably*, а также словосочетаний, позитивно характеризующих будущую востребованность электромобилей (*technology continues to improve, prices continue to fall, more EVs reach the second-hand market*).

В свою очередь примером относительной уверенности автора в предлагаемом им прогнозе может служить фрагмент из статьи Р. Харбор «Extreme weather, extreme prices», в которой освещаются вопросы влияния климатических изменений на ценообразование в продовольственном секторе экономики Великобритании. Автор описывает положительный эффект от мер, которые были предприняты правительством для укрепления данного сектора, следующим образом: *The good news is that steps to make farming more sustainable can not only cut emissions but also make our food production more resilient to the extremes of flooding and drought*⁴. Вполне понятно, что автор прибегает к употреблению словосочетания *good news* и конструкции *not only... but...* для того, чтобы заострить внимание читателя на положительном прогнозе, который можно реализовать, если предпринять соответствующие шаги по повышению эффективности сельского хозяйства.

Еще один пример прогноза ближайшего будущего представлен в отрывке из статьи Б. Монтегю «A clear and obvious choice», где автор сравнивает предвыборные манифесты партии лейбористов и партии «зеленых»: *Both parties suggest they are prepared to borrow more to fund home energy efficiency upgrades, the switch to electric heating and nature restoration – all of which would create thousands of new jobs across the UK and in many instances reduce the cost of*

*living and increase economic growth*⁵. Предполагаемые позитивные результаты, к которым приведет имплементация заявленных данными партиями намерений, формулируются автором благодаря использованию словосочетаний с положительной коннотацией (*create thousands of new jobs, reduce the cost of living, increase economic growth*) и глагола сослагательного наклонения (модальный глагол *would*).

При реализации последней из трех тактик, характерных для категории пафоса в рамках стратегии убеждения, а именно тактики демонстрации положительных результатов деятельности, авторы статей из интернет-издания *The Ecologist* употребляют наиболее экспрессивные языковые средства. Так, в качестве примера можно привести фрагмент из статьи «‘Watershed moment’ for fossil fuels at Supreme Court», в которой К. Ирли цитирует высказывания эоактивистов о судебном решении по делу о запрете разработки нефтегазового месторождения в Суррее: *De Kauwe added: “This is a stunning victory for Sarah Finch and the Weald Action Group, after nearly five years of grit and determination, in going to court year after year against adversaries with far greater financial resources than they have. Despite setbacks in the lower courts, they never gave up.” Campaigner Sarah Finch said she was “absolutely over the moon” to have won the case*⁶.

Победа эоактивистов в суде описывается автором как грандиозный успех за счет использования словосочетания *stunning victory*. Усилению благоприятного впечатления способствует положительная характеристика эоактивистов в результате употребления существительных *grit* и *determination*, а также противопоставления невзгод судебной тяжбы и упорства эоак-

⁴Harbour R. Extreme weather, extreme prices // *The Ecologist*. 04.12.2023. URL: <https://theecologist.org/2023/dec/04/extreme-weather-extreme-prices> (дата обращения: 10.07.2025).

⁵Montague B. A clear and obvious choice // *The Ecologist*. 26.06.2024. URL: <https://theecologist.org/2024/jun/26/ge2024-clear-and-obvious-choice> (дата обращения: 10.07.2025).

⁶Early C. ‘Watershed moment’ for fossil fuels at Supreme Court // *The Ecologist*. 20.06.2024. URL: <https://theecologist.org/2024/jun/20/watershed-moment-fossil-fuels-supreme-court> (дата обращения: 10.07.2025).

тивистов-победителей (*despite setbacks in the lower courts, they never gave up*). Помимо этого, демонстрация положительных результатов деятельности победителей судебного процесса осуществляется за счет цитирования их положительной самооценки. Например, активист С. Финч делится эмоциями от судебного разбирательства и комментирует победу в нем, используя фразеологизм «на седьмом небе от счастья» (*over the moon*).

Еще один пример реализации тактики демонстрации положительных результатов деятельности представлен в статье С. Стерланд «Indigenous plants ‘grow diversity’», рассказывающей об исследовании ученых из Мельбурнского университета, согласно результатам которого посадка местных видов растений способна быстро увеличить биоразнообразие в городах: *He* («Луис Мата, австралийский эколог и энтомолог, руководитель группы исследователей из Мельбурнского университета» – Т.Л.) *added*: “*We used an ‘interaction approach’, which simply means we look at the number of interactions between insects and plants. After three years we found a more complex, interesting, fine-tuned integration between plants and insects than at the beginning*”⁷. Следует подчеркнуть, что демонстрации успешности упомянутого проекта в данном случае способствуют использованию приема противопоставления (*more... than...*), благодаря которому ученые подчеркивают контраст в результатах, полученных до и после проведенных экспериментов, а также трехкратное употребление прилагательных с положительной коннотацией (*complex, interesting, fine-tuned*).

Заключение. Анализ средств позитивной эмотивности категории «пафос» стратегии убеждения

на материале статей англоязычного интернет-издания *The Ecologist* позволил установить, что эффективным инструментом соответствующего интенционально обусловленного воздействия авторов текстов на читателей может явиться апелляция к целому ряду релевантных тактик. В качестве таковых были выявлены декларация позитивной оценки, декларация позитивного прогноза и демонстрация положительных результатов деятельности.

В целом результаты исследования показали, что для каждой из установленных тактик характерно употребление специфических языковых средств:

1) тактика декларации позитивной оценки – употребление прилагательных и существительных с положительной коннотацией, а также применение приема противопоставления;

2) тактика декларации позитивного прогноза – использование языковых средств позитивной эмотивности и языковых средств, относящихся к плану будущего, которые различаются в зависимости от степени уверенности автора в своем прогнозе. Наибольшая степень уверенности достигается при употреблении глаголов в форме будущего времени, относительная степень уверенности – за счет использования сослагательного наклонения и экспликаторов ассертивной модальности;

3) тактика демонстрации положительных результатов деятельности – применение наиболее экспрессивных среди представленных тактик языковых средств, таких как фразеологизмы, прием противопоставления, привлечение прилагательных, существительных и наречий с позитивной коннотацией.

Список литературы

1. Голомидова М.В., Гладий А.Е. Экологический дискурс и аспекты его изучения в российской лингвистике // *Russian Linguistic Bulletin*. 2024. № 5(53). С. 1–6. <https://doi.org/10.60797/RULB.2024.53.15>

⁷*Sterland C.I.* Indigenous plants ‘grow diversity’ // *The Ecologist*. 24.06.2024. URL: <https://theecologist.org/2024/jun/24/indigenous-plants-grow-diversity> (дата обращения: 10.07.2025).

2. Громорушкина А.А. Экологический дискурс как комплексное явление // Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та. Гуманит. науки. 2020. № 3(832). С. 36–46.
3. Мерзлякова Н.П., Карелина М.А. Лингвостилистические особенности экологических лозунгов (на материале английского языка) // Многоязычие в образоват. пространстве. 2025. Т. 17, № 1(24). С. 81–90. <https://doi.org/10.35634/2500-0748-2025-17-1-81-90>
4. Зайцева А.В. Типология текстов экологического дискурса ФРГ: дис. ... канд. филол. наук. Смоленск, 2014. 253 с.
5. Иванова Е.В. Эколингвистика и роль метафоры при описании экологических проблем // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2007. № 13. С. 34–38.
6. Басинская М.В. Исследование лексико-семантических особенностей экологического дискурса в рамках языковой экологии // Вестн. Моск. гос. лингвист. ун-та. 2014. № 20(706). С. 32–41.
7. Лагутина А.А. Доминантные экологические реалии в современном немецком газетно-публицистическом дискурсе и средства их языковой категоризации: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2013. 262 с.
8. Семенова С.Н. Когнитивно-прагматические характеристики дискурса в предметной области «Горные экосистемы»: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. 227 с.
9. Steciag M. Environmental Discourse in Public Debates in Poland: Relativization, Exclusion and Acceptance // Lang. Ecol. 2010. Vol. 3, № 2. P. 1–16.
10. Bromley P., Meyer J.W., Ramirez F.O. The Worldwide Spread of Environmental Discourse in Social Studies, History, and Civics Textbooks, 1970–2008 // Comp. Educ. Rev. 2011. Vol. 55, № 4. P. 517–545.
11. Mariani M., Borghi M. Environmental Discourse in Hotel Online Reviews: A Big Data Analysis // J. Sustain. Tour. 2020. Vol. 29, № 5. P. 829–848. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1858303>
12. Chang Ch.H., Armsworth P.R., Masuda Yu.J. Environmental Discourse Exhibits Consistency and Variation Across Spatial Scales on Twitter // BioScience. 2022. Vol. 72, № 8. P. 789–797. <https://doi.org/10.1093/biosci/biac051>
13. Шевцова В.А. Реализация коммуникативных стратегий и тактик в экологическом дискурсе // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 100-летию Белорус. гос. ун-та. (Минск, 26–27 марта 2021 года). Минск, 2021. С. 362–366.

References

1. Golomidova M.V., Gladiy A.E. Ekologicheskij diskurs i aspekty ego izucheniya v rossiyskoy lingvistike [Environmental Discourse and Aspects of Its Study in Russian Linguistics]. *Russian Linguistic Bulletin*, 2024, no. 5, pp. 1–6. <https://doi.org/10.60797/RULB.2024.53.15>
2. Gromorushkina A.A. Ekologicheskij diskurs kak kompleksnoe yavlenie [Environmental Discourse As a Complex Phenomenon]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, 2020, no. 3, pp. 36–46.
3. Merzlyakova N.P., Karelina M.A. Lingvostilisticheskie osobennosti ekologicheskikh lozungov (na materiale angliyskogo yazyka) [Linguistic and Stylistic Features of Environmental Slogans (Based on the English Language)]. *Mnogoyazychie v obrazovatel'nom prostranstve*, 2025, no.1, pp. 81–90. <https://doi.org/10.35634/2500-0748-2025-17-1-81-90>
4. Zaytseva A.V. *Tipologiya tekstov ekologicheskogo diskursa FRG* [Text Typology of the Ecological Discourse in Germany]. Cand. philol. sc. thesis. Smolensk, 2014. 253 p.
5. Ivanova E.V. *Ekolingvistika i rol' metafory pri opisaniy ekologicheskikh problem* [Ecolinguistics and the Role of Metaphor in Describing Environmental Problems]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2007, no. 13, pp. 34–38.
6. Basinskaya M.V. *Issledovanie leksiko-semanticheskikh osobennostey ekologicheskogo diskursa v ramkakh yazykovoy ekologiy* [Research of Lexical-Semantic Features of Ecological Discourse within the Framework of Linguistic Ecology]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 2014, no. 20, pp. 32–41.
7. Lagutina A.A. *Dominantnyye ekologicheskie realii v sovremenном nemetskom gazetno-publitsisticheskom diskurse i sredstva ih yazykovoy kategorizatsii* [Dominant Environmental Realities in Contemporary German Newspaper and Journalistic Discourse and Means of Their Linguistic Categorization]. Cand. philol. sc. thesis. Voronezh, 2013. 262 p.
8. Semenova S.N. *Kognitivno-pragmaticheskie kharakteristiki diskursa v predmetnoy oblasti «Gornye ekosistemy»* [Cognitive-Pragmatic Characteristics of Discourse in the Subject Area «Mountain Ecosystems»]. Cand. philol. sc. thesis. Krasnodar, 2014. 227 p.

9. Steciag M. Environmental Discourse in Public Debate in Poland: Relativization, Exclusion and Acceptance. *Lang. Ecol.*, 2010, vol. 3, no. 2, pp. 1–16.

10. Bromley P., Meyer J.W., Ramirez F.O. The Worldwide Spread of Environmental Discourse in Social Studies, History, and Civics Textbooks, 1970–2008. *Comp. Educ. Rev.*, 2011, vol. 55, no. 4, pp. 517–545.

11. Mariani M., Borghi M. Environmental Discourse in Hotel Online Reviews: A Big Data Analysis. *J. Sustain. Tour.*, 2020, vol. 29, no. 5, pp. 829–848. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1858303>

12. Chang Ch.H., Armsworth P.R., Masuda Yu.J. Environmental Discourse Exhibits Consistency and Variation Across Spatial Scales on Twitter. *BioScience*, 2022, vol. 72, no. 8, pp. 789–797. <https://doi.org/10.1093/biosci/biac051>

13. Shevtsova V.A. Realizatsiya kommunikativnyh strategiy i taktik v ekologicheskom diskurse. Inostrannye yazyki: innovatsii, perspektivy issledovaniya i prepodavaniya [Implementation of Communicative Strategies and Tactics in Ecological Discourse]. *Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference dedicated to the 100th anniversary of the Belarusian State University*. Minsk, 2021, pp. 362–366.

Информация об авторе

Т.В. Лопашенкова – аспирант, ведущий специалист Института подготовки научно-педагогических кадров Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта (адрес: 236041, г. Калининград, ул. А. Невского, д. 14).

Information about the author

Tatyana V. Lopashenkova, PhD student, Leading Specialist at the Institute for the Training of Scientific and Pedagogical Personnel, Immanuel Kant Baltic Federal University (address: ul. A. Nevsky 14, Kaliningrad, 236041, Russia).

Поступила в редакцию 05.11.2025

Одобрена после рецензирования 23.01.2026

Принята к публикации 26.01.2026

Submitted 5 November 2025

Approved after reviewing 23 January 2026

Accepted for publication 26 January 2026