

## КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ І КАТЕГОРИЗАЦІЯ У СФЕРІ ЕКОЛОГІЇ

*Стаття присвячена дослідженню комунікації на екотематику крізь призму когнітивної лінгвістики. Розглядаються особливості процесів категоризації, концептуалізації, фреймінгу та рефреймінгу у сфері екології. Аналізуються такі категорії як nature, resources, growth, technology, community, human, science та концепти ENVIRONMENT, SUSTAINABILITY як найбільш значущі в сучасній комунікації на екотематику.*

**Ключові слова:** *категорія, концепт, фрейм, фреймінг, рефреймінг, екологія, комунікація на екотематику.*

Одне з центральних місць у парадигмі сучасного мовознавства займає когнітивна лінгвістика, в сферу дослідження якої входять проблеми концептуалізації та категоризації [Аскольдов 1997, 267-279; Беляевская 2000, 9-14; Вежбицкая 1999, 263-503; Демьянков 1995, 239-320; Кубрякова 1991, 55-91; Рахилина 2002, 370-389; Стернин 2000, 13-17]. Когнітивні структури не лише репрезентують певні знання про світ, вони їх структурують. Сприйняття людиною нової інформації відбувається крізь призму уже існуючих когнітивних структур. Як наслідок, людина робить висновки, керуючись не фактами, а своїми уявленнями про світ. Іншими словами, вона інтерпретує реальність, так здійснюється мовна категоризація та концептуалізація явищ реальності.

Процеси концептуалізації та категоризації є свого роду класифікаційною діяльністю, що відбуваються у свідомості паралельно. Незважаючи на паралельність процесів, вони відрізняються своїми цілями і кінцевим результатом. Так, «процес категоризації спрямований на об'єднання схожих в тому чи іншому відношенні явищ в більшій розряди», а «процес концептуалізації полягає у виділенні мінімальних змістовних одиниць ментального рівня, що є результатом практичного досвіду в процесі пізнання людиною навколишнього світу» [Іванова 2007, 45].

Існує чимало визначень поняття «концепт». Згідно визначення А.А.Залевської, концепт – це «об'єктивно існує в свідомості людини когнітивно-афективне утворення динамічного характеру» [Залевская 2001, 39]. С. Г. Воркачев визначає концепт як «операційну одиницю думки» [Воркачев 2004, 43], а В. В. Красних підкреслює абстрагований характер концепту – це «максимально абстрагована ідея «культурного предмету», що не має візуального прототипного образу, хоча візуально-образні асоціації і є можливими» [Красных 2003, 272]. Концепт – це фрагмент світу, схоплений когнітивною структурою, яка в більшості випадків виступає у вигляді групи концептів. Зміст концепту – це образ, який піддається певній стандартизації національною спільнотою або групою осіб.

Концепту притаманна складна, багатовимірна структура. Окрім понятійної основи, на думку В. А. Маслової, в структурі концепту є соціо-психо-культурний компонент, який включає асоціації, емоції, національні образи і конотації, характерні для певної культури [Маслова 2004, 36]. З.Д.Попова та І. А. Стернін говорять про такі базові структурні компоненти концепту як образи, інформаційний зміст та інтерпретаційне поле. Наявність образу вони пояснюють «нейролінгвістичним характером універсального предметного коду: чуттєвий образ кодує концепт, формуючи одиницю універсального предметного коду». Образ може бути перцептивним, тобто таким, що формується під впливом органів почуттів, і когнітивним, який формується завдяки метафоризації предмета чи явища. Інформаційний зміст концепту включає певні когнітивні ознаки, що визначають основні риси предмета чи явища, що концептуалізується. Інтерпретаційне поле формується під впливом когнітивних ознак, «які в тому чи іншому аспекті інтерпретують основний інформаційний зміст концепту» [Попова, Стернін 2007, 82].

Варто зазначити, що більшість дослідників виокремлює в складі концепту образ, певне інформаційно-понятійне ядро і деякі додаткові ознаки, що свідчить про принципovu подібність у розумінні структури концепту в різних наукових школах.

Як відзначають Дж. Лакофф і М. Джонсон, категоризація є надзвичайно складним процесом, адже «важко знайти щось важливіше для нормального функціонування нашого мислення, сприйняття, діяльності і мови» [Лакофф, Джонсон 1990, 388]. Потрібно зазначити, що в процесі категоризації вагому роль відіграють бінарні опозиції [Белова 2008, 30]. Стівен Марглін у праці “Towards the Decolonisation of the Mind” пише, що найголовнішою бінарною опозицією є «опозиція між людиною і навколишнім середовищем», де ієрархічно людина ставить себе вище, ніж навколишнє середовище: “Man is the rational active subject exercising control over a passive, objectified environment” [Marglin 1990, 2].

З метою категоризації «домінантного світогляду» (антропоцентричне світобачення, яке ставить людину вище, ніж світ навколо) та «екологічного світогляду» (природа і людина рівні) науковці пропонують такі бінарні опозиції як:

- Dominance over nature / Harmony with nature
- Natural resources as resources for humans / All nature has intrinsic worth biocentric equality
- Land as slave and servant / Land as collective organism
- Material economic growth for a growing human population / Elegantly simple material needs
- Ample resources / Limited supply of resources
- High technological progress and solutions / Appropriate technology
- Consumerism / Doing with enough, recycling
- National, centralized community / Minority tradition, bioregionalism
- Human as conqueror / Human as biotic citizen
- Science as the sharpener of his sword / Science as the searchlight of the universe [Devall 1985].

Таким чином, бінарні опозиції, що були виділені в процесі категоризації комунікації у сфері екології, вказують на антагоністичний характер бачення основних

категорій (nature, resources, growth, technology, community, human, science) різними групами людей. Концептуальні метафори в їх межах (Land as slave and servant / Land as collective organism; Science as the sharpener of his sword / Science as the searchlight of the universe) дозволяють глибше проникнути в сутність понять. Так, називання землі «рабом і слугою» та «організмом» свідчить про антропоморфний характер поняття: земля – жива істота, чий статус залежить від людини. Наука постає в двох іпостасях – військовій, чому сприяє застосування воєнної лексики (sword) та мирно-пізнавальної (searchlight як символ світла, людського просвітлення).

Згідно теорії прототипів, концепти розпізнаються в межах ідеалізованих когнітивних моделей (*idealized cognitive models*) [Taylor 2003]. Так, концепт ENVIRONMENT, наприклад, спирається на європейсько-американську традицію відмежування людини від навколишнього світу. У розумінні навколишнього світу аборигенами подібної опозиції не існує. Це вказує на невідповідність двох ідеалізованих когнітивних моделей – європейсько-американської (EGO) і моделі австралійських аборигенів (ECO) (рис. 1.1).

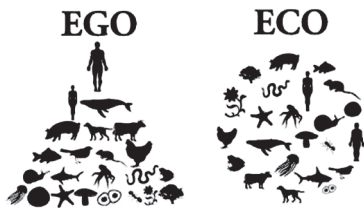


Рис. 1.1. EGO vs. ECO.

У лінгвістичних дослідженнях останнього десятиліття були виокремлені декілька важливих концептів, які асоціюються з соціально-значущими поняттями, що є вагомими у сфері бізнесу, в громадських організаціях та серед науковців, що працюють в різних галузях. І.О.Розмаріца, наприклад, вважає, що основними концептами в англомовному екологічному дискурсі, які становлять семантичну базу комунікації в природоохоронній сфері, є ENVIRONMENT, POLLUTION, ENERGY, CLIMATE CHANGE та CHERNOBYL [Розмаріца 2004]. У мас-медійному екологічному дискурсі У. Бек виділяє концепт ENVIRONMENTAL RISK як найбільш значимий, адже сучасне суспільство «має справу з самостійно створеними можливостями самознищення всього життя на цій землі, на перший погляд, прихованими, проте все очевиднішими» [Beck 1995, 67].

Зважаючи на сучасні тенденції людського розвитку, одним з базових концептів в межах екологічного дискурсу є концепт SUSTAINABILITY, в основі якого лежить досить складна, полісемантична і суперечлива проблема розвитку людства в майбутньому. Словосполучення поліфонізм, предметне різноманіття і, водночас, фундаментально орієнтована значимість концепту SUSTAINABILITY створюють методологічну проблему визначення його концептуальних «меж», «інформаційного змісту» та «інтерпретаційного поля», якщо користуватись термінологією З. Д. Попової та І. А. Стер-

ніна [Попова, Стернин 2007]. Уже в 1994 році М. Джейкобс нарахував 386 визначень терміну, орієнтованих на різні сфери – екологічну, економічну, соціальну, політичну, технічну тощо [Jacobs 1994]. Проаналізувавши сучасні тенденції розвитку концепту SUSTAINABILITY як когнітивної одиниці, можна виділити когнітивні ознаки, які визначають основні риси поняття, що концептуалізується (інформаційний зміст), та особливості інтерпретаційного поля, в межах якого інтерпретується інформаційний зміст концепту:

- **Good Governance:** participation, transparency, ongoing assessment, prevention of corruption, rule of law.
- **Social Development:** rights (to food, resources, labor rights etc.), non-discrimination, equity, access to education & knowledge, health & sanitation, cultural identity.
- **Environmental Integrity:** water, biodiversity, ecosystems, land & soil, air & climate, eco-efficiency.
- **Economic Resilience:** secure livelihoods, social capital, resilience to economic risk, inclusive value chains.

Багато уваги сьогодні приділяється концептуалізації поняття навколишнього середовища з навчальною метою. Популярні курси *environmental education* базуються на таких концептах, як COMPLEXITY (Life on Earth depends on, and is part of, complex systems), AESTHETICS (Environmental awareness enables students to develop an aesthetic appreciation), RESPONSIBILITY (Human decisions and actions have environmental consequences), ETHICS (The study of the environment enables students to develop an environmental ethic). Вони утворюють своєрідний кластер – мнемонічну метафору CARE. Метафора демонструє міждисциплінарну природу деяких концептів у комунікації на екотематику та свідчить про все більше поглиблення розуміння екології та проблем навколишнього середовища.

Поняття ідеалізованої комунікативної моделі [Лакофф, Джонсон 1990] в термінологічному плані є близьким поняттю «фрейму» [Филлмор 1988]. Фрейми дають доступ до збереженої в пам'яті інформації та структурують її. Мова йде про так звану ідеалізовану підсвідомість, що базується на досвіді людини і постійно піддається змінам. Формальна сторона фрейму представлена у вигляді назви фрейму і сітки, контури якої важко окреслити, зі структурованими в ній слотами. Назва виражає зміст фрейму як єдиного цілого. Слоти містять конкретні знання про атрибути фрейму.

В основі фрейму лежить типова ситуація, йому передують утворення певного концепту, що спирається на ту чи іншу картину світу, а для декодування і розуміння концепту існує певний сценарій. Таким чином, під структурою фрейму розуміється спосіб використання схеми, типової послідовності дій.

Фреймінг або фреймове моделювання – це конструювання моделі певної когнітивної ситуації шляхом акцентування її позитивних чи негативних рис з метою емоційного, психологічного, ідеологічного впливу на реципієнта повідомлення [Aday 2006].

Акцентування уваги споживачів на корпоративній про-екологічній діяльності (екологічний фреймінг) підвищує привабливість продукції, впливаючи на вибір тих чи інших товарів. Споживачі / покупці звертають все більшу увагу на еко-ярлики та інші характерні для «зелених» товарів знаки.

Джон Девіс, наприклад, проаналізував фрейм LOSS vs. GAIN як найбільш вагомий, на його думку, у комунікації на екотематику. Критеріями для вивчення фрейму були: «ставлення до повідомлення, вірогідність, актуальність, важливість, маніпулятивність та поведінкова реакція на повідомлення» [Davis 1995, 285]. У результаті дослідження вчений зробив висновок, що найбільш маніпулятивними були повідомлення, що «підкреслювали негативні наслідки бездіяльності для майбутніх поколінь» [Davis 1995, 295].

У дослідженнях комунікації на екотематику Метью Нізбетом, Езрою Марковітц та Джоном Котчером аналізуються такі фрейми як HARM / CARE, LIBERTY / OPPRESSION та FAIRNESS / CHEATING [Nisbet, Markowitz, Kotcher 2012], тобто комунікація з приводу екологічних проблем розглядається з точки зору моральних цінностей і у формі бінарних опозицій.

Том Кромптон, один із менеджерів “World Wildlife Fund” у Великобританії, вважає, що найперсуазивнішим у комунікації на екотематику є фрейм THREAT TO PUBLIC HEALTH, особливо якщо повідомлення «активує у адресатів почуття відповідальності за суспільство, а не за особисте здоров’я чи безпеку» [Ahern, Bortree 2012, 209].

Незважаючи на те, що «зелена» лихоманка на ринку внесла свої корективи навіть у іміджмейкінг корпорацій-гігантів, для деяких підприємств ведення про-екологічної політики є неможливим: це стосується організацій, які за своєю суттю в принципі не можуть називатися «екологічно дружніми» (хімічна, видобувна, нафтогазова промисловість, лісозаготівля і т. д.). Тому єдиним виходом для їх стабільної позиції на ринку є проведення кампаній, що ставлять під сумнів адекватність жорстких екологічних стандартів або пояснюють суспільству переваги промисловості, фокусуючи увагу на інших, не-екологічних, факторах. Таким чином, свідомо реорганізація інформаційного потоку такими компаніями призводить до спроби переоцінки ситуації та зміни ставлення до неї, тобто рефреймінгу.

Під рефреймінгом ми розуміємо «реконструювання», «зміну рамки», вміщення ситуації, образу чи емоції в новий фрейм, в новий контекст, що відрізняється від початкового [Баксанский, Кучер 1995, 116], тобто погляд на ситуацію з іншого ракурсу. Так, наприклад, якщо екологічний саботаж (*ecotage*) розглядався дослідниками як спроба «радикального захисту природи», то сьогодні у мас-медіа відбувається рефреймінг цього явища, яке трактується як прояв екотероризму (*ecoterrorism*), що вказує на досить серйозні наслідки, спричинені пошкодженням техніки чи обладнання з метою перетворити екологічно небезпечну діяльність на економічно не вигідну [Wagner 2008].

Американські дослідники пов’язують процес рефреймінгу з намаганнями підвищити персуазивність повідомлень. *Specific value-based messages* створюються з орієнтацією на певну цільову аудиторію, при цьому враховуються попередні результати опитувань громадської думки. Так, опитування 2001 року показало, що американці більше цікавляться забрудненням питної води, ніж парниковим ефектом чи глобальним потеплінням. Щодо заходів, які повинні вживатися у сфері захисту навколишнього середовища, то 56% опитаних тоді погодилися, що потрібні лише «додаткові

дії», і лише 27% наполягали на «радикальних міраx» [Schultz, Zelezny 2003]. На сьогоднішній день тенденції змінилися, і більшість американців є досить радикально налаштованими щодо попередження екологічних катастроф чи кліматичних змін. Це враховується адресантами у повідомленнях на екотематику. Фреймінг ситуації є реакцією на актуальні тенденції та настрої населення, тому обговорення теми забруднення ґрунту, на відміну від 2001 року, зараз є менш поширеним, ніж, скажімо, глобальне потепління.

Скориставшись Інтернет-програмою “Ngram Viewer”, яка аналізує частоту появи лексем в Google книгах за заданий період часу (1800-2008), можна наочно побачити тенденцію у популярності дослідження тем *soil pollution* і *global warming* у 5,2 млн. книг за період 2001-2008 рр. (рис. 1.2).

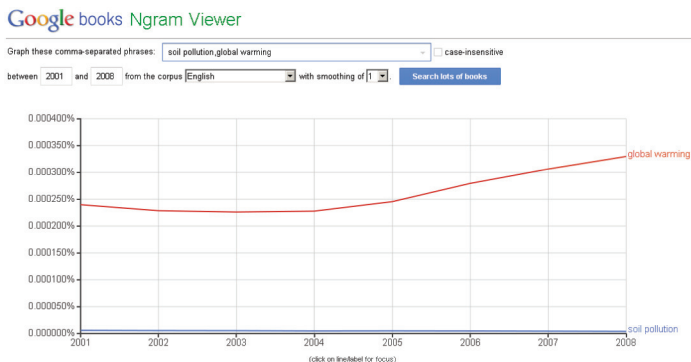


Рис. 1.2. Soil pollution / global warming (2001-2008).

Отже, проблема категоризації в комунікації на екотематику може розглядатися в межах концептуальної кластеризації і теорії прототипів. Ключовим принципом категоризації у комунікації на екотематику є наявність бінарних опозицій, в основі яких лежить опозиція «людина / навколишнє середовище». Це вказує на притаманний сучасній екологічній дискусії антагоністичний характер уявлень про базові категорії (*nature, resources, growth, technology, community, human, science*) з позицій антропоцентричного та екологічного світогляду.

В основу теорії прототипів покладений принцип природної категоризації або «сімейної подібності», а базою концептів є ідеалізовані когнітивні моделі. Семантичну базу сучасної комунікації в природоохоронній сфері становлять концепти ENVIRONMENT, POLLUTION, ENERGY, CLIMATE CHANGE, CHERNOBYL, ENVIRONMENTAL RISK. Під впливом екологізації суспільної свідомості структура цих концептів постійно змінюється. В межах концептів виникають нові інтерпретаційні поля, а комбінаторний потенціал домінантних лексем розширюється. Одним з основоположних концептів в сучасній комунікації на екотематику є концепт SUSTAINABILITY, інформаційний зміст складають поняття *good governance, social development, environmental integrity, economic resilience*.

Екологічний фреймінг як процес моделювання певної когнітивної ситуації шляхом акцентування позитивних про-екологічних ознак володіє значним персуазивним потенціалом, про що свідчать аналіз фреймів THREAT TO PUBLIC HEALTH, LOSS vs. GAIN, HARM / CARE, LIBERTY / OPPRESSION, FAIRNESS / CHEATING.

В повідомленнях адресантів, які не підтримують принципи сталого розвитку, відбувається свідоме реконструювання інформаційного потоку, погляд на ситуацію в іншому, не-екологічному, контексті. В результаті переосмислення механізмів сприйняття ситуація розуміється реципієнтом повідомлення по-іншому, про що свідчить сучасний рефреймінг понять *ecotage, pollution, global warming, wilderness*.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аскольдов С. А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: антология / под ред. В. П. Нерознака. – М.: Академия, 1997. – С. 267-279.
2. Баксанский О. Е., Кучер Е. Н. Когнитивные науки: от познания к действию / О. Е. Баксанский, Е. Н. Кучер. – М., 2005. – 184 с.
3. Белова А. Д. Категоризация и концептуализация знаний в теоретической и прикладной лингвистике / А. Д. Белова // Лингвистика XXI столетия: нові дослідження і перспективи. – К.: Логос, 2008. – № 2. – С. 26-36.
4. Беляевская Е. Г. О характере когнитивных оснований языковых категорий // Когнитивные аспекты языковой категоризации: сб. науч. тр. / отв. ред. Л. А. Матерко. – Рязань, 2000. – С. 9-14.
5. Вежбицкая А. Понимание культур посредством ключевых слов // Семантические универсалии и описание языков. – М.: Шк. «Языки русской культуры», 1999. – С. 263-503.
6. Воркачев С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт / С. Г. Воркачев. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 192 с.
7. Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX в. // Язык и наука конца 20 века. – М.: РАН, 1995. – С. 239-320.
8. Залевская А. А. Психолингвистический подход к проблеме концепта / А. А. Залевская // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж, 2001. – С. 39.
9. Иванова Е. В. Метафорическая концептуализация природных катастроф в экологическом дискурсе: на материале медийных текстов: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Елена Валериевна Иванова. – Челябинск, 2007. – 219 с.
10. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.
11. Кубрякова Е. С. Об одном фрагменте концептуального анализа слова память // Логический анализ языка: Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – С. 55-91.
12. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387-415.
13. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособие / В.А.Маслова. – М.: Тетра Системс, 2004. – 256 с.
14. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М.: АСТ Восток – Запад, 2007. – 314 с.

15. Рахилина Е. В. Основные идеи когнитивной семантики // Современная американская лингвистика: фундаментальные направления / под ред. А. А. Кибрика и др. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Едитолал УРСС, 2002. – С. 370-389.
16. Розмарица І. О. Лінгвокогнітивні особливості комунікації у сфері екології (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / І. О. Розмарица. – К., 2004. – 20 с.
17. Стернин И. А. Может ли лингвист моделировать структуру концепта? // Когнитивная семантика: материалы второй школы-семинара по когнитивной лингвистике, 11-14 сент. 2000 г.: в 2 ч. 4.2. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2000. – С. 13-17.
18. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – С. 52-92.
19. Aday S. The Framesetting Effects of News: An Experimental Test of Advocacy Versus Objectivist Frames / S. Aday // J&MC Quarterly, 2006. – Vol. 83. – № 4. – P. 767-784.
20. Ahern L., Bortree D. S. Talking Green. Exploring Contemporary Issues in Environmental Communication / L. Ahern, D. S. Bortree. – New York: Peter Lang, 2012. – 233 p.
21. Beck U. Ecological Politics in an Age of Risk / Ulrich Beck. – Cambridge: Polity Press, 1995. – 228 p.
22. Davis J. J. The Effects of Message Framing on Response to Environmental communications / J. J. Davis // Journalism & Mass Communication Quarterly, 1995. – № 72(2). – P. 285-299.
23. Devall W., Sessions G. Deep Ecology: Living as if Nature Mattered / W. Devall, G. Sessions. – Salt Lake City: Peregrine Smith Books, 1985. – 267 p.
24. Jacobs M. Sustainable Development – From Broad Rhetoric to Local Reality // Proceedings from Agenda 21 in Cheshire, December 1, 1994. – Document 49.
25. Marglin S. A. Towards the Decolonisation of the Mind / Stephen A. Marglin. – Oxford: Clarendon Press, 1990. – P. 1-28.
26. Nisbet M. C., Markowitz E. M., Kotcher J. E. Winning the Conversation: Framing and Moral Messaging in Environmental Campaigns [Електронний ресурс] / Matthew C. Nisbet, Ezra M. Markowitz, John E. Kotcher. – Режим доступу: <http://climateshiftproject.org/winning-the-conversation-framing-and-moral-messaging-in-environmental-campaigns/>. – Назва з екрану.
27. Schultz P. W., Zelezny L. Reframing Environmental Messages to Be Congruent with American Values / Wesley P. Schultz, Lynette Zelezny // Human Ecology Review, 2003. – Vol. 10. – № 2. – P. 126-136.
28. Taylor J. R. Cognitive Models of Polysemy [Електронний ресурс] / John R. Taylor. – Режим доступу: [http://www.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=iiP2Clf0i1UC&oi=fnd&pg=PA31&dq=idealized+cognitive+models&ots=1EVhSDxusw&sig=tC31GPP1fB74kSgliHRsKJQvzbzg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=idealized%20cognitive%20models&f=false](http://www.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=iiP2Clf0i1UC&oi=fnd&pg=PA31&dq=idealized+cognitive+models&ots=1EVhSDxusw&sig=tC31GPP1fB74kSgliHRsKJQvzbzg&redir_esc=y#v=onepage&q=idealized%20cognitive%20models&f=false). – Назва з екрану.
29. Wagner T. P. Reframing Ecotage as Ecoterrorism: News and the Discourse of Fear / Travis P. Wagner // Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture, 2008. – № 2(1). – P. 25-39.

Стаття надійшла до редакції 15.04.14.



**Бабырз Е. В.**, асп.,  
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

### **КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ И КАТЕГОРИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ**

*Статья посвящена исследованию коммуникации на экотематику сквозь призму когнитивной лингвистики. Рассматриваются особенности процессов категоризации, концептуализации, фрейминга и рефрейминга в сфере экологии. Анализируются такие категории как nature, resources, growth, technology, community, human, science и концепты ENVIRONMENT, SUSTAINABILITY как наиболее значимые в современной коммуникации на экотематику.*

**Ключевые слова:** категория; концепт; фрейм; фрейминг; рефрейминг; экология; коммуникация на экотематику.

**Babyre O. V.**, postgraduate student,  
Institute of Philology, Kyiv National Taras Schevchenko University

### **CONCEPTUALIZATION AND CATEGORIZATION IN THE FIELD OF ECOLOGY**

*The article deals with the analysis of environmental communication through the prism of cognitive linguistics. The peculiarities of categorization, conceptualization, framing and reframing processes in ecology are examined. Such categories as nature, resources, growth, technology, community, human, science and concepts ENVIRONMENT, SUSTAINABILITY are seen as the most significant ones in modern environmental communication.*

**Key words:** category; concept; frame; framing; reframing; ecology; environmental communication.

УДК 811.161.2'373.46

**Баніт Д. Ю.**, студ.,  
Інститут філології, КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

### **УКРАЇНСЬКА КАРДІОЛОГІЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ**

*У статті розглянуто основні аспекти функціонування кардіологічних термінів в українській мові, способи їх пристосування до особливостей української мови, кардіологічні терміни розподілено за тематичними групами.*

**Ключові слова:** терміни, кардіологія, українська мова, медична термінологія, тематичні групи.

За останні роки значно зросла зацікавленість науковців проблемою медичної термінології.

Як правило, дослідження медичної термінології українські вчені здійснювали лише в певних аспектах. Одним із них є етимологічний – дослідження функціону-