

Ірина ПЯНКОВСЬКА, канд. філол. наук, доц.
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-0818-644

ЕКОЛІНГВІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ НІМЕЦЬКОМОВНОГО МЕДІАПРОСТОРУ

У статті висвітлено поняття медіалінгвістики та медіаекології як провідних напрямів сучасного медіазнавства, їхню термінологію та проблематику. Проаналізовано науковий доробок деяких українських та німецьких лінгвістів та медіаекспертів у сфері вивчення німецького медіапростору з метою пошуку шляхів позитивного впливу мас-медіа на життєдіяльність суспільства. Також здійснено лінгвістичний аналіз висвітлення проблеми щеплення від коронавірусу в німецькому медіаджерелі «ZEIT ONLINE» з метою встановлення його впливу на життєдіяльність німецького суспільства.

Ключові слова: медіалінгвістика, медіаекологія, німецький медіапростір, лінгвістичний аналіз, ізоляційний вплив мас-медіа.

У сучасному світі мас-медіа є одним із найвагоміших засобів впливу на формування громадської думки, свідомості мовців, їхніх духовних цінностей та світогляду. Унаслідок процесів технологізації та глобалізації, окрім традиційних функцій мас-медіа (інформативної, просвітницької, критики, контролю тощо), з'являються нові. Зокрема засоби мас-медіа уможливають поширення будь-якої інформації та відкривають доступ до неї, сприяють соціальній взаємодії. Проте поряд із численними перевагами сучасних можливостей мас-медіа, постає низка проблем, які вимагають уваги та пошуку шляхів вирішення. Проникаючи в усі сфери людської життєдіяльності, надаючи громадянам доступ до будь-якої інформації та необмежену можливість висловлювати власні погляди, мас-медіа можуть як об'єднувати суспільство, тобто сприяти його консолідації, так і виконувати функцію дезінтеграції, використовуючи в обох випадках різноманітні інформаційні технології пропаганди та маніпулювання.

Нові тенденції розвитку суспільства і його життєдіяльності відображаються в появі нових наукових напрямів, зокрема і в лінгвістиці, одним із яких є еколінгвістика. Поняття і термінологічний апарат еколінгвістики, її паралелі з екологією довкілля та теоретичне підґрунтя визначив американський мовознавець Е. Хауген [7], принципи та методологію екологічної лінгвістики висвітлено у працях німецьких дослідників П. Фінке, А. Штіббе, В. Трампе [5; 17; 18]. Е. Філл розмежовує поняття екології мови (ecology of language(s)), екологічної лінгвістики (ecological linguistics) та лінгвістичної екології (linguistic ecology) [4]. Російська науковиця А. Бернацька виокремлює три аспекти екології мови: інтралінгвальний (спрямований на дослідження культури мовлення, стилю, риторики тощо), інтерлінгвальний (пов'язаний із багатомовністю та проблемою зникнення деяких мов), транслінгвальний (передбачає використання засобів однієї мови в контексті іншої мови в художній літературі, фольклорі, журналістиці) [1]. Продовжено розгляд питань еколінгвістики в працях О. Іванової, О. Селіванової, С. Чена, Ф. Чоллаоні та багатьох інших лінгвістів.

Медіаекологія, започаткована як окрема галузь медіазнавства, на базі університетів м. Торонто і м. Нью-Йорк, належить до провідних напрямів науки, які швидко розвиваються, оскільки досліджують нагальні проблеми комунікації сучасного суспільства. Засновники медіаекології Н. Постмен, Г. Інніс, Н. Вінер, М. Маклюен, В. Онг [9; 11; 12; 13] заклали фундамент для великої кількості міждисциплінарних досліджень, які стосуються різноманітних сфер людської життєдіяльності.

Н. Постмен пропонує таке визначення медіаекології: «... медіаекологія вивчає питання про те, як засоби комунікації впливають на сприйняття, розуміння, почуття та цінності людини; і як наша взаємодія зі ЗМІ полегшує або перешкоджає нашим шансам на виживання» [13, с. 10]. Б. Бюлер, аналізуючи праці Н. Постмена, наголошує, що він не пропонує повернутися до старих ЗМІ, а закликає до офензивного та суверенного поведіння з електронними медіа. Зокрема Н. Постмен розробив 1980 року навчальний план для шкіл, в якому медіаекологія перебуває в центрі учнівських досліджень. На думку вченого, школа не може обмежуватися наявною інформацією і конкурувати з комп'ютером, натомість повинна залучати в навчальні плани можливості нових медіа [3, с. 161].

Медіаекологія як міждисциплінарна галузь медіазнавства вивчає вплив медійних технологій на психіку, культуру й суспільний устрій і вбачає своїми завданнями виявлення, вивчення, аналіз проблем медіа-комунікації та пошук шляхів оптимізації взаємодії суспільства і мас-медіа. Визначальною для формування засад медіа-екології є думка Н. Постмена, що, незважаючи на появу нових засобів комунікації, мова залишається основним інструментом спілкування і має бути пріоритетним аспектом уваги з боку лінгвістичних досліджень [13, с. 15].

Вивченням проблем медіаекології займається також низка українських лінгвістів. Зокрема в Україні функціонує Інститут Екології масової інформації, заснований 1999 року на базі Львівського національного університету імені Івана Франка, який здійснює дослідження за медіафілософським, медіакритичним та медіаосвітнім напрямками під керівництвом Б. Потятиника. Питання медіа- та інформаційної грамотності як складника сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів досліджено в дисертації М. Осюхіної (2018). О. Материнська вивчає антропоморфний профіль війни у вимірі медіаекології з позицій соціо- та психолінгвістики (2021). Праці І. Корольова з цієї тематики спрямовані на аналіз природних та соціальних домінант еколінгвістики (2021). Українські дослідники Л. Шевченко, Д. Дергач та Д. Сизонов уклали лексикографічну працю «Медіалінгвістика: Словник термінів і понять» 2013 року, а 2021 року Л. Шевченко і Д. Сизонов опублікували підручник «Теорія медіалінгвістики».

Дослідження питань медіаекології займає вагоме місце також у німецькомовних наукових колах. Зокрема медіасоціологи К. Люшер та М. Вешпаун розуміють медіаекологію як аналітичну реконструкцію впливу мас-медіа і суспільно-політичні завдання, які виникають у результаті впливу через власні висловлювання, передачу або сприйняття висловлювань інших людей [10, с. 187–204]. Дослідники визначають чотири основні засади – досвід, комунікацію, медіа та довкілля – у їхніх конструктивних взаємозв'язках, доповнюють аналіз медіа-ефектів через реконструкцію історії медіа і етичного питання медійних норм та здійснюють спробу встановити взаємозв'язки, які посередництвом теоретичної функції мали б практичне значення [8, с. 93].

Учений і педагог Д. Бааке розумів медіаекологію як можливість емпіричного, методично-наукового пошуку взаємозв'язку між роз-

витком медіа та соціальними змінами. На противагу до вже наявних медіакритичних теорій, він обґрунтував власну модель соціальної медіаекології, описав індивідуальне і суспільне значення медійних засобів у контексті розвитку і запровадив поняття «медіакомпетенція», яке набуло широкої сфери вжитку в урядових програмах з питань молодіжної політики в усьому світі [6, с. 362].

С. Гангуїн, професорка з питань медіакомпетентності та досліджень асигнування в Інституті комунікації та медіазнавства та директорка Центру медіа та комунікацій при Лейпцизькому університеті, сфокусувала свій науковий пошук на проблемах дослідження медіаграмотності, тобто тих ключових кваліфікацій, які викликають суверенну та критично-рефлексивну дію суб'єктів щодо медіа-контенту, з акцентом на медіакритику та її актуальність у сучасному технологічному суспільстві. С. Гангуїн керує масштабним дослідницьким проектом «*Mediennutzungsstrategien und -kompetenzen. Wege zur Teilhabe an der digitalen Gesellschaft?*», який триває на базі Лейпцизького дослідницького центру та має на меті дослідити, яких специфічних медіакритичних компетенцій потребують молоді користувачі в епоху цифрових технологій для того, щоб конструктивно брати участь у життєдіяльності суспільства, а також розпізнавати та уникати деструктивних форм користування мас-медіа.

Проблеми медіакомпетенції досліджував у своїх студіях також мистецтвознавець і культуролог В. Цахаріас, зокрема в наукових працях «*Interaktiv – Medienökologie zwischen Sinnenreich und Cyberspace*», «*Kulturell-ästhetische Medienbildung 2.0*» [19; 20].

Ш. Пігер, професор історії медіа та теорії комунікацій університету м. Бохум та керівник Інституту медіазнавства (Institut für Medienwissenschaft, Bochum) застосовує у своїх дослідженнях антропологічний та культурологічний підходи до вивчення медіа [14]. Провідною в його працях є думка, що антропологія та технологічний прогрес не протидіють, а багато в чому пов'язані між собою.

Етичну сторону використання мас-медіа висвітлюють К. Шіха, професор медіа-етики в університеті Фрідріха Олександра (Ерланген, Нюрнберг) [16], та К. Роте, професорка Берлінського університету мистецтв [15], зокрема приділяючи увагу обґрунтуванню поняття, інституціям, сферам застосування, межам та перспективам медіа-етики.

Отже, можна зробити висновок, що медіаекологічні проблеми німецькомовного середовища є предметом наукового пошуку багатьох сучасних дослідників, які створюють осередки еколінгвістичних досліджень на базі університетів та інших науково-дослідних установ.

Таким чином, дослідження механізмів впливу засобів мас-медіа на окрему особистість та суспільство загалом є однією з актуальних течій сучасної лінгвістики. На особливу увагу заслуговує всебічне вивчення стратегій і тактик впливу на консолідаційні та ізоляційні процеси в суспільстві. Оскільки мовні засоби мас-медіа відіграють першочергову роль у формуванні суспільної думки та свідомості, необхідність їх ретельного аналізу не викликає сумнівів, зокрема на матеріалі німецькомовного медіадискурсу.

Зважаючи на таку ситуацію в сучасному медіапросторі нагальним і актуальним є вивчення мас-медійного контенту як важливого засобу впливу на формування суспільної свідомості в межах багатьох глобальних процесів, таких, як пандемія COVID-19, міграційні проблеми, економічна криза, військові конфлікти, зміни клімату, екологічна небезпека тощо. Зокрема у фокусі наукового аналізу розпочатого нами дослідження перебувають можливості впливу мас-медіа на ізоляційні та консолідаційні процеси, які відбуваються у світовому співтоваристві на прикладі німецькомовного середовища.

Однією з найактуальніших глобальних проблем сьогодення є щеплення від коронавірусу, що має неоднозначне сприйняття в усьому світі й викликає значний резонанс у різних сферах, зокрема і в просторі мас-медіа. Щоб перевірити, як ця проблема представлена у німецьких мас-медіа, здійснено аналіз емпіричного матеріалу, дібраного шляхом суцільної вибірки із публікацій німецького медіа-джерела «ZEIT ONLINE» (ZO) за період з 1 по 22 листопада 2021, і встановлено, що проблема пандемії COVID-19, а особливо тема щеплення, була найбільш рейтинговою. Зокрема їй присвячено майже 20 публікацій (загальний обсяг 13 836 слів), основними питаннями яких є обов'язкове щеплення, ставлення громадян до щеплення, відсторонення нещеплених громадян від роботи або навіть звільнення, вакцинація дітей, заходи уряду щодо попередження коронавірусу тощо. Актуальність цієї тематики серед населення підтверджує кількість коментарів до аналізованих публікацій, яка становить понад 10 тис.

Лінгвістичний аналіз досліджуваних медіа-текстів показав, що найбільш поширеними є лексичні одиниці з коренем *-impf-* (*impfen*, *Impfung*, *Geimpfte*, *Ungeimpfte*), а також чимало похідних складених слів із цим компонентом, наприклад: *Auffrischungsimpfung*, *Boosterimpfung*, *Covid-Impfung*, *Durchimpfungsrate*, *Impfbefürworter*, *Impfdebatte*, *Impfdosen*, *Impfdurchbruch*, *Impfgegner*, *Impflücke*, *Impfnachweis*, *Impfpflicht*, *Impfquote*, *Impfschutz*, *Impfstoff*, *Impfzentrum*, *Kinderimpfen*. Доповнюють цей перелік словосполучення на зразок *Ausgangsbeschränkung für Ungeimpfte*, *digital lesbare Impfzertifikate*, *Einschränkungen für Ungeimpfte*, *die gewaltige Impflücke*, *kontinuierlicher Impfverweigerer*, *mobile Impfteams*, *spezielle Impfkationen*, *die Ständige Impfkommission (Stiko)*, *die vierte Welle* тощо, які виразно унаочнюють основні питання, які висвітлюються в медіапросторі Німеччини з цієї теми. Заслуговують на увагу також новотвори *2G-Regeln* (*geimpft*, *genesen*), *3G-Regeln* (*geimpft*, *genesen*, *getestet*), які на державному та місцевому рівнях обмежують доступ нещеплених громадян у більшість громадських місць (культурні заходи, готелі, заклади харчування тощо).

Червоною ниткою в усіх аналізованих медіа-текстах проходить проблема поділу німецьких громадян на щеплених і нещеплених та повсякчас наголошується значення, яке має вакцинація для подолання пандемії COVID-19: *«Zwei Drittel der Deutschen haben mittlerweile einen vollständigen Impfschutz. Dennoch steigen die Corona-Zahlen derzeit wieder steil an»* (ZO, 1.11.2021). Державні діячі всіх рівнів, медичні працівники закликають невакцинованих громадян робити щеплення, підкреслюючи, що це зменшить ризик захворювання та сприятиме формуванню колективного імунітету: *«Für Ungeimpfte sei das Risiko, sich anzustecken, schwer zu erkranken und auch andere zu infizieren, aber sehr viel höher»* (ZO, 3.11.2021). Повсякчас акцентують на обмеженнях для невакцинованих громадян: *«neue Einschränkungen sollen aber nur Ungeimpfte treffen»* (ZO, 3.11.2021). Окрім того, маса-медіа повідомляють, що обов'язкова вакцинація і запровадження обмежень регулюються на законодавчому рівні: *«Die Politik hat alle Mittel, so eine Impfpflicht einzuführen»*; *«Kündigungen für Ungeimpfte sind möglich»* (ZO, 16.11.2021). Урядовці також використовують мас-медіа, відповідаючи на запитання громадян, чи не порушує примус до щеплень їхніх основних прав: *«Impfungen tragen zu einer Rückkehr zur Normalität und zur Wiedereinsetzung der Grundrechte aller Bürger, aber insbesondere der*

Grundrechte der Kinder und Jugendliche bei» (ZO, 16.11.2021). Зокрема підкреслюється думка, що обов'язкове загальне щеплення дорослих сприятиме захисту дітей від коронавірусу та можливості повернутися всьому суспільству до нормальної життєдіяльності.

Підсумовуючи аналіз опрацьованих текстів, робимо висновок, що висвітлення проблеми щеплення в медіапросторі Німеччини є яскравим прикладом ізоляційного впливу мас-медіа на суспільство, оскільки це питання носить дискусійний характер і викликає чимало протиріч під час обговорення. У цьому контексті медіа-тексти підкреслюють свідомий поділ громадян на «щеплених» і «нещеплених» на державному рівні. Також не сприяють консолідації суспільства запроваджені урядом обмежувальні заходи для невакцинованих, які отримують підтримку з боку однієї частини громадськості та викликають бурхливу критику з боку іншої.

Таким чином, можна простежити, що використання відповідних засобів, зокрема лінгвістичних, у матеріалах мас-медіа значною мірою може впливати на суспільні процеси, як ізоляційні, так і консолідаційні. Володіння стратегіями і тактиками впливу є визначальним для формування громадської думки щодо глобальних проблем людства і спрямування його життєдіяльності. У цьому контексті вбачаємо доцільним подальше вивчення інструментів мовної екології з метою залучення їх до формування сприятливого гармонійного медіапростору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бернацкая А. А.* О трех аспектах экологии языка. Вестник Красноярского государственного университета: гуманитарные науки. № 4. Красноярск, 2003. С. 122–124.

2. *Baacke D. Sander U. Vollbrecht R.* Medienwelten Jugendlicher. einbändige Sonderausgabe der beiden Bände Lebenswelten Jugendlicher 1 + 2. Sonderausg. Opladen: Leske+Budrich; 1991.

3. *Bühler B.* Virtuelle Ökologie. Handbuch Virtualität. Hrsg. Kasprovicz D., Rieger S. Wiesbaden: Springer Fachmedien Verlag, 2020. S. 149-164.

4. *Fill A.* Sprachökologie und Ökoluigistik. Tübingen: Stauffenburg, 1996. 300 S.

5. *Finke P.* Transdisciplinary Linguistics: Ecolinguistics as a Pacemaker into a New Scientific Age. Fill A. / Penz H. (Ed.), The Routledge Handbook of Ecolinguistics, London / New York, 2018. S. 406–419.

6. *Ganguin S.* Medienökologie. Horn K.P., Kemnitz H., Marotzki W., Sandfuchs U. (Hrsg.) Klinkhardt Lexikon Erziehungswissenschaft. Band 1. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt Verlag, 2012. S. 362.

7. *Haugen E.* The Ecology of Languages, in: Dil A.S. (Hg.), *The Ecology of Language: Essays by Einar Haugen*, Stanford, 1972. S. 325–339.
8. *Hoffmann D. Mikos L.* *Mediensozialisierungstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion.* Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. 248 S.
9. *Innis H.* *The Bias of Communication.* Toronto: University of Toronto Press, 1951.
10. *Lüscher K. Wehrspaun M.* *Medienökologie: Der Anteil der Medien an unserer Gestaltung der Lebenswelten* Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie: (ZSE), 1985. S. 187–204.
11. *McLuhan H.M.* *Report on Project in Understanding New Media*, 1960. Режим доступа: <https://mcluhangalaxy.wordpress.com/2014/11/19/report-on-project-in-lunderstanding-new-media-1960-available-online/>
12. *Ong W.J.* *Rhetoric, Romance, and Technology.* Ithaca: Cornell University Press, 1971.
13. *Postman N.* *The Humanism of Media Ecology.* Proceedings of the Media Ecology Association, Volume 1, 2000. P. 10–16.
14. *Rieger S.* *Die Individualität der Medien. Eine Geschichte der Wissenschaften vom Menschen*, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2001.
15. *Rothe K.* *Medienökologie – Zu einer Ethik des Mediengebrauchs.* Zeitschrift für Medienwissenschaft. Schwerpunkt: Medienökologien. 2016, 14 (1), S. 46–57.
16. *Schicha Ch. Brosda C.* (Hrsg.) *Handbuch Medienethik.* Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. 580 S.
17. *Stibbe A.* *Ecolinguistics: Language, Ecology and the Stories We Live By.* London: Routledge. 2015. 260 p. DOI: 10.4324/9780367855512.
18. *Trampe W.* *Ökologische Linguistik und Humanökologie.* Fill A., Penz H., Trampe W. (Eds.) *Colourful Green Ideas.* Bern: Peter Lang, 2002. P. 89–101.
19. *Zacharias W.* *Kulturell-ästhetische Medienbildung 2.0. Aspekte ästhetischen Lernens in einer technisch-medialen Zeit.* Wiesbaden: Springer Fachmedien Verlag, 2010.
20. *Zacharias W.* *Interaktiv – Medienökologie zwischen Sinnenreich und Cyberspace.* München: KoPäd-Verlag, 2000.

Iryna PIANKOVSKA, PhD., Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv
ORCID ID: 0000-0002-0818-644

ECOLINGUISTIC APPROACHES TO THE STUDY OF GERMAN-LANGUAGE MEDIA SPACE

The article covers the concepts of media linguistics and media ecology as the leading areas of modern media studies, their terminology and issues. Different

approaches to the definition of media ecology are given and its role and tasks in different spheres of life are indicated. The scientific achievements of some Ukrainian and German linguists and media experts in the field of studying the German media space are analyzed in order to find ways of positive influence of mass media on society, in particular the influence of media ecology on media competence, cultural and ethical norms, communication between all members of society. The importance of studying the strategies and tactics of the influence of the media on the consolidation and isolation processes in society is emphasized. In addition, the article provides a linguistic analysis of the coverage of one of the most pressing global problems of today – coronavirus vaccination – in the German media source "ZEIT ONLINE" in order to establish its impact on the life of German society. In particular, the most commonly used lexical items and phrases are identified, which reflect the main topics of this problem, namely: compulsory vaccination, attitude of citizens to vaccination, dismissal of unvaccinated citizens from work or even dismissal, vaccination of children, government measures to prevent coronavirus and more. It is established that the coverage of the problem of vaccination in the German media is a clear example of the isolating impact of the media on society, as this issue is debatable and causes a lot of controversy during the discussion. In conclusion, it is noted that the use of appropriate means, in particular linguistic, in the media can significantly affect social processes, both isolation and consolidation. Possession of strategies and tactics of influence is crucial for the formation of public opinion on the global problems of mankind and the direction of its life.

Keywords: *media linguistics, media ecology, German media space, linguistic analysis, isolating influence of mass media.*

REFERENCES

1. *Bernatskaja A.A.* O triokh aspektakh ekologii jazyka. Vestnik Krasnojarskogo gosudarstvennogo universiteta: gumanitarnyje nauki. № 4. Krasnojarsk, 2003. S. 122–124.
2. *Baacke D. Sander U. Vollbrecht R.* Medienwelten Jugendlicher. einbändige Sonderausgabe der beiden Bände Lebenswelten Jugendlicher 1 + 2. Sonderausg. Opladen: Leske+Budrich; 1991.
3. *Bühler B.* Virtuelle Ökologie. Handbuch Virtualität. Hrsg. Kasprovicz D., Rieger S. Wiesbaden: Springer Fachmedien Verlag, 2020. S. 149-164.
4. *Fill A.* Sprachökologie und Ökoluinguistik. Tübingen: Stauffenburg, 1996. 300 S.
5. *Finke P.* Transdisciplinary Linguistics: Ecolinguistics as a Pacemaker into a New Scientific Age. Fill A./Penz H. (Ed.), The Routledge Handbook of Ecolinguistics, London/ New York, 2018. S. 406–419.

6. *Ganguin S.* Medienökologie. Horn K.P., Kemnitz H., Marotzki W., Sandfuchs U. (Hrsg.) Klinkhardt Lexikon Erziehungswissenschaft. Band 1. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt Verlag, 2012. S. 362.
7. *Haugen E.* The Ecology of Languages, in: Dil A.S. (Hg.), The Ecology of Language: Essays by Einar Haugen, Standford, 1972. S. 325–339.
8. *Hoffmann D. Mikos L.* Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. 248 S.
9. *Innis H.* The Bias of Communication. Toronto: University of Toronto Press, 1951.
10. *Lüscher K. Wehrspau M.* Medienökologie: Der Anteil der Medien an unserer Gestaltung der Lebenswelten Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie: (ZSE), 1985. S. 187–204.
11. *McLuhan H.M.* Report on Project in Understanding New Media, 1960. Режим доступу: <https://mcluhangalaxy.wordpress.com/2014/11/19/report-on-project-in-lunderstanding-new-media-1960-available-online/>
12. *Ong W.J.* Rhetoric, Romance, and Technology. Ithaca: Cornell University Press, 1971.
13. *Postman N.* The Humanism of Media Ecology. Proceedings of the Media Ecology Association, Volume 1, 2000. P. 10–16.
14. *Rieger S.* Die Individualität der Medien. Eine Geschichte der Wissenschaften vom Menschen, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2001.
15. *Rothe K.* Medienökologie – Zu einer Ethik des Mediengebrauchs. Zeitschrift für Medienwissenschaft. Schwerpunkt: Medienökologien. 2016, 14 (1), S. 46–57.
16. *Schicha Ch. Brosda C.* (Hrsg.) Handbuch Medienethik. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. 580 S.
17. *Stibbe A.* Ecolinguistics: Language, Ecology and the Stories We Live By. London: Routledge. 2015. 260 p. DOI: 10.4324/9780367855512
18. *Trampe W.* Ökologische Linguistik und Humanökologie. Fill A., Penz H., Trampe W. (Eds.) Colourful Green Ideas. Bern: Peter Lang, 2002. P. 89-101.
19. *Zacharias W.* Kulturell-ästhetische Medienbildung 2.0. Aspekte ästhetischen Lernens in einer technisch-medialen Zeit. Wiesbaden: Springer Fachmedien Verlag, 2010.
20. *Zacharias W.* Interaktiv – Medienökologie zwischen Sinnenreich und Cyberspace. München: KoPäd-Verlag, 2000.

Дата надходження до редакції – 25.11.2021

Дата затвердження редакцією – 14.12.2021