

**IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2021.79.2>

UDC 81`42+070:82-92

**Concept Space of Headings  
(on the Material of Media Texts  
on the Topic of COVID-19)**

**Iryna Marynenko**

*<https://orcid.org/0000-0002-2836-758X>*

*PhD of Philol. Sciences, Associate Professor,  
Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of  
Kyiv  
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [imarynen@gmail.com](mailto:imarynen@gmail.com)*

**Nataliya Shumarova**

*<https://orcid.org/0000-0003-0766-8807>*

*Doctor of Philol. Sciences, Professor,  
Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of  
Kyiv  
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [natshumarova@ukr.net](mailto:natshumarova@ukr.net)*

**ABSTRACT**

**Objective:** The objective of this article is to build up the concept field of media texts' headings referring to COVID-19 in their axiological variability. The analysis of concept space is based both on the principles of frequency of use of tokens and nominal word combinations, which reflect the development of events related to the pandemic, and on the evaluative division of headings which have neutral, positive or negative connotations.

**Methods:** The main methods used in the study are contextual, syntagmatic and component analyses. *Contextual analysis* has given an opportunity to define the way and language means of presentation of the mentioned concept and its concept field. It also has made it possible to demonstrate the language means, which show the journalists' intentions to present information to the audience, and has allowed to describe the interconnection between language interpretation character and variants of texts axiological paradigm. *Syntagmatic analysis*, particularly the analysis of left and right combination of words in the text, has identified subjective and objective relationships in the concept's presentation, and the measure of saturation of the concept field with metaphoric and metonymic models, which are based on axiological principles. *Component analysis* has disclosed the peculiarities of structure of meaning of separate semantic variants of words.

**Results:** In the result of studying 467 headings of articles in mass media the concept field COVID-19 was built. It was fulfilled on the base of presentation of a medical term as a concept. Definition of axiological variability of headings as the basis of selection of lexical and grammatical means, and presentation of core concept in its subjective and objective relationships inside the sentence/ utterance were done.

**Conclusions:** The language means of different evaluative segments of the field have common and varied functions. The commonness is in informing the population about development of events and the difference is in the ways of transferring the evaluative component of information. The grammatical means are more actively used to actualize their semantic and stylistic potential in the headings with negative and partially positive content.

**KEYWORDS:** heading, concept field; COVID-19; evaluative component; axiological variability.

УДК 81'42+070:82-92

## **Концептний простір заголовків (на матеріалі медіатекстів на тему COVID-19)**

*Мариненко Ірина Олегівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, доцент кафедри мови та стилістики, канд. філол. наук <https://orcid.org/0000-0002-2836-758X>*

*Шумарова Наталія Петрівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, завідувач кафедри мови та стилістики, д. філол. наук, професор, <https://orcid.org/0000-0003-0766-8807>*

### **Резюме**

Метою статті є розбудова концептного поля заголовків медіатекстів про COVID-19 у їхній аксіологічній варіативності. Аналіз концептного простору базується на принципах частотності вживання лексем і словосполук, що відображають перебіг подій, пов'язаних із пандемією, і на оцінному членуванні заголовків як нейтральних, позитивно або негативно забарвлених.

Основними методами дослідження є **методи** контекстуального, синтагматичного та компонентного аналізу. *Контекстуальний аналіз* дав змогу визначити, у який спосіб та якими

мовними засобами представлено зазначений концепт і його концептне поле, уможливив представлення мовних засобів, що презентують прагнення журналістів донести інформацію до аудиторії, і дозволив продемонструвати взаємозв'язок характеру мовної інтерпретації з варіантами аксіологічної парадигми текстів. *Синтагматичний аналіз*, точніше, аналіз лівої і правої сполучуваності слів у тексті, виявив суб'єктно-об'єктні відношення у презентації концепту і міру насиченості концептного поля метафорично-метонімічними моделями, що спираються на аксіологічні засади. *Компонентний аналіз* розкрив особливості структури значення окремих лексико-семантичних варіантів слів.

Головними **результатами** дослідження 467 заголовків повідомлень медіа є формування концептного поля COVID-19 на засадах представлення медичного терміна як концепту та визначення аксіологічної варіативності заголовків як основи добору лексико-граматичних засобів і презентації ядерного концепту в суб'єктно-об'єктних відношеннях у межах речення/висловлення.

Виявлено, що мовні засоби різних оцінних сегментів поля мають спільні й відмінні функції. Спільність полягає в інформуванні населення про перебіг подій, а відмінність – у способах передавання оцінного компонента інформації.

Грамматичні засоби більшою мірою актуалізують свій семантико-стилістичний потенціал у заголовках із негативним і частково з позитивним змістом.

**Ключові слова:** заголовок; концептне поле; COVID-19; оцінний компонент; аксіологічна варіативність.

#### **Мариненко І.О., Шумарова Н.П. Концептне пространство заглавий (на материале медиатекстов на тему COVID-19)**

**Целью** статьи является построение концептного поля заглавий медиатекстов о COVID-19 в их аксиологической вариативности. Анализ концептного пространства базируется на принципах частотности употребления лексем и словосочетаний, которые отображают течение событий, связанных с пандемией, и на оценочном членении заглавий как нейтральных, позитивно либо негативно окрашенных.

Основными **методами** исследования стали методы контекстуального, синтагматического и компонентного анализа. *Контекстуальный анализ* позволил определить, каким образом и какими языковыми средствами представлен указанный концепт и его концептное поле, описать языковые единицы, презентующие стремление журналистов донести информацию до аудитории, а также дал возможность продемонстрировать взаимосвязь характера языковой интерпретации с вариантами аксиологической парадигмы текстов. *Синтагматический анализ*, точнее, анализ левой и правой сочетаемости слов в тексте, выявил суб'єктно-об'єктные отношения в презентации концепта и степень насыщенности концептного поля метафорически-метонимическими моделями, которые опираются на аксиологические основы. *Компонентный анализ* раскрыл особенности структуры значения отдельных лексико-семантических вариантов слов.

Главными **результатами** исследования 467 заглавий сообщений медіа являются формирование концептного поля COVID-19 на основании представления медицинского термина как концепта, определение аксиологической вариативности заглавий как основы подбора лексико-грамматических средств и презентация ядерного концепта в суб'єктно-об'єктных отношениях в рамках предложения/высказывания.

Установлено, что языковые средства разных оценочных сегментов поля имеют общие и отличительные черты. Общность заключается в информировании населения о течении событий, а отличие – в способах передачи оценочного компонента информации.

Грамматические средства в большей степени актуализируют свой семантико-стилистический потенциал в заглавиях с негативным и отчасти с позитивным содержанием. **Ключевые слова:** заглавие; концептное поле; COVID-19; оценочный компонент; аксиологическая вариативность.

## 1. Вступ

Уже майже два роки всі світові медіа наповнені інформацією про новий вірус, що був виявлений у Китаї, а потім поширився світом. Його ідентифікували як коронавірусну хворобу, утворили аббревіатуру і додали в назву цифри – рік його виникнення й поширення. Так виник новий термін COVID-19, що впродовж кількох днів (якщо не годин) став відомим на всіх континентах. Стрімке поширення захворювання в різних регіонах земної кулі спричинило оголошення пандемії, що зробила ВООЗ 2020 р.

Щодня в Україні, як і в інших країнах світу, повідомляють дані щодо кількісних показників захворюваності, одужання і, на жаль, смертності від цієї хвороби. Не буде очевидно, перебільшенням сказати, що подібні факти перебувають у центрі уваги всіх медіа із соціальними мережами включно.

ЗМІ вбачають своє завдання в тому, щоб донести до читача/слухача/глядача об'єктивну інформацію, навчити його правильно поводитися в непростій ситуації, налаштувати на щеплення – єдино можливий спосіб творення колективного імунітету. По суті, вони описують ситуацію світової пандемії, спираючись на локальні особливості, що проявляються в різних країнах, і складають мозаїчну картину, в якій з різним ступенем успішності співпрацюють соціально-комунікаційні структури, акцентуються соціокультурні процеси і явища.

Актуальність цієї розвідки зумовлена необхідністю вивчення засобів подання об'єктивної інформації в умовах колективної небезпеки і відсутності достатньої кількості знань про загрозливе явище, в нашому випадку – про COVID-19. Автори показують, як формується концептуальне поле детермінологізованого поняття, які засоби створюють і реалізують його оцінний потенціал. Саме концепти як презентанти знань про певний предмет чи явище містять у своїй структурі не лише поняття, а й ставлення до нього, що проявляється у мовній практиці суспільства.

*Метою* цієї розвідки є розбудова концептного поля COVID-19 на основі заголовків інформаційних медіатекстів у їхній аксіологічній вариативності.

Завдання:

1. Схарактеризувати ядро, центр і периферію концептного поля COVID-19.
2. Окреслити його емоційно-сміслову структуру у кожному сегменті.
3. Визначити засоби формування оцінного компонента заголовків і можливості метафоризації/метонімізації залежно від характеру аксіологізації.
4. Охарактеризувати граматичні актуалізатори аксіологічного смислу.

Матеріалом дослідження слугували медійні тексти (крім друкованих), що були оприлюднені на радіо, телебаченні, в інтернеті впродовж одного дня – 26 березня 2021 року. Вибір дня був випадковим, але вибірка матеріалу – суцільною, виконаною Looqme – онлайн-сервісом моніторингу медіа, що шукав у текстах усі згадки про ковід/коронавірус за ключовими словами [<https://looqme.io/uk>]. Цього дня в медіа було зафіксовано 1770 матеріалів, де йшлося про ковід, із них 467 текстів мали заголовки, які й стали об'єктом нашого аналізу. У програму моніторингу матеріалів від початку був закладений оцінний компонент, що дозволило програмі методом експертного оцінювання поділити тексти на нейтральні, негативні й позитивні та дало можливість авторам цієї розвідки верифікувати представлену аксіологічну парадигму матеріалів, у якій нейтральні тексти становили

23,4% від загальної кількості текстів із заголовками, негативні – 49%, позитивні – 27,6% (детальніше про роботу зі стрічкою новин зазначеного сервісу див. [1]).

## 2. Теоретичне підґрунтя

Передумовою написання цієї розвідки став інтерес авторів до інформаційного тиску матеріалів про COVID-19 на суспільну свідомість. Громадян закликають до спротиву цій хворобі, до боротьби з нею через виконання важливих з медичного і соціокультурного погляду вимог гігієнічного і комунікативного характеру: частіше мити руки, носити маски, зберігати соціальну дистанцію тощо. Про захворювання пишуть і говорять у всіх країнах світу. Так, російські дослідники зазначають, що в якісній пресі періоду 2019-2020 рр. перше місце серед детермінологізованої лексики посідає медична, а саме слова на позначення названої хвороби та її семантичного поля, зокрема COVID-19, SARS-CoV-2, COVID, обсервація, сагурація, локдаун тощо [2, с. 24-25]. Нові слова, що позначають перебіг недуги, з'являються і в інших мовах – казахській [2, с. 31], чеській [2, с. 34] тощо.

Частота згадування в інформаційному полі хвороби, її ролі в житті світової спільноти, цінності перемоги над нею, укорінення явища у суспільній свідомості дають змогу представити номен як концепт, а його взаємодію з іншими концептами як концептне поле, найважливіші сегменти якого представлено в українському інформаційному просторі.

Концептний підхід є достатньо розбудованим у сучасній лінгвістиці, основи досліджень закладено в роботах сучасних когнітивістів, насамперед Р. Джекендоффа, Дж. Лакоффа, Ч. Філлмор, Л. Талмі, А. Вежбицької, Н. Арутюнової, О. Кубрякової, Ю. Степанова, Й. Стерніна, В. Карасика, Г. Слишкіна, О. Воробйової, С. Жаботинської, Т. Радзівської, Г. Яворської, О. Снітко, О. Селіванової, А. Приходька та багатьох інших.

Існує чимало визначень і аргументацій виділення концептів на двох досить чітко розрізнявальних платформах – лінгвістичній і лінгвокультурологічній (остання – з актуалізацією етнокультурних елементів чи національної специфіки), але представники обох напрямів погоджуються з тим, що концепти є «згустками смислу», емоційно важливими для носія мови. Автор цієї знаменитої метафори, Ю. Степанов, зазначав, що «в концептах немає «знання» поза «емоціями». Саме цим концепти і відрізняються від «понять просто» [3, с. 114].

Концептом вважають те, що має ціннісні й етнокультурні ознаки. З цього погляду науковий термін начебто не можна назвати концептом, але його емоційна обтяженість і надважливість для усвідомлення цінностей життя дають змогу, на наш погляд, розглядати його як такий, що «задає певну ціннісну парадигму і ті моделі поведінки, яким рекомендують або забороняють слідувати» [4, с. 53]. Підтримкою такого розуміння можна вважати думку А. Приходька, що досліджувати концепт можна і як епістемічне, і як (психо)ментальне, і як (етно)культурне, і як (прагма)регулятивне, і як аксіологічне утворення [5, с. 13-15], і висновки, яких дійшли дослідники концепту БЛП на матеріалі української та польської мов [6, с. 393-412].

Позначаючи спочатку певний предмет чи явище, у роз'ясненні суті якого через його суспільну важливість беруть активну участь медіа, термін досить швидко детермінологізується, стає зрозумілим широким верствам населення, оцінюється ним у позитивно-негативній системі координат і в нашому випадку починає програмувати спосіб соціального буття в різних країнах. Про «нарративні концепти», що «реконструюються із безлічі текстових повідомлень», пише С. Жаботинська [7, с. 33].

У лінгвістичній літературі описано багато видів концептів, зокрема на позначення культурних цінностей, кольорів, фізичних відчуттів, почуттів людини. Робіт настільки багато, що дослідники нині переходять до аналізу робіт про концепти, напрямів розвитку досліджень, а не власне концептів [8, с.6; 9].

У сучасній лінгвістиці вже закріпилося розуміння терміна як «результатів складної взаємодії когніції та комунікації в особливому семіотичному просторі певної сфери знання та діяльності» [10, с. 14], що дає змогу розглядати його потенціал у системі концептно-комунікативних характеристик. Те, що наукові терміни можуть бути терміноконцептами, обґрунтовано в роботах В. Іващенко, Т. Стасюк, О. Палатовської, Д. Сабадаш (Плисак) та інших дослідників, а питання аксіологічної парадигми інформаційних текстів розглядала Т. Кузнецова.

Зазначений вище медичний термін як концепт відповідає основним сутнісним ознакам останнього: є узагальненим мисленнєвим уявленням про фрагмент об'єктивної дійсності, елементом суспільної свідомості, частиною картини світу окремої особистості і соціуму в цілому, має наднаціональний характер (як концепти *війна, мир, доля, віра*), у його основі лежить уявлення/образ чогось небезпечного, загрозливого для здоров'я, непередбачуваного, пов'язаного з болем і страхом за своє життя. Він є ментально й оцінно значущим для пересічної людини, чітко аксіологічно забарвленим. Можна стверджувати, що він є ключовим для сучасного соціуму, оскільки впливає на різні сфери й аспекти його життєдіяльності.

Семантичними складниками цього поля виступають концепти (субконцепти), що передають актуалізоване знання на кожному конкретному етапі пандемії. Це насамперед семантичні групи слів і словосполучень, що позначають фізичний і психічний стан людини, норми поведінки під час хвороби та в періоди самоізоляції, форми контактів з іншими людьми в родинних і позародинних ситуаціях, називають етапи перебігу хвороби, лікарські засоби, окреслюють стан медицини в тій чи тій країні тощо. Вербалізовані й актуалізовані в інформаційних текстах, насамперед у заголовках, ці концептні поля формують оцінно-ментальний аспект поведінки людини в соціумі (Про поле терміноконцепту див.: [11, с.130]).

Відомо, що квінтесенцією смислу, закладеного в кожному конкретному тексті, є заголовок, основною функцією якого є привернення уваги читача, стимулювання його до прочитання тексту й актуалізації того смислу, що виділений концептом у вигляді ключового, опорного слова.

Дослідженню заголовка як структурної частини будь-якого завершеного тексту присвячено роботи фахівців різних галузей знань (лінгвістики, літературознавства, психології, соціальних комунікацій та ін.). Останніми роками саме журналістикознавці активно вивчають роль заголовка як одного з головних компонентів публікації. Серед українських дослідників у галузі соціальнокомунікаційної науки різні аспекти заголовкового комплексу й заголовка зокрема вивчали Д. Прилюк, В. Різун, В. Карпенко, В. Здоровега, О. Мелещенко, І. Михайлин, Л. Грицюк, В. Тарасюк, О. Безсонов, А. Євграфова, К. Сізова, Л. Павлюк та ін.

Заголовок у стрічці новин – це скомпресований зміст усього матеріалу. Прагнучи привернути увагу реципієнта, автори виносять у назву ключові факти, статистичні показники, пряму мову тощо, створюючи цим певну стилістичну тональність. Відповідно, сам текст новини розвиває, деталізує думку, висловлену в заголовку. Недаремно дослідники зазначають, що заголовок – це перший і невід'ємний структурний елемент газетної публікації, що займає найсильнішу надтекстову позицію [12]. А тому особливий інтерес становлять смислоутворювальні лексичні одиниці, які презентують у заголовку певний концепт, у нашій розвідці – це COVID-19.

### 3. Методи дослідження

Під час роботи над текстами заголовків було використано *контекстуальний аналіз*, що дав змогу визначити, у який спосіб та якими мовними засобами представлено зазна-

чений концепт і його концептне поле; *синтагматичний аналіз*, точніше аналіз лівої і правої сполучуваності слів у тексті, що послідовно й чітко демонструє розуміння й презентацію зазначеного концепту у свідомості авторів тексту і реципієнтів; *компонентний аналіз* для виявлення особливостей структури значення окремих лексико-семантичних варіантів слів.

#### 4. Результати й обговорення

##### *Концептне поле нейтральних заголовків*

Заголовки, які можна зарахувати до нейтральних з погляду передбачуваної реакції читача, кількісно є значно меншими порівняно з оцінно-експресивно забарвленими і, як зазначалося вище, становлять приблизно четверту частину від усіх зафіксованих. Уже те, що їх виявлено достатньо мало, свідчить про надзвичайну емоційну дражливість теми для пересічного громадянина. Журналіст, що подає факти, конденсує в заголовку суспільно важливий смисл. Головна мета такого заголовка – передати факти з метою інформування населення без вираження власного ставлення до події.

Тематично вони поділяються на такі групи: а) вакцинація (подають статистику щеплень за добу в Україні, ЄС, у світі в цілому, порушують питання про паспорти вакцинації), б) дії українського уряду в період пандемії, в) ставлення людей до вакцинації, самих вакцин, правил поведінки, локдауну.

Презентантами ядра поля COVID-19 у заголовковому комплексі є його номінативні дублети *ковід* і *коронавірус*, а приядерними компонентами, що їх можна зарахувати до центра концептного поля, є *вакцина*, *вакцинація*, *вакцинувати*, *щеплення*, *щепити*, *хворі*, *пандемія*, в російськомовних текстах – усі названі вище відповідники і слово *прививка*. Як бачимо, набір лексем на позначення певних явищ не вирізняється різноманітністю, але саме ці явища, предмети і процеси якнайтісніше пов'язані з ядерним концептом, є найголовнішими компонентами ментального сценарію боротьби з хворобою. Крім того, нагадаємо, що матеріалом дослідження став одноденний «зріз» інформації, тому зрозуміло, що в заголовки винесено квінтесенцію осмислення подій саме цього періоду. Майже всі слова є однозначними.

Термін *коронавірус* як абсолютний синонім до *COVID-19* є активно вживаним словом у заголовковому комплексі і випереджає за частотою використання вищезазначену абревіатуру, тому аналіз поля почнемо саме з нього. Як назва хвороби він швидко був детермінологізований ЗМК, а його соціально-культурна вагомість та емоційна обтяжливність змусили медіа під час подання інформації використовувати його в суто номінативній функції, без додаткових характеристик. Вірус сприймається як реальна небезпека, зло, якому треба протистояти «всім миром». У нейтральних заголовках коронавірус виступає у функції об'єкта, на якій спрямована увага й активні дії суспільства, напр.: *вакцинація від коронавірусу* (Українське радіо), *обов'язковий тест на коронавірус*, *підозра на коронавірус* (Обозреватель). Іншим часто вживаним варіантом є словосполучення на позначення територій розповсюдження вірусу та боротьби з ним: *щеплення від коронавірусу в Україні* (Еспресо TV), *ситуація з коронавірусом у світі* (ICTV), що окреслює масштаби захворюваності як пандемію. Те, що, як побачимо й далі, концепти ядра та центра концептного поля найчастіше виступають у функції об'єкта, має під собою не лише ментальне, а й комунікативне підґрунтя. Інформація про події (у нашому випадку про коронавірус, вакцинацію тощо) є основним завданням тексту, а тому як усе «нове, чуже, неймовірне та неочікуване тяжіє до ролі реми» [13, с. 205].

Основним засобом боротьби зі страшною хворобою є *вакцина*. Саме вона створює спільний імунітет і забезпечує протистояння пандемії, а слово на позначення цього засобу в концептному полі заголовкового комплексу потрапляє до його центра (приядерної зони), оскільки є одним із ключових в окресленні ситуації. Воно представлене в номінації

препарату (*вакцина CoronaVac*), у словосполученнях, що передають різні смислові актуалізації, зокрема кількість використання вакцини (*доза вакцини*), призначення (*вакцина проти Covid-19, вакцина від коронавірусу*), визначення ефективності/неефективності застосування (*Степанов: В Україні жодна людина не померла від вакцини проти Covid-19* (Обозреватель); *Уряд України планує виплачувати компенсацію за побічні дії вакцини* (Подробности)), наслідки використання вакцини (*побічні дії від вакцини*). Термін також уживається під час опису її прибуття чи відправлення (*новоприбула вакцина, рос. прибывшая партия вакцины*). Ця ситуація найчастіше передається дієсловами зі значенням переміщення: вакцина *прибула* або *прибуває*, її *відправили*, *експортували* тощо, водночас може зазначатися назва препарату, місце походження або кількість доз, наприклад: *В Україну привезли 215 тисяч доз китайської вакцини замість 1,9 млн* (Обозреватель). Спектр дієслів, застосовуваних у нейтральних заголовках, передає етапи існування/функціонування вакцини – від появи до використання за призначенням, вони представляють її в суб'єктно-об'єктних відношеннях і належать до зони периферії.

Майже завжди *вакцина* виступає в ролі об'єкта, який зазнає різних змін під впливом обставин чи активних дій людини. Якщо ж термін використано як центр смислової ситуації, тобто слово *вакцина* виступає суб'єктом (підметом) у реченні, діапазон його дії з погляду аксіологічного навантаження є досить вузьким: практично немає метафоричних сполучень (зафіксовано лише один випадок на 467 заголовків: *В Україну прибула перша партія вакцини CoronaVac* (ukrinform.ua)<sup>1</sup>), дієслова в основному передають абстрактну, а не конкретну дію (*вакцина відрізняється від... , дістається комусь...*). У випадках, коли вакцину представлено як об'єкт, залучений до дії і з яким щось відбувається, «набір» дієслів виявляється значно ширшим, оскільки передає дії спеціалістів різного профілю або організацій, зокрема й громадських (*вакцину відправляють, чекають, екпортують, допомагають придбати, використовують, застосовують, її дозу отримують, нею роблять щеплення, рос. её можно сделать и испытывать, її оцінюють, про неї говорят спеціалісти*): *Імунолог назвав найкращу вакцину проти COVID-19* (УНН); *Ляшко розповів, як будуть застосовувати новоприбулу вакцину* (news.zt.ua).

Аналіз лівої сполучуваності слова показав надзвичайну обмеженість залучення прикметників на позначення диференційних рис вакцини, засвідчивши лише поодинокі випадки вживання прикметників і дієприкметників (*найкраща, перша, друга вакцина*).

Оскільки вакцинація населення – це справа державної ваги і висловлення представників влади є надзвичайно важливі для населення, заголовки досить часто являють собою а) складнопідрядне речення з дієсловами говоріння (спілкування) та іменем представника влади, що інформує населення і, в принципі, заспокоює його (*Ляшко пояснив, чому МОЗ збільшив інтервал між дозами Covishield* (УНН); *Ляшко розповів, як будуть застосовувати новоприбулу вакцину CoronaVac* (news.zt.ua) або б) пряму мову посадовця, що підкреслює достовірність інформації (*Вакцины от коронавируса разных типов не нужно использовать вместе, – Ляшко* (ЛИГА.net)).

Вакцину в заголовках представлено як захист від хвороби (*В Україну прибула перша партія китайської вакцини від COVID-19* (РБК-Украина)), а її використання як безпечний запобіжний процес, але більшою мірою заголовки передають неусталеність ситуації, психологічні труднощі, з якими зіткнулося суспільство: в них анонсується придбання якоїсь партії, пояснюються причини затримки, можливості поєднання різних видів вакцин, робиться спроба заспокоїти населення наведенням конкретних фактів (*Ляшко розповів про особливості китайської вакцини проти Covid-19 від Sinovac* (Обозреватель); *МОЗ визначив, кого передусім щеплюватимуть вакциною CoronaVac* (УНН)). Вакцина є застереж-

<sup>1</sup> Цей приклад можна тлумачити як стерту метафору з повною відсутністю образності.



ником хвороби, цей концепт за своєю значущістю перебуває в центрі концептного поля, яке, подібно до семантичного поля, містить слова різних категорій, пов'язані насамперед із назвою самого процесу нездужання, номінаціями хвороб, що є ускладненням після коронавірусу, назвами медичних закладів і спеціалізацій лікарів тощо, проте в нейтральних заголовках домінують номінації ядра концепту і найближчої приядерної зони. На периферії концептного простору перебувають субконцепти, які тісно пов'язані з ядерними концептами, ліва сполучуваність цих слів більш варіативна, але водночас також мало образна (*перша партія, друга доза, побічні дії, тяжкий період*).

Загалом заголовки мають фактуально-стверджувальний характер, проте іноді сумніви, що їх відчують люди, проявляються і в назві статті (наприклад: *Covid-19: остановит ли пандемію вакцинація* (Корреспондент.net)), привносячи туди елементи суб'єктивної модальності.

Узагальнюючи спостереження за нейтральними заголовками, можна стверджувати, що ядро концептного поля виражене абсолютними синонімами на позначення хвороби, центр – номінацією препарату протидії їй, периферія представлена дієсловами з абстрактним значенням, іменниками відповідного тематичного спрямування, що характеризуються відсутністю лівої сполучуваності з прикметниками, і, відповідно, метафоризації, а отже, й образності будь-якого виду. Обидва концепти найчастіше виступають у ролі об'єкта.

#### **Концептне поле негативних заголовків**

Заголовки з негативним смисловим наповненням становлять 49% від загальної кількості аналізованих одиниць. Емоційно-експресивного забарвлення їм надають лексеми, що містять конотативний компонент, який сприймається реципієнтом як негативний. Зпоміж синонімічних відповідників до ядерного концепту COVID-19 найактивніше використовуються *пандемія, епідемія*, часто навіть без конкретизації назвою захворювання. Ці номінації є ширшими за вищезгаданий ядерний концепт, оскільки позначають «масштабність» захворюваності й територію поширення, що дозволяє включити їх до приядерної зони досліджуваного концептного простору.

До периферії досліджуваного семантичного поля належать лексеми *штам (британський, індійський тощо), мутація, (третья) хвиля, зараження*, а також російські відповідники. Найбільш частотними серед дієслів виявилися дієслова з конкретним значенням: *хворіти/перехворіти, заразитися*.

Усю групу заголовків з негативною емоційно-експресивною оцінкою можна розподілити на підгрупи залежно від змісту пропонованої інформації: а) про збільшення кількості інфікованих, б) про дії/бездіяльність владних структур в напрямі боротьби з COVID-19, в) про вакцинацію, г) про зростання числа летальних випадків.

Одна з найактуальніших тем стосовно коронавірусу – збільшення кількості хворих: практично всі медіа за результатами щоденного ранкового брифінгу Міністра охорони здоров'я публікують статистику щодо перебігу пандемії протягом останньої доби як в Україні (*Вперше понад 18 тисяч за добу: в Україні зафіксований новий антирекорд за кількістю інфікованих COVID-19* (УНІАН); *Кривая коронавируса стремительно растет вверх. За сутки выявили более 18000 новых случаев* (ЛІГА.net)), так і за її межами (*Польща третий день поспіль оновлює рекорд захворюваності на Covid-19* (Zaxid.net); *В мире более 126 млн человек заразились COVID* (Корреспондент.net)). Загалом майже третина заголовків із негативним смисловим наповненням (31%) присвячені питанню коронавірусної статистики. Обрана дата відзначилася на той момент найбільшою кількістю інфікованих у країні, що відображено в заголовках словами *рекорд* (коронавірусний, смертей), *антирекорд, максимум, сплеск, спалах, пік* (епідемії), *зростання, хвиля, зростає, різкий стрибок, перетнути* (позначку), *перевищити*; рос. *рекордный* (прирост/количество),

*бьет рекорды* (эпидемия), *стремительно расти* (заболеваемость), пор.: *Коронавірусні рекорди* (Телеканал СТБ); *Коронавірус в Україні: одрозу два антирекорди* (ТК Прямий).

Другим аспектом, який активно висвітлюють медійники, є дії або бездіяльність владних структур в напрямі боротьби з COVID-19. Перевага негативного оцінювання досягається за допомогою дієслів із мовноконотативним і ситуативно-конотативним компонентом (*призвести, оштрафувати, змушувати, звинуватити, відмовлятися, приховати; обмежити, закрити, посилити* (карантин); рос. *падать, хейтить, не хватает*), іменників (*бездіяльність, фейк, помилки, атака, суд*, рос. *ухудшение, ограничение, нехватка, угроза, буря негатива*), прикметників (*кримінальний, "червона"* (зона)): *Голубовська шокувала заявою про ліки від коронавірусу: це дуже небезпечно* (РБК-Україна); *Черговий тиждень бездіяльності Кабміну закінчується рекордною кількістю COVID-хворих*, – *Рудик* (РБК-Україна); рос. *В Харькове объяснили нехватку кислорода в больницах* (ту.ua).

Негативне сприйняття вакцинації спричинене дефіцитом вакцин і низькою довірою суспільства до них. Ці явища відображені в медіа, зокрема в назвах новин, що містять експресивно марковані лексичні елементи або сполуки: дієслова *призупинити* (постачання вакцини), *блокувати, ставити на паузу*, рос. *распасться*; прикметники *побічні* (дії/реакції), *фейковий*, рос. *худший*; іменники *скандал, призупинення, війна*; рос. прислівник *нельзя* тощо, наприклад: *Українку зібралися судити за фейковий допис про вакцину* (Обозреватель); рос. *Вакцинация известных украинцев вызвала бурю негатива у населения. Это было предсказуемо* (ЛІГА.net).

Сам собою концепт смерті актуалізує лише негативні емоції слухача/читача, тож і тема летальності в назвах медійних повідомлень також породжує в реципієнтів негативні емоції (сум, тривогу, переляк, страх і под.). Уживання лексем, що асоціюються зі смертю (*згоріти* (за добу), *виходити* (з-під контролю), *важкий* (стан), рос. *угроза, поражение* (легких), *тяжелое* (состояние) тощо), поглиблює сприйняття ситуації як гнітючої, важкої, пор.: *У померлого після вакцинації провізора з Чернівців виявили коронавірус* (Zaxid.net); *В мире зафиксировали более 126 млн случаев COVID-19, число жертв превысило 2,76 млн. Только за последние сутки умерли 10,3 тыс. человек* (Цензор.net).

Певної емоціогенності додає заголовкам використання слів у переносних значеннях, здебільшого метафоризованих. Найактивніше автори інформаційних повідомлень застосовують перенесення значення у сполученні іменника-підмета з дієсловом-присудком (*захворюваність зростає* (Українські Новини), *коронавірус наступає* (ICTV), *експорт поставлений на паузу* (ukrinform.ua), рос. *падают нефть, биткоин и гривня* (Страна.ua), *эпидемия бьет рекорды* (Корреспондент.net), *"COVID-19 молодеет"* (Newseek)) або в поєднанні дієслова з іменником – назвою об'єкта дії (*ховають людей* (НТН), *розгортають шпиталі* (sigmatv.com.ua), *Ляшко передав сигнал* (РБК-Україна, ЛІГА.net, ukrinform.ua), рос. *стоим перед войной* (ЛІГА.net), *пойдет под суд* (Страна.ua)). Лівобічна сполучуваність – означення з означуваним словом – також демонструє можливості створення публіцистичної образності (*сумні рекорди* (НТН), *червона зона* (Телеканал 1+1, Українські Новини, Обозреватель), *різке зростання* (Українська правда.ua), *висока смертність* (Обозреватель), *"помаранчеве"* Запоріжжя (ukrinform.ua), рос. *подхватившие вирус* (Цензор.net)). Дещо рідше метафора твориться поєднанням двох іменників на основі об'єктно-означальних відношень (*рекорди епідемії* (Телеканал СТБ), *сплеск коронавірусу* (Еспресо TV), *спалах коронавірусу* (ТК Сигма (Маріуполь)), *хвиля коронавірусу* (ТРК Україна), *стрибок захворюваності* (Радио "Киев"), *сплеск захворюваності* (Телеканал 1+1), *пік епідемії* (РБК-Україна), рос. *буря негатива* (ЛІГА.net)). Як свідчать приклади, негативні заголовки, на відміну від нейтральних, містять більше метафор, щоправда, яскравих, образних серед них мало, автори матеріалів віддають перевагу стертим, загальнономовним, частовживаним (пор. *різке зростання, висока смертність* тощо).

Іноді для маркування переносного значення автори вдаються до використання лапок: “червона”/”помаранчева” зона, “британський” штам, “згоріло” немовля, рос. “красные” зоны, проте в міру поширення наведених метафор у публіцистиці, в мовленні загалом вони втрачають виразну образність, наслідком чого стає стирання метафоричності і, відповідно, подальше використання таких слів без лапок<sup>2</sup>.

Метонімічні перенесення трапляються в заголовках із негативним змістом значно рідше, проте й вони створені за стандартними, поширеними в публіцистиці моделями: *Індія призупинила* (ІСТV), *Бразилія зафіксувала* (УНН), *закрити всю країну* (ТК Україна 24), *Європа посилює карантин* (ІСТV), *МОЗ попереджає* (Обозреватель), *Лікарні відмовляються приймати* (Українські Новини), *лікування “британського” штаму* (УНІАН), рос. *МІД підтвердил* (Цензор.нет), *“Укрзалізниця” продлила обмеження* (Цензор.нет) тощо. Отож у назвах публікацій упродовж аналізованого дня була використана практично одна модель – локальної метонімії, тобто перенесення назви з людей, що живуть на певній території або працюють у певній організації, на територію, країну або організацію.

Серед аналізованих заголовків трапляються й поодинокі приклади використання антитези (*У Києві захворюваність на COVID-19 почала знижуватися, але смертність зростає* (Українські Новини)) і своєрідного оксиморона (*Великодній локдаун* (Телеканал СТБ) – одне з головних християнських свят важко уявити під час локдауну).

Для акцентування уваги адресатів повідомлення на негативному семантичному компоненті автори використовують частки: заперечну *не*, обмежувально-видільні *тільки, лише*; підсилювально-видільні *вже, навіть*, рос. *даже*: *Лише у чотирьох областях не перевищений рівень госпіталізації COVID-хворих* (РБК-Україна); *В Україні вже 1,614 млн випадків COVID-19, за добу – 18 132* (УНН); *«Мест не хватает даже в коридорах»: Мэр Николаева Сенкевич показал COVID-больницы в городе* (Цензор.нет).

Для негативно-оцінних заголовків характерна кількісно більша ліва сполучуваність приядерних і периферійних лексем концепту COVID-19 (*тотальний локдаун, сумні рекорди, ковідні антирекорди, новий антирекорд, британський штам*, рос. *рекордный прирост* тощо). Водночас права сполучуваність представлена одноманітними структурами локативної семантики (*COVID-19 в Україні, COVID-19 в Києві, COVID в Харкові, коронавірус в Україні* і под.). Також до цієї ж групи належать неолексеми, утворені способом словоскладання: *COVID-зараження, COVID-госпіталізація, COVID-хворі, COVID-скептики, COVID-випадки*, рос. *COVID-больница*, у яких перший компонент виконує роль прикладки.

Отже, найхарактернішою рисою негативних заголовків є образність, переважно стерта; загальномовні метафоризація й метонімізація виокремлюють цей тип заголовків на тлі нейтральних і створюють мозаїчну картину негативної оцінки ситуації, що склалася на той час в Україні.

#### **Концептне поле позитивних заголовків**

Мовні засоби позитивних заголовкових комплексів мають низку спільних рис із розглянутими вище. Ідеться насамперед про окреслення локусів пандемії, презентацію статистичних даних щодо хворих та одужалих, перерахування країн, які надсилають вакцину в Україну, назви українських міст із констатацією ситуації з коронавірусом.

Тематичні групи, що домінують у позитивному концептному сегменті поля, є дещо іншими порівняно з групами негативного й нейтрального сегментів. У заголовках актуалізовано етапи успішного лікування і видужання хворих, досягнення у тестуванні різних вакцин, ставлення українців до жорсткого карантину та нівелювання наслідків локдауну, до підтримки малого бізнесу і відродження туристичної галузі.

<sup>2</sup> Використання лапок з однаковим семантико-стилістичним результатом спостерігаємо в усіх трьох сегментах концептуального поля.

Як і у випадку нейтральних заголовків, у ядрі поля перебувають абсолютні синоніми – концепти *коронавірус* і *COVID-19*, а в центр, що формується навколо них, потрапляє концепт *вакцина*, найчастіше згадуваний у цьому оцінному сегменті. З останньою пов'язані сподівання на вироблення спільного імунітету. *Вакцину відправляють, доставляють до місця призначення, її отримують, перевіряють, тестують* (на дітях), *відновляють її експорт*, нею *роблять щеплення, проводять вакцинацію*, вірять, що вона *збереже багато життів*, тощо. Коло використуваних дієслів значно розширюється, що збільшує поле варіативності форми під час передавання змісту.

Учені працюють над *удосконаленням вакцини, нарощують її виробництво*, а дослідники з Оксфорду *створили вакцину-спрей від COVID-19 і набирають добровольців для її перевірки* (Обозреватель). Усе, що пов'язане з вакциною, подається в оптимістичних тонах, її привозять з Китаю, Індії, ці країни *поновлюють експорт* вакцини в Україну. Автори підкреслюють успіхи боротьби з хворобою: *вдалося побороти спалах, планують зробити пів мільйона щеплень, розробили захисну маску, яка на 100% є біорозкладною*.

У суб'єктно-об'єктних презентаціях концепту значно переважає «об'єктний варіант», але вакцина як діяч також представлена в заголовках: *Вакцини, які отримала Україна, збережуть від «британського» штаму – глава МОЗ* (ukrinform.ua). Синтагматичний аналіз показує, що ліва сполучуваність не вирізняється оригінальністю, йдеться про *нову вакцину, прибулу вакцину, китайську, індійську* тощо. Права сполучуваність як предикативний комплекс представлена окремими прикладами, оскільки цей концепт рідко виступає у функції суб'єкта: *вакцина прямує, захищає, запобігає; Дві вакцини від коронавірусу вже є в Україні* (Русское радио).

До периферії поля належать такі субконцепти, як *маска, червона (зелена тощо) зона, кисневий концентратор, група ризику, послаблення (карантину), послабити (карантин)*. Ліва сполучуваність лексем, що перебувають на периферії поля, є різноманітною, але, як і в негативному сегменті, сполуки слів позбавлені яскравої образності, у найкращому разі можна зафіксувати стерту метафору або метонімію (*червона зона, “британський” штаб, дитяча вакцина, інфекційний госпіталь, відкритий простір, рос. новые поставки, открытые страны*).

На окрему увагу заслугоує функціонування лексем із модальним значенням у структурі концептного поля заголовків «ковідних» публікацій. Суб'єктивну модальність передають переважно дієслова (*могти, прагнути, сподіватися*, рос. *надеяться*), прикметники (*повинний, можливий*, рос. *должен*), прислівники (*треба, варто*, рос. *можно*). Серед аналізованих медіаназв лексеми з модальною семантикою виявлені в 14 заголовках негативного змісту (що становить 6% від усіх найменувань цієї групи), у 8 нейтральних заголовках (7,3%) та у 20 назвах позитивного смислового наповнення (15,5%). Активне використання слів із модальним компонентом значення саме поміж заголовків позитивного інформаційного наповнення покликане посилити емоційний компонент, вплинути на читача, показати можливі шляхи запобігання розповсюдженню ковіду й перемоги над ним: *Євросоюз прагне до літа вакцинувати 70% дорослого населення* (ukrinform.ua), *Розширился список открытых для украинцев стран: куда можно поехать* (ЛІГА.net). Інформація негативного спрямування використовує модальні лексеми для пом'якшення сприймання гіпотетичного ускладнення ситуації з перебігом пандемії, пор.: *У Німеччині кількість COVID-випадків може сягнути 100 тисяч за добу – Інститут Коха* (ukrinform.ua), *В субботу еще одна область Украины может стать «красной». До локдауна останется последний шаг* (Страна.ua).

Окремо варто відзначити заголовки, у яких позитивна семантика формується на підставі заперечення негативної інформації – використанням частки **не** в позиції повного або часткового заперечення, наприклад: *Медичних працівників не будуть звільняти з роботи, якщо вони відмовляються робити щеплення від коронавірусу* (Радіо «Шансон»), *Тури-*

сти, які приїжджають до Таїланду, повинні відбути на карантині **не чотирнадцять днів, як раніше, а десять** (Радіо «Шансон»), або лексико-семантичними засобами: **Критика** вакцини Covishield є **безпідставною** (Uazmi.org), **ЄС відмовився від заборони на експорт COVID-вакцин** (РБК-Україна).

## 5. Висновки

Концептне поле COVID-19, представлене в 467 заголовках повідомлень медіа, в усіх оцінно-стилістичних варіантах являє собою простір із поділом на ядро, центр і периферію, де ядро – власне вищезазначений термін, центр і периферія – субконцепти, пов'язані з ядерним системно-функціональними відношеннями. Добір лексико-граматичних засобів і прийомів їх уживання формують оцінний потенціал заголовка і дають можливість представити інформацію про ситуацію в аксіологічній системі координат.

Мовні засоби різних сегментів поля мають спільні й відмінні функції. Спільність полягає в інформуванні населення про перебіг пандемії, боротьбу з хворобою, дії керівних органів і окремих людей – посадовців, лікарів тощо. Ці фрагменти поля презентовані в текстах через статистичні дані, ономастичну лексику, детермінологізовані медичні терміни, нейтральні зі стилістичного погляду слова й словосполуки. Також спільною рисою є представлення ядерного концепту, крім поодиноких випадків, у функції об'єкта, що відображає його існування в мисленні як утворення, яке протиставлене суб'єктові і з яким треба боротися.

Відмінність функцій полягає в реалізації конкретних завдань: у передаванні оцінного компонента інформації, що проявляється завдяки вживанню слів, у значенні яких уже закладено аксіологічний компонент, та у формуванні оцінки безпосередньо в контексті. Остання може створюватися через вибір компонентів із модальним значенням, що актуалізують поняття повинності та можливості боротьби з пандемією, через активізацію конотативних компонентів різного походження, вживання стилістичних засобів і прийомів.

Зіставляючи мовні засоби, що створюють аксіологічність заголовків, можна сказати, що найбільшою виразною силою характеризуються «негативні» назви. У цьому сегменті багато слів, конотативні компоненти яких або від початку закладені в слові, або виникають у межах словосполуки як ситуативно зумовлена оцінність. Навіть стерті метафори на тлі їх майже повної відсутності в нейтральному і позитивному сегментах поля спрацюють на експресивний результат. Порівняння з нейтральними заголовками засвідчує значно ширший спектр використовуваних слів і появу стертої образності на основі метафоризації або метонімізації висловлення. Це, безумовно, поглиблює негативний елемент у сприйнятті концепту і в його внутрішньому семантичному складі, що проявляється у конотативному значенні слова. Нейтральним зі стилістичного погляду, але психологічно обтяжливим для сприйняття «негативного» тексту і розуміння наявної ситуації, є використання слів із природно негативною семантикою, тобто слів на позначення тяжкого перебігу хвороби, ускладнень і смерті.

Грамматичні засоби найактивніше актуалізують свій стильовий потенціал у заголовках із негативним і частково із позитивним змістом.

Загалом можна стверджувати, що концептне поле COVID-19 у своїй мовній репрезентації в головній позиції текстів відображає ставлення медіа до пандемії, що висвітлюється в позитивно-негативних різновидах заголовків, і намагання шукати точку опори в цій ситуації через вираження свого ставлення в нейтральних текстах.

## References

1. Rizun, V., Havrylets, Yu., Petrenko-Lysak, A., Tukaiev, S., Ivaskevych, D., Popov, A. & Yachnik Yu. (2021) *Real media messages (RMM) on the topic of COVID-19 in the process of forming an experimental sample*, available at: [https://www.researchgate.net/publication/353935246\\_Realni\\_mediapovidomlenna\\_RMP\\_na\\_temu\\_COVID-19\\_u\\_procesi\\_formuvanna\\_eksperimentalnoi\\_vibirki](https://www.researchgate.net/publication/353935246_Realni_mediapovidomlenna_RMP_na_temu_COVID-19_u_procesi_formuvanna_eksperimentalnoi_vibirki) (accessed 23 October 2021).
2. Kozlovskaja, N.V. (Ed.) (2020), *New Words and Dictionaries of New Word*, ILI RAN, St. Petersburg, 220 p.
3. Stepanov, Ju. (2007), *Concepts. Thin Film of Civilization*, Jazyki slavjanskikh kul'tur, Moscow, 248 p.
4. Maslova, V. A. (2008), *Cognitive Linguistics*, TetraSystems, Minsk, 272 p.
5. Prihod'ko, A. N. (2013), *Concepts and Concept Systems*, Belaja E. A., Dnepropetrovsk, 307 p.
6. Bricyn, V. M., Rahilina, E. V., Reznikova, T. I. & Javorskaja, G. M. (Eds.) (2009), *Concept of "Pain" in Typological Coverage*, Vydavnychi Dim Dmytra Buraho, Kyiv, 424 p.
7. Zhabotinskaja, S. A. (2017), "Narrative political concepts: the methods of linguo-cognitive analysis", in Petliuchenko, N. V. (Ed.), *Concepts and Contrasts*, Izdatel'skij dom "Gel'vetika", Odessa, 632 p.
8. Radziievska, T. V. (2010), *Essays on Conceptual Analysis and Text Linguistics. Text – Society – Culture – Linguistic Identity*, DP "Inform.-analit. agentstvo", Kyiv, 491 p.
9. Vorobjova, O. P. (2013), "Conceptology in Ukraine: an overview of problems", in Levickij, A. Je., Potapenko, S. I., Vorob'eva, O. P. et al. (Eds.), *Linguoconceptology: Promising Areas*, LNU im. T. Shevchenko, Lugansk, 624 p.
10. Golovanova, E. I. (2013), "Cognitive terminology studies: problems, tools, directions and development prospects", *Vestnik Cheljabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Filologija. Iskustvovedenie [Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art History]*, no. 24 (315), vol. 82, pp. 13-18.
11. Sabadash (Plysak), D. V. (2015), "The structure of a term-concept in the light of linguocognitive researches", *Odeskyi Linhvistychnyi Visnyk [Odesa Linguistic Bulletin]*, no. 5, pp. 129-133.
12. Kozhyna, M. N. (1987), "On linguistic and speech expression and its extralinguistic rationale", *Problemy Jekspressivnoj Stilistiki [Problems of Expressive Stylistics]*, RGPI, Rostov-on-Don, 210 p.
13. Janko, T. E. (1998), "A person and the world in the communicative structure of sentence", *Logicheskij Analiz Jazyka. Obraz Cheloveka v Zerkale Raznyh Jazykov i Kul'tur [Logical Analysis of Language. The Image of a Person in the Mirror of Different Languages and Cultures]*, Indrik, Moscow, pp. 205-220.

Submitted 29.10.2021

## Список літератури

1. Реальні медіаповідомлення (РМП) на тему COVID-19 у процесі формування експериментальної вибірки / Різун В., Гаврилець Ю., Петренко-Лисак А., Тукаєв С., Попов А., Іваскевич Д., Ячнік Ю. Київ, 2021. URL : [https://www.researchgate.net/publication/353935246\\_Realni\\_mediapovidomlenna\\_RMP\\_na\\_temu\\_COVID-19\\_u\\_procesi\\_formuvanna\\_eksperimentalnoi\\_vibirki](https://www.researchgate.net/publication/353935246_Realni_mediapovidomlenna_RMP_na_temu_COVID-19_u_procesi_formuvanna_eksperimentalnoi_vibirki) (дата звернення : 23.10.2021).

2. Новые слова и словари новых слов. 2020 / Отв. ред. Н. В. Козловская. Санкт-Петербург : ИЛИ РАН, 2020. 220 с.
3. Степанов Ю. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. Москва : Языки славянских культур, 2007. 248 с.
4. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. Минск : ТетраСистемс, 2008. 272 с.
5. Приходько А. Н. Концепты и концептосистемы. Днепропетровск : Белая Е. А., 2013. 307 с.
6. Концепт «Боль» в типологическом освещении / Ред. В. М. Брицын, Е. В. Рахилина, Т. И. Резникова, Г. М. Яворская. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2009. 424 с.
7. Жаботинская С. А. Нарративные политические концепты: Методика лингвокогнитивного анализа // Концепты и контрасты : монография. Одесса : Издательский дом «Гельветика», 2017. С. 30–40.
8. Радзівєвська Т. В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – соціум – культура – мовна особистість. Київ : ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2010. 491 с.
9. Воробьева О. П. Концептология в Украине: Обзор проблематики // Лингвоконцептология : перспективные направления : монография / А. Э. Левицкий, С. И. Потапенко, О. П. Воробьева и др. Луганск : ЛНПУ им. Т. Шевченко, 2013. С. 10–37.
10. Голованова Е. И. Когнитивное терминоведение: проблематика, инструментарий, направления и перспективы развития // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. Вып.82. №24 (315). С. 13–18.
11. Сабадаш (Плисак) Д. В. Структура терміноконцепту у світлі лінгвокогнітивних досліджень // Одеський лінгвістичний вісник. 2015. №5. С. 129–133.
12. Кожина М. Н. О языковой и речевой экспрессии и ее экстралингвистическом обосновании // Проблемы экспрессивной стилистики. Ростов-на-Дону : РГПИ, 1987. 210 с.
13. Янко Т. Е. Человек и мир в коммуникативной структуре предложения // Логический анализ языка. Образ человека в зеркале разных языков и культур. Москва : Индрик, 1998. С. 205–220.

Надійшла до редколегії 29.10.2021