



DIGITAL CULTURE CONCEPTS IN TRILINGUAL MEDIA SPACE: COGNITIVE DYNAMICS AND LINGUOCULTURAL TRANSFORMATIONS

Nadezhda Vladimirovna Obukhova

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Department of Western Languages and Literature

Mamun University

Khiva, Uzbekistan

[*tabithava@gmail.com*](mailto:tabithava@gmail.com)

[*https://orcid.org/0009-0008-6244-1473*](https://orcid.org/0009-0008-6244-1473)

[*https://doi.org/10.36078/1778826362*](https://doi.org/10.36078/1778826362)

Abstract. The article explores digital culture media concepts in a trilingual media space (English, Russian and Uzbek) from the perspectives of cognitive linguistics and media linguistics. The relevance of the study is determined by the rapid transformation of contemporary media environments and the growing influence of digital communication on cognitive and linguocultural models of social reality interpretation. The research aims to identify the specific features of representation and cognitive dynamics of digital culture media concepts across different linguistic and cultural contexts, as well as to reveal the mechanisms of their discursive and cognitive actualization. The novelty of the study lies in a comprehensive trilingual analysis of media concepts taking into account their cognitive structure, media specificity and cultural conditioning. The theoretical framework is based on the theory of concept, conceptual metaphor and conceptual blending, which makes it possible to interpret a media concept as a multidimensional construct functioning within multiple mental spaces of digital communication. The empirical analysis of English-, Russian- and Uzbek-language media discourse resulted in a binary classification of media concepts into media-amplified concepts and digital-born concepts. Thematic groups of media concepts were identified on the basis of their conceptual cores. The study reveals a clear asymmetry in the representation of digital culture media concepts across the three media spaces and establishes a decreasing scale of their prominence from English to Uzbek media discourse. It is also demonstrated that the transformation of peripheral components of media concepts is directly influenced by cultural context and by the degree of integration of the English language into Russian and Uzbek digital environments.

Keywords: media concept; digital culture; trilingual media space; cognitive dynamics; linguocultural transformation; media discourse.

**КОНЦЕПТЫ ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ТРИЛИНГВАЛЬНОМ
МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: КОГНИТИВНАЯ ДИНАМИКА И
ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ**

Надежда Владимировна Обухова

*Кандидат педагогических наук, доцент
Кафедра западных языков и литературы
Университет Мамуна
Хива, Узбекистан*

Аннотация. В статье рассматриваются медиаконцепты цифровой культуры в трилингвальном медиапространстве (английском, русском и узбекском) с позиций когнитивной лингвистики и медиалингвистики. Актуальность исследования обусловлена интенсивной трансформацией современного медиапространства и возрастанием роли цифровых медиа в формировании когнитивных и лингвокультурных моделей интерпретации социальной реальности. Целью работы является выявление особенностей репрезентации и динамики медиаконцептов цифровой культуры в разных языковых и культурных средах, а также установление механизмов их когнитивной и дискурсивной актуализации. Новизна исследования заключается в комплексном трилингвальном анализе медиаконцептов с учетом их когнитивной структуры, медийной специфики и культурной обусловленности. В качестве теоретической основы используются положения теории концепта, концептуальной метафоры и концептуального смещения, позволяющие рассматривать медиаконцепт как многомерное образование, функционирующее в различных ментальных пространствах цифровой коммуникации. В результате эмпирического анализа англоязычного, русскоязычного и узбекоязычного медиадискурса предложена бинарная классификация медиаконцептов на *media-amplified concepts* и *digital-born concepts*, а также выделены их тематические группы на основании ядра концепта. Установлена асимметрия репрезентации медиаконцептов в трех медиапространствах и выявлена убывающая шкала представленности от англоязычного к узбекскому медиадискурсу. Показано, что трансформация периферийных компонентов медиаконцептов прямо зависит от культурного контекста и степени интеграции английского языка в русскую и узбекскую цифровую среду.

Ключевые слова: медиаконцепт; цифровая культура; трилингвальное медиапространство; когнитивная динамика; лингвокультурная трансформация; медиадискурс.

Введение

Современное цифровое медиапространство представляет собой сложную и динамичную среду, в которой новые инструменты массовой коммуникации — интернет-СМИ, социальные сети, блоги, подкасты, видеохостинги — сосуществуют и во многом доминируют над традиционными средствами массовой информации (телевидением, радио, печатной прессой). Скорость трансформаций, происходящих в цифровой медиасфере под воздействием глобальных технологических, социальных и культурных изменений, измеряется

уже не десятилетиями, а значительно более краткими временными интервалами.

Новейшие исследования в области когнитивной лингвистики, нейролингвистики, медиалингвистики, медийной коммуникации, межкультурной коммуникации и смежных областей подтверждают возникновение и развитие не только особого типа медиасреды как нового формата социокультурной реальности, но и феномена цифрового мышления, функционирующего на основе цифровых навыков, цифровых концептов и специфических категориальных моделей [Салтанович 2024; Седов 2024].

Современная медиасреда — это не просто технологическое преобразование информации в цифровую форму. На сегодняшний день мы вправе говорить о формировании новой когнитивной реальности, внутри которой возникают, функционируют и взаимодействуют новые формы языкового сознания, а также новые концепты, отражающие особенности цифровой культуры. Такие явления, как глокализация, эскапизм, индивидуализация и массовизация, являющиеся проявлениями трансформаций современного социально-информационного пространства, стали результатом становления особого типа среды, в которой решающее влияние на повседневную жизнь, социальные структуры и формы коммуникации оказывает именно информация [Бровчук 2024].

В рамках новой медиапарадигмы становится актуальным рассмотрение процессов концептуализации медиапространства, способов его когнитивного освоения, а также категорий и концептов, формирующихся на стыке цифровой коммуникации, глобальных культурных изменений и медиатехнологий. Эти процессы определяют появление принципиально новых смыслов и пересборку фундаментальных оснований человеческих сообществ [Воробьева 2024].

В связи с этим представляется необходимым определить специфику концептов цифровой культуры и описать механизмы их формирования в трилингвальном медиапространстве.

Будучи одной из наиболее ёмких когнитивных единиц, репрезентирующих фрагмент концептуальной картины мира, концепт обладает сложной структурой, включающей различные группы признаков, актуализируемые разнообразными языковыми средствами. В силу своих сущностных характеристик концепт способен в свернутой, компактной форме транслировать знания, культурный опыт, ценности и смыслы общества. Эта особенность делает концепт

ключевой единицей когнитивного пространства современной медиасреды. Особенно это заметно в отношении концептов цифровой культуры или медиаконцептов, которые отличаются высокой динамичностью, мобильностью, чувствительностью к коммуникативным изменениям и активно реагируют на трансформации цифрового дискурса. Цифровая среда не только усиливает эту динамику, но и задаёт новые механизмы формирования, функционирования и эволюции концептов.

Современное медиапространство как социально-коммуникативное явление формируется за счёт цифровых технологий, существенно расширяющих границы взаимодействия индивидов и сообществ [Воробьева 2024]. В условиях глобальной цифровизации наблюдается интенсивная циркуляция смыслов между различными языками и культурами, что приводит к формированию новых концептов и трансформации существующих. Механизмами такой межкультурной циркуляции выступают цифровые платформы, социальные сети, алгоритмически управляемые потоки информации и форматы массовой культуры. В этой связи анализ цифровых концептов в трилингвальном медиапространстве (английском, узбекском и русском) позволяет выявить особенности концептуальной динамики и лингвокультурных трансформаций в условиях цифровой коммуникации.

Актуальность исследования

Актуальность работы обусловлена стремительным развитием цифровой медиасреды, в которой формируются и трансформируются новые концепты цифровой культуры. Их динамическая природа, чувствительность к социальным изменениям и способность распространяться через трилингвальное медиапространство (английское, узбекское и русское) требуют всестороннего когнитивного анализа. В условиях растущей медиатизации общества именно цифровые концепты становятся ключевыми маркерами изменений в мышлении, коммуникации и лингвокультуре.

Объектом исследования является трилингвальное медиапространство (английское, русское, узбекское), функционирующее в цифровой среде.

Предметом исследования выступают концепты цифровой культуры, выявляемые и репрезентируемые в медиатекстах английского, русского и узбекского дискурсов; их когнитивная динамика и лингвокультурная трансформация.

Целью данного исследования мы ставим выявление, описание и сопоставление концептов цифровой культуры в трилингвальном медиапространстве и определение особенностей их когнитивной эволюции и лингвокультурных изменений.

Задачи исследования: 1) охарактеризовать современную цифровую медиасреду как новую когнитивную реальность и определить её роль в формировании цифровых концептов; 2) проанализировать теоретические подходы к структуре концепта (в том числе в рамках когнитивной лингвистики и медиалингвистики); 3) выявить и описать структурные компоненты медиаконцептов в трилингвальном пространстве (ядро, периферия/культурная периферия, чувственный образ, интерпретационное поле); 4) исследовать когнитивную динамику цифровых концептов (семантические сдвиги, актуализация значений, трансформация образов); 5) установить особенности лингвокультурной трансформации цифровых концептов при переходе между английской, русской и узбекской медиасредой; 6) сопоставить механизмы концептуализации и медийной репрезентации в трех языковых культурах.

Теоретическая основа исследования

Концепты цифровой культуры как современная реальность

В самом традиционном понимании концепты трактуются как ментальные образования, отражающие культурные смыслы и знания о мире, закреплённые в языке, мышлении и коммуникации. Их содержательные и структурные характеристики формировались в рамках различных научных школ — отечественных и зарубежных, — где уточнялись параметры концепта, его когнитивная природа, способы языковой репрезентации, а также соотношение с ключевыми категориями когнитивной лингвистики: языковой картиной мира, концептосферой, сознанием, менталитетом и др. На разных этапах развития концептологии уточнялись границы понятия, вводились новые типологизации и аналитические модели.

Когнитивный подход к анализу концептов цифровой культуры опирается на широкий круг исследований зарубежных авторов. Значимый вклад в развитие теории концептуализации внесли Дж. Лакофф и М. Джонсон, предложившие модель концептуальной метафоры как основного механизма, организующего мышление человека. Согласно их позиции, «подавляющая часть нашего опыта и деятельности по своей природе метафорична» [Lakoff & Johnson 1980: 147], что позволяет рассматривать цифровые концепты как метафорически структурированные: например, цифровое

пространство осмысливается через образ пути, данные — через метафору потока, а соцсеть — как сообщество или дом.

Динамику и многослойность современных концептов обеспечивает механизм концептуального смешения (*conceptual blending*), описанный Ж. Фоконье и М. Тёрнером. Исследователи подчеркивают, что в условиях усложняющейся реальности смысл образуется не в рамках одной когнитивной структуры, а посредством «смешения нескольких входных пространств в новое, интегрированное пространство» [Fauconnier & Turner 2003:3]. В цифровой культуре это проявляется особенно ярко: пользователь одновременно оперирует реальными событиями, медийными репрезентациями и алгоритмически созданными интерпретациями.

О культурной и медийной рамке. Цифровая идентичность и сетевая культура

Эпоха цифровых технологий, радикально трансформировавшая медиaprостранство, закономерно оказала влияние и на систему концептов, составляющих основу языковой картины мира различных сообществ. Цифровые инструменты коммуникации изменили характер циркуляции смыслов, механизмы культурной трансляции и способы концептуализации социальных процессов. В результате концепт — как базовая единица категоризации мира — претерпевает качественные динамические изменения, формируя новые слои значений и новые типы концептов, непосредственно связанные с цифровой средой.

Теоретическое осмысление цифровой культуры опирается на фундаментальные работы исследователей, анализирующих трансформацию идентичности, коммуникации и социальных структур под влиянием технологий. Шерри Тёркл указывает, что цифровая среда формирует «распределённую» идентичность, в которой границы между личным и публичным становятся подвижными и контекстно зависимыми [Turkle 2011: 194]. Это приводит к формированию новых типов концептов — гибридных, сетевых, пластичных, существующих одновременно на когнитивном и медийном уровнях.

М. Кастельс описывает современное общество как «сетевое», где ключевые процессы организованы через информационные потоки и платформенные связи [Castells 2009]. В такой среде концепты цифровой культуры не просто отражают социальные изменения, но и сами становятся инструментом конструирования новой реальности, транслируемой через медиа.

Х. Дженкинс выделяет логику конвергентной культуры, где медийные тексты, практики и интерпретации пользователей находятся в постоянном взаимодействии [Jenkins 2006]. Это взаимодействие усиливает динамику концептов и способствует возникновению новых смысловых конфигураций.

Особый аспект цифровой коммуникации раскрывает З. Папахарисси, рассматривающая цифровую публичность через призму сетевых эмоций и аффективных структур. По её мнению, цифровые пространства формируют «эмоциональные архитектуры», влияющие на то, как формируются коллективные смыслы и социальные концепты [Paracharissi 2015]. Это делает эмоции и аффект частью когнитивных механизмов, лежащих в основе цифровых концептов.

Кросскультурный и трилингвальный аспект исследования

Важным методологическим основанием исследования является кросскультурный и трилингвальный подход, позволяющий выявить специфику репрезентации концептов в узбекском, русском и английском языках. Подход Анны Вежбицкой к культурным сценариям и ключевым словам показывает, что языковые единицы фиксируют уникальные ментальные модели, характерные для конкретной культуры; следовательно, сопоставление трех языков позволяет реконструировать различные интерпретации одного и того же концепта в разных культурных пространствах [Wierzbicka 1992; 1997; 2003]. Работы Н. В. Уфимцевой подчеркивают значимость межкультурной коммуникации как процесса согласования когнитивных и ценностных установок, что особенно важно в условиях цифровой глобализации, где взаимодействуют носители разных лингвокультур [Уфимцева 2011; 2014]. В узбекском языкознании исследования в области когнитивной лингвистики, лингвокультуры и сопоставительной семантики демонстрируют, что речевое поведение и медийные тексты неизбежно отражают культурно обусловленные способы категоризации [Хамдамов 2019; Маматкулов 2020; Турсунов 2012, 2019]. Таким образом, трилингвальный анализ позволяет увидеть, как единые цифровые концепты проходят через фильтр трех различных языковых картин мира и приобретают новые смысловые оттенки в узбекской, русской и англоязычной медиасреде.

Методы и методология исследования

Методологическая основа исследования опирается на современные подходы когнитивной лингвистики, медиалингвистики и межкультурных исследований. В качестве теоретической рамки используется когнитивно-дискурсивный подход, который

рассматривает язык как инструмент концептуализации опыта и как механизм конструирования смыслов в коммуникации. Такой подход позволяет выявить динамику концептов цифровой культуры и проследить их функционирование в различных типах медиадискурса.

Дополнительное основание методологии составляет когнитивно-семиотическая парадигма, трактующая медиапространство как сложную знаковую систему, в которой языковые, визуальные и цифровые формы репрезентации образуют единую когнитивную среду. Учитывая специфику цифровых медиа, исследование также опирается на социально-конструктивистский подход, предполагающий рассматривать медиатексты как инструменты формирования коллективных представлений, моделей поведения и культурных норм. В этой связи цифровая коммуникация трактуется как пространство, в котором создаются, транслируются и трансформируются концепты цифровой культуры.

Важным компонентом методологии является межкультурный подход, позволяющий выявить сходства и различия в репрезентации концептов цифровой культуры в трёх лингвокультурных системах — узбекской, русской и англоязычной. Такой подход обеспечивает выявление национально-специфических семантических, прагматических и концептуальных особенностей цифрового медиадискурса.

В работе используется когнитивно-дискурсивный подход к анализу медиатекстов, в рамках которого реализуется концептуальный анализ медиаконцептов и сопоставительный анализ их репрезентации в англоязычном, русском и узбекском медиадискурсе. Исследование носит качественный характер.

Выбор указанных подходов и методов обусловлен необходимостью комплексного рассмотрения концептов цифровой культуры как динамических когнитивных образований, которые формируются, актуализируются и изменяются в трилингвальном медиапространстве. Заданный методологический комплекс позволяет выявить когнитивные и лингвокультурные механизмы трансформации концептов в условиях цифровой коммуникации и определить особенности их функционирования в современных медиадискурсах.

Результаты исследования

Сплошная выборка цифровых медиаданных (новостных ресурсов, социальных сетей, мультимедийных платформ) обеспечила репрезентативность эмпирической базы исследования и позволила выявить совокупность концептов, регулярно воспроизводимых в

трилингвальном медиадискурсе. Анализ полученного материала показал, что современные цифровые медиакоммуникации формируют специфический тип концептов, возникающих и функционирующих преимущественно в цифровой среде.

В отличие от классического понимания концепта, трансформация которого, как правило, разворачивается в течение длительных исторических периодов и охватывает смену поколений, цифровые концепты формируются стихийно, закрепляются в короткие временные сроки и поддаются синхронному наблюдению в медиадискурсе.

Структура цифрового концепта, как и структура концепта в классическом понимании, образована когнитивными признаками разного ранга, различающимися по степени яркости в сознании носителей и организованными по полювому принципу [Попова & Стернин 2007: 15]. Однако в условиях цифровой медиасреды происходит выраженный сдвиг в сторону доминирования интерпретационного поля, поскольку концепт начинает активно оцениваться, переосмысляться и варьироваться в зависимости от когнитивной картины мира медиа-аудитории.

Одним из ключевых параметров, отличающих цифровой медиаконцепт от концепта в традиционном понимании, является высокая степень его репрезентативности и тиражируемости. Цифровой концепт представлен многократно и параллельно — в различных жанрах, форматах и типах медиатекста. В результате периферия цифрового концепта разрастается быстрее его ядра и аккумулирует значительную культурную, социальную и индивидуально-оценочную нагрузку.

В настоящем исследовании *медиаконцепт* понимается как когнитивно обусловленная смысловая единица, функционирующая в цифровом медиaprостранстве и обладающая ускоренной когнитивной динамикой, высокой степенью репрезентативности и интерпретационной вариативности. В отличие от концепта в традиционном понимании, медиаконцепт характеризуется доминированием интерпретационного поля и интенсивным разрастанием периферии, что обусловлено его многократной и параллельной репрезентацией в различных медиажанрах и форматах.

Классификация медиаконцептов по способу появления.

На основании генезиса и особенностей когнитивной репрезентации выделяются две основные группы медиаконцептов:

Media-amplified concepts – концепты, существовавшие ранее в культурной или профессиональной среде, но получившие массовое распространение, усиление и переосмысление благодаря цифровым медиа (например: *resilience, agility, intermittent fasting*).

Digital-born concepts – концепты, возникшие непосредственно в цифровой среде и не имеющие полноценной предцифровой истории (например: *cancel culture, six-episode binge, digital detox, biohacking*).

Указанная бинарная классификация отражает природу появления концептов, однако для более глубокого описания их когнитивных характеристик требуется лексико-семантическое группирование. Здесь необходимо отметить, что в рамках раздела «Результаты исследования» анализ концептов ограничивается рассмотрением их ядерных и периферийных зон как наиболее репрезентативных для выявления механизмов появления и функционирования медиаконцептов в цифровом медиaprостранстве. Анализ чувственного образа и интерпретационного поля концепта, обладающих более высокой степенью вариативности и культурной обусловленности, будет представлен в разделе «Обсуждение результатов», где основное внимание уделяется сопоставлению их реализации в англоязычном, русском и узбекском медиадискурсах.

Итак, систематизация материала позволила выделить четыре группы концептов, различающиеся по тематике, структуре смысла и когнитивной функции.

1. Психология и Развитие. Большая часть единиц этой группы связана с психологическими практиками, мотивационными техниками и стратегиями личностного развития. Эти концепты являются типичными продуктами западной культуры и активно распространяются через социальные сети и цифровые платформы. Они формируются в англоязычном *digital self-help discourse* и при переносе в русскую и узбекскую лингвокультуры вступают в взаимодействие с иными культурными сценариями, что приводит к семантическим сдвигам и трансформациям.

Для иллюстрации структурных особенностей данной группы рассмотрим концепт *resilience*, который занимает центральное место в цифровом дискурсе саморазвития и демонстрирует характерные признаки как *media-amplified concept*, так и культурно обусловленной трансформации.

1.1 Ядро концепта. Это то, что является необходимым и достаточным для распознавания концепта. Ядро концепта *resilience* в англоязычном медиадискурсе формируется вокруг идеи индивидуальной

психологической устойчивости, понимаемой как развиваемый процесс личностного роста. Так, в статье “*The hobby that can rewire your brain and help you build resilience*” подчёркивается, что *resilience* рассматривается как личное качество, которое может быть усилено посредством целенаправленных усилий. В качестве нормативной дефиниции приводится трактовка Американской психологической ассоциации, согласно которой устойчивость представляет собой «*непрерывный процесс личностного роста через жизненные трудности*» [Johnston 2026].

1.2. Периферия концепта. Периферия включает ассоциации, связанные с личной эффективностью, стресс-менеджментом, эмоциональной регуляцией, а также практиками осознанности, которые формируют расширенное интерпретационное поле. Социальная периферия концепта *resilience* активно реализуется в контексте трудовой и корпоративной культуры. Содержание статьи “*Gen Z recruits given resilience training to cope with working*” демонстрирует, что устойчивость представляется как социально значимый навык, формируемый в институциональной среде и направленный на адаптацию молодых специалистов к требованиям современной профессиональной реальности: “*Quite often we are struck that the graduates that join us – who are meeting all the cognitive tests we’ve set – they don’t always have the resilience, they don’t always have the human skills that we want to deploy onto the client work we pass them towards,*” [Murphy 2025]. В данном контексте *resilience* утрачивает индивидуальный характер и приобретает статус нормативной социальной компетенции.

В русскоязычном медиапространстве концепт *resilience* представлен преимущественно через заимствованный термин «*резилиентность*», активно функционирующий в профессиональных дискурсах — прежде всего в психологии, экономике и бизнес-коммуникации. Несмотря на наличие дефиниций и широкую представленность в специализированных источниках, данный термин на настоящий момент отсутствует в Национальном корпусе русского языка, что свидетельствует о его незавершённой лексикализации в общезыковом употреблении.

В узбекском медиадискурсе ближайшей по семантическому ядру единицей, соотносимой с понятием психологической устойчивости, выступает концепт *sabr / sabr-toqat*: “*Davlat rahbari marhumning farzandlari va yaqinlariga hamdardlik bildirib, sabr-toqat tiladi. Ular prezident tashrifi va dalda so‘zlari uchun minnatdorlik bildirdi*” [Gazeta.uz 2025]. Однако анализ медиаматериалов показывает, что данный

концепт функционирует преимущественно в рамках этико-нормативного и ритуального дискурса. Так, в публикациях, посвящённых общественно значимым событиям, *sabr-toqat* используется как формула моральной поддержки и социально одобряемой реакции в ситуациях утраты, а также как характеристика поведения, соответствующего нормам гостеприимства и выдержки: «*Asrga teng umr davomida Gulandon tomo minglab o'g'il-qizlarga nafaqat bilim, balki insoniylik, sabr-toqat va vatanparvarlik tuyg'ularini singirdi*» [Esonov 2026].

Таким образом, концепты данной группы отражают ценность личностной автономии и эмоциональной устойчивости, характерную для западной цифровой культуры. В трилингвальном медиaprостранстве они демонстрируют различную степень адаптации: от прямого заимствования до трансформации в соответствии с локальными нормами поведения и культурными сценариями.

2. Медиа и Культура. Ко второй группе медиаконцептов относятся единицы, отражающие трансформацию культурных практик под влиянием цифровых платформ, и относятся преимущественно к категории *digital-born concepts*. Одним из наиболее показательных примеров является концепт *binge-watch (six-episode binge)*, репрезентирующий новую модель потребления аудиовизуального контента в условиях стриминговой культуры.

2.1 Ядро концепта. Центральным смысловым компонентом концепта *binge-watch* в англоязычном медиадискурсе выступает идея интенсивного, непрерывного просмотра нескольких эпизодов сериала в рамках одной сессии. Так, в публикациях, посвящённых трансформации телевизионной индустрии, *binge-watch* определяется как «просмотр нескольких эпизодов подряд», ставший прямым следствием перехода от линейного телевидения к *on-demand* формату. Данный тип медиапотребления представлен как массовая и нормативная практика, особенно характерная для молодой аудитории цифровых платформ.

2.2 Периферия концепта. В социальной и культурной периферии концепта *binge-watch* наблюдается его институционализация и коммерциализация. Так, в медиаматериалах, посвящённых стратегиям стриминговых платформ, *binge-watch* представляется как целенаправленно стимулируемая модель потребления контента. В статье “*Why Apple TV+ is offering a free weekend of binge-watching*” интенсивный просмотр нескольких эпизодов подряд включается в маркетинговую логику сервиса и рассматривается как механизм

вовлечения аудитории и последующего удержания подписчиков [Kennedy 2025].

В русскоязычном медиапространстве концепт *binge-watch* представлен преимущественно в форме транслитерированного заимствования «*бинджвотчинг*», используемого в медиа- и интернет-дискурсе. При этом данная единица отсутствует в Национальном корпусе русского языка, что так же свидетельствует о её неполной лексикализации. В качестве описательного аналога в русском языке функционируют конструкции типа «*смотреть запоем*», однако они не воспроизводят в полной мере медиа- и технологически обусловленную специфику концепта.

В узбекском медиадискурсе практика интенсивного просмотра сериалов представлена преимущественно через описательные конструкции, такие как *seriallarni ketma-ket* или *uzluksiz tomosha qilish*, без формирования устойчивого термина, сопоставимого с англоязычным *binge-watch*. При этом анализ медиаматериалов показывает попытку концептуальной легитимации данной практики через научный дискурс. Так, в публикации “*Seriallarni ketma-ket tomosha qilish miya uchun foydali bo‘lishi mumkin — tadqiqot*” интенсивный просмотр сериалов интерпретируется не как бесполезная трата времени, а как когнитивно значимая деятельность, оказывающая влияние на психическое состояние и процессы ретроспективного осмысления [Soliyeva 2025].

Таким образом, анализ концептов группы «Медиа и Культура» демонстрирует, что медиаконцепты, связанные с практиками потребления цифрового контента, формируются и закрепляются прежде всего в англоязычном медиапространстве как терминологически оформленные и институционализированные единицы (*binge-watch*, *six-episode binge*). В русскоязычном и узбекском дискурсах данные практики концептуализируются преимущественно описательно, без устойчивой лексикализации, при этом их интерпретация осуществляется через различные культурные сценарии — от метафор «*запойного*» потребления до рационализации через научный и экспертный дискурс. Это позволяет говорить о различной степени концептуальной закреплённости медиапрактик в национальных картинах мира при сохранении общего когнитивного основания.

3. Философия Тела и Здоровье. Особый интерес в рамках исследования представляют концепты, связанные с телесностью и здоровьем, поскольку именно в цифровой культуре тело всё чаще осмысливается как объект управления, оптимизации и

самоконструирования. В медиапространстве формируется новая философия тела, в которой здоровье интерпретируется не только как биологическое состояние, но и как результат осознанных практик, дисциплины и индивидуальной ответственности.

Концепты группы «Тело и Здоровье» отражают трансформацию представлений о теле и здоровье в условиях цифровой культуры. В англоязычном медиадискурсе тело всё чаще предстает как проект, подлежащий постоянному улучшению, контролю и оптимизации, что находит выражение в таких концептах, как *biohacking* и *intermittent fasting*. Эти концепты активно циркулируют в медиапространстве, объединяя научный, квазинаучный и лайфстайл-дискурсы, и формируют новые когнитивные модели отношения человека к собственному телу. Относятся преимущественно к категории *Digital-born concepts*.

3.1 Ядро концепта. Смысловое ядро концепта *biohacking* в англоязычном медиадискурсе связано с пониманием технологически опосредованного вмешательства в физиологические процессы с целью повышения эффективности организма и продления жизни: «*Biohacking is a type of self-improvement in which people attempt to change aspects of their biology to improve their health*» [Brecka 2025]. В медиапубликациях *biohacking* представлен как институционализированная практика, связанная с использованием инновационных устройств и медицинских технологий, функционирующая в рамках так называемой «индустрией долголетия». При этом акцент делается на научно-техническом характере процедур, их элитарности и ориентации на управление телом как биологической системой: «*This is Hum2n in Chelsea, one of London's first biohacking centres, which offers cutting-edge treatments in the booming longevity business*» [Kirwan-Taylor 2025].

В русскоязычном дискурсе концепт *biohacking* репрезентирован преимущественно как заимствованный и слабо институционализированный. Его употребление фиксируется в публицистических и научно-популярных текстах, где он нередко сопровождается оценочной риторикой и воспринимается скептически. Так, в корпусных материалах *биохакинг* определяется как относительно новое и модное явление, распространённое среди «молодых и прогрессивных» людей, при этом акцент делается на потенциальных рисках и противопоставлении данной практики официальной медицине: «*Не стоит портить эту работу ошибками неграмотного врача, который может назначить вам «фуфломицин» или БАД. Остерегайтесь увлечения биохакингом*» [Кашубина 2019].

В узбекском медиадискурсе концепт *biohacking* существует в форме прямого заимствования с последующим дефиниционным пояснением. Так, в публикации, посвящённой объявлению Оксфордским словарём «слова года», *biohacking* включается в число наиболее актуальных глобальных медиаконцептов и определяется как совокупность технологий и методов, направленных на повышение продолжительности и качества жизни, а также улучшение физических и когнитивных способностей человека. Данный пример свидетельствует о формировании начального этапа концептуализации *biohacking* в узбекском медиапространстве под влиянием англоязычного цифрового дискурса.

Таким образом, концепт *biohacking* демонстрирует различную степень концептуальной и культурной адаптации в исследуемых медиапространствах: от институционализированного и коммерциализированного феномена в англоязычном дискурсе до оценочно окрашенного заимствования в русском и дефиниционно вводимого медиаконцепта в узбекском.

4. Социальные и Экономические Процессы. Концепты группы отражают трансформацию социально-экономического мышления в условиях цифровой культуры и медиареальности. В англоязычном медиапространстве данные концепты формируются в контексте бизнес-дискурса, цифровой экономики и управления изменениями, при этом медиа играют ключевую роль в их популяризации и переосмыслении. В русском и узбекском дискурсах данные концепты заимствуются неравномерно и адаптируются в соответствии с национальными социально-экономическими моделями и культурными ожиданиями.

4.1 Ядро концепта. Ядерное значение концепта *austerity* в англоязычном медиадискурсе формируется в контексте политико-экономических дебатов и связано с государственной стратегией жёсткой экономии, предполагающей сокращение бюджетных расходов и повышение налоговой нагрузки. В медиатекстах *austerity* закрепляется как ключевой номинатив, определяющий целую эпоху социально-экономического управления, что подчёркивается его устойчивой связью с конкретными политическими акторами и институциональными решениями.

4.2 Периферия концепта. В периферийной зоне концепта *austerity* актуализируется его социально-оценочный компонент, в рамках которого экономическая политика интерпретируется через призму повседневных практик и уровня жизни рядовых граждан.

Медиадискурс репрезентирует *austerity* как форму скрытого обеднения, маскируемого под иные экономические меры.

В узбекском медиадискурсе концепт, близкий к *austerity*, представлен через слово *tejamkorlik* — экономность, бережливость. Он репрезентируется как положительная ценностная практика, направленная на рациональное использование ресурсов, без негативной оценки социальной ситуации. Это демонстрирует, что концепт существует функционально, но не лексикализован как заимствованная экономическая категория, и воспринимается через призму национальной культурной картины.

В русском медиадискурсе концепт, близкий к *austerity*, существует в виде понятия «жесткая экономия», который акцентирует рациональное использование бюджета и эффективность государственных расходов. Концепт функционирует как практическая рекомендация в экономическом планировании, без прямого заимствования английского термина и без негативной социальной драматизации.

Группа концептов «Социальные и Экономические Процессы» демонстрирует динамику трансформации концепта в разных культурных и языковых контекстах следующим образом: в англоязычном дискурсе концепты активно лексикализованы, включают социальную и оценочную окраску; русский медиадискурс представлен описательными аналогами, частично заимствованными, с сохранением функциональной репрезентации; в узбекском дискурсе концепты формируются через культурно-ценностные описательные единицы, частично посредством прямой заимствованной лексики.

Обсуждение результатов

Результаты исследования позволяют зафиксировать базовую структуру медиаконцептов и ключевые различия в их ядре и периферии. Далее мы переходим к обсуждению, где рассматриваем, как изменяются чувственные образы и интерпретационные поля концептов в зависимости от культурного и медиального контекста, и какие механизмы лежат в основе этих трансформаций.

Вслед за представлением об образном компоненте концепта и универсальном предметном коде мышления И. А. Стернина, чувственный образ (ЧО) рассматривается нами как образный компонент медиаконцепта, обеспечивающий его репрезентацию в универсальном предметном коде мышления и формирующийся на основе совокупности перцептивных, когнитивных и культурно обусловленных механизмов. Чувственный образ проецирует ядерные

смысловые признаки концепта на сферу материально и телесно переживаемого опыта, обеспечивая их наглядную и метафорически опосредованную актуализацию в медиадискурсе.

Интерпретационное поле (ИП) медиаконцепта представляет собой совокупность смысловых реакций на его чувственный образ, формирующихся в медиадискурсе, повседневной коммуникации и в более широком культурном контексте. Оно включает когнитивные признаки, отражающие ассоциации, коннотации, оценочные фреймы, эмоциональные отклики и нарративные функции концепта в соответствии с когнитивной картиной мира медиааудитории, нередко обуславливая асимметрию в представленности концептов в разных культурах.

Результаты анализа и интерпретации ЧО и ИП рассмотренных групп медиаконцептов позволили нами прийти к выводу о существующей качественной асимметрии, где различия проявляются не в отражаемой реальности, а в способах её медиакогнитивной концептуализации.

В англоязычном медиадискурсе концепт *resilience* реализуется как устойчивый медиаконцепт с разветвлённым интерпретационным полем и широким спектром дискурсивных доменов (спорт, политика, экономика, биографические и репутационные нарративы, коллективные сценарии восстановления). Чувственный образ концепта опирается на телесно ориентированные метафоры возвратности, подъёма и преодоления, формируя культурно значимую модель интерпретации кризиса как преодолемого состояния.

В русском медиадискурсе наблюдается фрагментарная репрезентация данного концепта: реализация значений восстановления и возвратности преимущественно локализуется в отдельных тематических доменах (прежде всего спорт и здоровье), при отсутствии устойчивого медиасценария восстановления субъекта. Интерпретационное поле характеризуется ситуативностью, слабой нарративной структурированностью и ограниченной ценностной нагруженностью.

В узбекском медиадискурсе концепт *resilience* не формируется как самостоятельный медиаконцепт. Семантика возврата и восстановления концептуализируется преимущественно в техническом и институциональном измерении и репрезентируется через процессуальные и описательные конструкции, без развернутой нарративной модели субъекта и без выраженной телесно-образной составляющей чувственного образа.

Аналогичная асимметрия наблюдается и в остальных тематических группах (Медиа и Культура; Философия Тела и Здоровья; Социальные и Экономические Процессы). Все три тематические группы, представленные в англоязычном медиадискурсе, демонстрируют устойчивую тенденцию к развернутой реализации ключевых структурных компонентов медиаконцептов (*binge-watch*, *biohacking*, *austerity*), включая чувственный образ и интерпретационное поле. Их репрезентация характеризуется высокой метафорической насыщенностью, обусловленной активным привлечением телесных и перцептивных метафор, а также вовлечённостью эмоционально-оценочных маркеров. Для англоязычного медиадискурса в целом характерны развернутые интерпретационные сценарии, сопровождаемые стилистическими и прагматическими средствами актуализации смыслов (оценочной лексикой, нарративными стратегиями и фреймированием социальной проблематики). В русском и узбекском медиапространстве медиаконцепты и их структурные компоненты в большей степени тяготеют к событийно-процессуальной репрезентации, характеризуясь фрагментированной ситуативной интерпретацией и частично сформированными когнитивными и медиадискурсивными моделями.

Заключение

Выполнение первой задачи исследования позволило охарактеризовать цифровую медиасреду как новую когнитивную реальность, обладающую собственными структурными и операциональными характеристиками. Высокая скорость генерации медиаконтента и развитие цифровых технологий формируют особую коммуникативную среду, задающую специфические условия восприятия и интерпретации социальной реальности. Ключевой категорией, организующей данное медиапространство, выступает медиаконцепт, рассматриваемый как когнитивно обусловленная смысловая единица, функционирующая в цифровом дискурсе и способная направлять, модифицировать и структурировать интерпретацию социальных процессов у медиааудитории. При этом вовлечённость базовых когнитивных механизмов человека в процессы производства и восприятия медиаконтента определяет способы кодирования и декодирования информации, а также формирование ценностных, оценочных и интерпретационных моделей современной медиареальности.

Выполнение второй задачи исследования позволило обобщить современные теоретические подходы к описанию структуры концепта в когнитивной лингвистике и медиалингвистике и показать их

применимость к анализу медиаконцептов цифровой среды. Медиаконцепт был рассмотрен как многомерное когнитивно-дискурсивное образование, сочетающее концептуальные и медийные характеристики и реализующееся в конкретном медиаконтексте. Анализ теоретических моделей показал, что образные компоненты медиаконцепта могут быть описаны через механизмы концептуальной метафоры, организующей процессы осмысления социальной реальности, а динамика смыслообразования в медиадискурсе — через механизмы концептуального смещения и взаимодействия ментальных пространств.

Эмпирический этап исследования медиаконцептов позволил выявить ряд устойчивых закономерностей в их функционировании в трилингвальном медиапространстве, а также получить обобщающие результаты структурного и типологического характера. В частности, с учётом генезиса и особенностей когнитивной репрезентации была разработана бинарная классификация медиаконцептов, отражающая особенности их формирования и медийной репрезентации. При этом установлено, что в русском и узбекском медиадискурсе доля и активность функционирования *digital-born concepts* значительно выше по сравнению с медиаконцептами группы *media-amplified concepts*.

Анализ ядерных компонентов медиаконцептов показал возможность их группирования по тематическому принципу, что позволило выделить несколько тематических кластеров в структуре исследуемого материала. При этом степень репрезентации ядер медиаконцептов в трилингвальном медиапространстве носит градуальный характер и выстраивается по убывающей шкале — от максимальной представленности в англоязычном медиадискурсе к минимальной в узбекском медиапространстве.

Периферийные компоненты медиаконцептов — чувственный образ и интерпретационное поле — демонстрируют высокую зависимость от культурного и медиадискурсивного контекста. Выявленные семантические сдвиги, актуализация отдельных значений и трансформация образных компонентов оказываются обусловленными спецификой национальных медиапространств, а также различной степенью проникновения англоязычного медиадискурса в русскоязычную и узбекскоязычную цифровую среду.

Перспективы дальнейших исследований видятся в расширении корпуса медиатекстов и включении в анализ новых языков и медиаплатформ, а также в более детальном изучении динамики трансформации медиаконцептов в условиях быстро меняющейся цифровой среды. Отдельного внимания заслуживает анализ влияния

алгоритмически управляемых медиасред (социальных сетей и рекомендательных систем) на формирование чувственного образа и интерпретационного поля медиаконцептов в разных культурах.

Использованная литература

Бровчук Н. М. Массовизация и индивидуализация как виды трансформаций современного социально-информационного пространства // Современное медиапространство: тенденции развития и практики изучения: сб. науч. ст. / Ин-т социологии НАН Беларуси; редкол.: Н. Л. Мысливец (гл. ред.) [и др.]. — Минск: Колорград, 2024. — С. 27-31.

Воробьева С. В. Концептуализация медиапространства: онтологические и эпистемологические аспекты // Современное медиапространство: тенденции развития и практики изучения: сб. науч. ст. / Ин-т социологии НАН Беларуси; редкол.: Н. Л. Мысливец (гл. ред.) [и др.]. — Минск: Колорград, 2024. — С. 41-46.

Маматқулов Р. Kognitiv tilshunoslik asoslari. — Тошкент, 2020.

Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. — М.: АСТ: Восток–Запад, 2007. — 226 с.

Салтанович И. П. Концепции культуры цифрового общества в современной социологии // Цифровая социология / Digital Sociology. — 2024. — Т. 7, № 1. — С. 26–31. — DOI: 10.26425/2658-347X-2024-7-1-26-31. дата обращения

Седо В. В. Цифровое мышление и лидерство как ключевые факторы в современном мире // Этносоциум и межнациональная культура. — 2024. — № 6 (192). — С. 36–46.

Турсунов У. Til va milliy madaniyat. — Тошкент: Universitet, 2012. — 35 с.

Турсунов У. Linguocultural features of Uzbek worldview // Foreign Languages in Uzbekistan. — 2019. — № 2 (25). — С. 24–32.

Уфимцева Н. В. Языковая картина мира и её отражение в значении слова. — М.: Институт языкознания РАН, 2011. — 244с.

Уфимцева Н. В. Языковая картина мира: проблемы формирования и исследования // Вопросы психолингвистики. — 2014. — № 1 (19). — С. 12–19.

Хамдамов Ҳ. Тил ва маданият: лингвомаданий таҳлил асослари. — Тошкент: Тошкент давлат ўзбек тили ва адабиёти университети нашриёти, 2019. — 144 б.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

Fauconnier, G., & Turner M. Conceptual blending, form and meaning // *Recherches en Communication*. — 2003. — Vol. 19, No. 19. — pp. 57–86. DOI: 10.14428/rec.v19i19.48413.

Jackendoff, R. Foundations of language: brain, meaning, grammar, evolution // *Behavioral and Brain Sciences*. — 2003. — Vol. 26, No. 6. — pp. 651–707.

Jenkins, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. — New York: New York University Press, 2006. — 308 p.

Lakoff, G., & Johnson, M. *Metaphors We Live By*. — Chicago: University of Chicago Press, 1980. — 242 p.

Lakoff, G., & Johnson, M. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. — New York: Basic Books, 1999. — 624 p.

Papacharissi, Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. — Oxford: Oxford University Press, 2015. — 192 p.

Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

Wierzbicka, A. *Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. — Oxford: Oxford University Press, 1992. — 496 p.

Wierzbicka, A. *Understanding Cultures through Their Key Words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. — Oxford: Oxford University Press, 1997. — 448 p.

Wierzbicka, A. *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*. — 2nd ed. — Berlin; New York: De Gruyter Mouton, 2003. — 502 p.

Источники/Sources

The Independent. (2026) *The hobby that can rewire your brain and help you build resilience*, retrieved from: <https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/writing-mental-health-resilience-b2871463.html> (accessed 25.01.2026).

The Telegraph. (2025). *Gen Z recruits given resilience training to cope with working*, retrieved from:

<https://www.telegraph.co.uk/news/2025/12/13/gen-z-recruits-given-resilience-training-by-pwc/> (accessed 26.01.2026).

Gazeta.uz. (2025). *Davlat rahbari marhumning farzandlari va yaqinlariga hamdardlik bildirib, sabr-toqat tiladi. Ular prezident tashrifi va dalda so'zlari uchun minnatdorlik bildirdi*, retrieved from: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/10/06/taziya> (accessed 16.12.2025).

Xalq so'zi. (2026). *Yuz yillik umr — ma'rifat timsoli*, retrieved from: <https://xs.uz/uz/post/yuz-jillik-umr-marifat-timsoli> (accessed 01.02.2026).

The Independent. (2025). *Why Apple TV+ is offering a free weekend of binge-watching*, retrieved from: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/apple-tv-free-weekend-signup-b2673651.html> (accessed 20.12.2025).

Daryo. (2025). *Seriallarni ketma-ket tomosha qilish miya uchun foydali bo'lishi mumkin — tadqiqot*, retrieved from: <https://daryo.uz/2025/09/10/seriallarni-ketma-ket-tomosha-qilish-miya-uchun-foydali-bolishi-mumkin-tadqiqot/> (accessed 24.12.2025).

The Telegraph. (2025). *Pig brains and oxygen chambers: How the super-rich are biohacking their way to immortality*, retrieved from: <https://www.telegraph.co.uk/health-fitness/conditions/ageing/super-rich-biohackers/> (accessed 01.02.2026).

The Telegraph. (2025). *I'm 55 with the biological age of a 20-year-old. These are my cheapest and easiest health tips*, retrieved from: <https://www.telegraph.co.uk/health-fitness/wellbeing/sleep/biohacker-gary-brecka-cheap-easy-health-tips/> (accessed 01.02.2026).

Кашубина О. Как болел бы врач: маленькие хитрости большого здравоохранения. ООО «Издательство «Эксмо», 2019.

References

Brovchuk, N. M. (2024). *Sovremennoe mediaprostranstvo: tendencii razvitiya i praktiki izucheniya* (Modern media space: development trends and study practices). Proceedings of the Scientific Conference, June 2024, Minsk, pp. 27–31. Kolorgrad.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press. (In Eng.)

Fauconnier, G., & Turner, M. (2003). *Recherches en Communication*, No 19(19), pp. 57–86. doi.org 10.14428/rec.v19i19.48413 (

Hamdamov, H. (2019). *Til va madaniyat: lingvomadaniy tahlil asoslari* (Language and culture: basics of linguoculturological analysis). Toshkent: TD'TAU.

Jackendoff, R. (2003). *Behavioral and Brain Sciences*, No 26(6), pp. 651–707.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. New York: Basic Books.

Mamatkulov, R. (2020). *Kognitiv tilshunoslik asoslari* (Foundations of cognitive linguistics). Tashkent: NUUZ.

Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.

Popova, Z. D., & Sternin, I. A. (2007). *Kognitivnaya lingvistika* (Cognitive linguistics). Moscow: AST, Vostok–Zapad. .

Saltanovich, I. P. (2024). *Digital Sociology*, Vol. 7, No 1, pp. 26–31.

Sedov, V. V. (2024). *Ethnosocium and Interethnic Culture*, No 6 (192), pp. 36–46.

Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

Tursunov, U. (2012). *Til va milliy madaniyat* (Language and national culture). Tashkent: Universitet.

Tursunov, U. (2019). *Foreign Languages in Uzbekistan*, No. 2 (25), pp. 24–32.

Ufimtseva, N. V. (2011). *Yazykovaya kartina mira i ee otrazhenie v znachenii slova* (Linguistic worldview and its reflection in word meaning). Moscow: Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences.

Ufimtseva, N. V. (2014). *Issues of Psycholinguistics*, No. 1 (19), pp. 12–19.

Vorob'yova, S. V. (2024). *Sovremennoe mediaprostranstvo: tendencii razvitiya i praktiki izucheniya* (Modern media space: development trends and study practices). Proceedings of the Scientific Conference, June 2024, Minsk, pp. 41–46. Kolorgrad.

Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations*. Oxford: Oxford University Press.

Wierzbicka, A. (1997). *Understanding Cultures through Their Key Words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. Oxford: Oxford University Press.

Wierzbicka, A. (2003). *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*. Berlin; New York: De Gruyter Mouton.