

IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.81.6>

UDC 81`42+070:82-92(477/438)

**Evolution of Concept Space of Headlines
of Ukrainian and Polish Media Texts
on the Topic of COVID-19**

Serhii Borshchevskyi

<https://orcid.org/0000-0002-5538-8036>

*PhD (Philology), 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: svbor@ukr.net

ABSTRACT

The article focuses on the study of linguistic (lexico-semantic and grammatical) means of providing the objective information in collective risk situations for Ukraine as well as its immediate neighbors, namely Poland, on two front lines at a time: on the COVID-19 front line, which has been held back for two and a half years, and the Russian-Ukrainian one, which entered its hottest phase on 24 February 2022.

The objective of the study is to identify the evolutionary changes of the COVID-19 concept field during three days (23.02.2022 – 25.02.2022) based on the titles of Ukrainian and Polish news media texts in their axiological variability. The analysis of concept space is founded both on the principles of frequency of use of lexemes and word combinations, which reflect the course of events related to the coronavirus pandemic, and on the evaluative division of headlines which have neutral, positive or negative connotations.

Methodology. The main methods used in the study are contextual, syntagmatic and component analyses. *Contextual analysis* has allowed us to determine how and by which linguistic means the concept COVID-19 and its concept field are presented. It has also made it possible to show the linguistic means representing the journalists' desire to convey information to the audience and enabled us to demonstrate the relationship between the nature of linguistic interpretation and the variants of the texts' axiological paradigm. *Syntagmatic analysis*, i.e. the analysis of left and right word combinability in the media text, has revealed the subject-object relations in

presentation of the concept and the degree of saturation of the concept field with metaphorical models based on the axiological principles. *Component analysis* has unveiled the specific features of the meaning structure of individual lexical-semantic variants of words.

Results. The main results of the study of 111 headlines of Ukrainian (56) and Polish (55) media messages are *development of the COVID-19 concept field* based on representation of the medical term as a nuclear concept in the subject-object relations within the headline complex and *identification of evolutionary* (quantitative and qualitative) *changes* during the above mentioned three-day period. The most important changes are a *significant decrease* in the number of COVID publications under the influence of extra-lingual factors (the start of active hostilities in Ukraine on 24 February 2022) as well as *situational convergence*, i.e. contextually induced overlapping of subnuclear zone verbalisers of several concepts in the headlines of the positive segment in both Ukrainian (COVID-19 – ВІЙНА – ДОПОМОГА – АРМІЯ – ЖИТТЯ) and Polish (COVID-19 – WOJNA – POMOC) media space.

Conclusions. It has been established that the linguistic means of different evaluative segments of the field have common and distinctive features. The commonality consists in informing the citizens about the course of events, while the difference lies in the ways the evaluative component of information is conveyed. The lexical and grammatical means are more actively used to actualize their semantic and stylistic potential in the headlines with negative and positive content. The problem of presenting the objective information seems to be multifaceted. In particular, it applies to coverage of the events during a period of active addressing both virtual (abstract) and real (concrete) threats. Solving this problem presupposes going beyond linguistics into the realm of psychology, neurolinguistic programming, geopolitical studies, social communication, and other related disciplines.

KEYWORDS: headline, concept field; COVID-19; convergence; axiological variability.

УДК 81'42+070:82-92(477/438)

Еволюція концептного простору заголовків українських і польських медіатекстів на тему COVID-19

Борищевський Сергій Вікторович, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, доцент кафедри мови та стилістики, канд. філол. наук <https://orcid.org/0000-0002-5538-8036>

Резюме

Статтю присвячено вивченню лінгвальних (лексико-семантичних та граматичних) засобів подання об'єктивної інформації в умовах колективної небезпеки як для України, так і для найближчих країн-сусідів, а саме Польщі, відразу на двох фронтах: «ковідному», який стримуємо впродовж двох із половиною років, та російсько-українському, який перейшов у найгарячішу фазу 24.02.2022 р. Метою розвідки є ідентифікація еволюційних змін концептного поля COVID-19 упродовж трьох днів (23.02.2022 – 25.02.2022) на основі заголовків українських і польських новинних медіатекстів у їхній аксіологічній варіативності. Аналіз концептного простору базується на 1) принципах частотності вживання лексем і

словосполук, що відображають перебіг подій, пов'язаних із пандемією коронавірусу; 2) оцінному членуванні заголовків як нейтральних, позитивно або негативно маркованих.

Методологія. Основними методами дослідження є методи контекстуального, синтагматичного та компонентного аналізу. *Контекстуальний аналіз* дав змогу визначити, у який спосіб та якими мовними засобами представлено концепт COVID-19 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*, тобто аналіз лівої і правої сполучуваності слів у медіатексті, виявив суб'єктно-об'єктні відношення у презентації концепту і міру насиченості концептного поля метафоричними моделями, що спираються на аксіологічні засади. *Компонентний аналіз* розкрив особливості структури значення окремих лексико-семантичних варіантів слів.

Головними **результатами** дослідження 111 заголовків українських (56) і польських (55) медіаповідомлень є розбудова концептного поля COVID-19 на засадах представлення медичного терміна як ядерного концепту в суб'єктно-об'єктних відношеннях у межах заголовкового комплексу та ідентифікація еволюційних (кількісно-якісних) змін досліджуваного поля впродовж зазначеного триденного терміну, серед яких найважливішими є відчутне *зменшення кількості* ковідних публікацій під впливом екстралінгвальних чинників (початком активних воєнних дій в Україні 24.02.2022 р.), а також *ситуативна конвергенція*, а саме контекстуально зумовлене накладання вербалізаторів пріядерних зон кількох концептів у заголовках позитивного сегмента як в українському (COVID-19 – ВІЙНА – ДОПОМОГА – АРМІЯ – ЖИТТЯ), так і в польському (COVID-19 – WOJNA – ROMOC) медіапросторі.

Висновки. Виявлено, що мовні засоби різних оцінних сегментів поля мають спільні й відмінні риси. Спільність полягає в інформуванні громадян про перебіг подій, а відмінність – у способах передавання оцінного компонента інформації. Лексичні та граматичні засоби більшою мірою актуалізують свій семантико-стилістичний потенціал у заголовках із негативним і позитивним змістом.

Проблема подання об'єктивної інформації видається багатогранною, зокрема це стосується й висвітлення подій у період активного протистояння як віртуальним (абстрактним), так і реальним (конкретним) загрозам. Розв'язання цієї проблеми передбачає вихід за межі лінгвістики в царину психології, нейролінгвістичного програмування, геополітичних студій, соціальних комунікацій та інших суміжних дисциплін.

Ключові слова: заголовок; концептне поле; COVID-19; конвергенція; аксіологічна варіативність.

1. Вступ

Уже понад два з половиною роки увага всіх світових медіа зосереджена на пандемії виявленого наприкінці 2019 року в Китаї нового типу коронавірусу SARS-CoV-2, що викликає захворювання, яке умовно стали позначати аббревіатурою COVID-19. Починаючи з останньої декади лютого поточного 2022 року фокус українських та більшості зарубіжних засобів масової інформації (зокрема й новинних ЗМІ Польщі), було переміщено на активне висвітлення відкритої збройної агресії Російської Федерації проти нашої держави.

Беручи до уваги частоту згадування коронавірусної хвороби в інформаційному полі, її роль у житті світової спільноти, цінність перемоги над нею, укорінення явища в суспільній свідомості, українські дослідниці І. Мариненко та Н. Шумарова цілком слушно

розглядають номен COVID-19 як концепт, а його взаємодію з іншими концептами як концептне поле, найважливіші сегменти якого представлено в українському інформаційному просторі [1, с. 3].

Концепт є основним семантичним поняттям у когнітивній парадигмі й досліджується з позицій власне когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології. Упродовж останніх десятиліть у мовознавстві сформувався цілий калейдоскоп дефініцій цього поняття (А. Вежицька, Д. Лихачов, Ю. Степанов, І. Голубовська, С. Жаботинська, В. Маслова, В. Манакін та ін.), проте представники обох напрямів погоджуються зі знаменитим метафоричним визначенням Ю. Степанова⁵⁹, який називає концепти «згустками смислу», емоційно важливими для носія мови; «згустками», в яких немає «знання» поза «емоціями», чим концепти і відрізняються від «понять просто» [2, с. 114].

Накопичений лінгвоконцептологією досвід підсумовано в монографічному дослідженні А. Приходька [3], що його присвячено аналізу онтологічної сутності концептів і їх системній організації в руслі когнітивно-дискурсивної парадигми знання.

Пропонована нижче публікація є розширеною та поглибленою версією нашої доповіді на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми медіапростору» (14 квітня 2022 року, м. Київ), зі змістом якої можна ознайомитись за посиланням [4].

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчення лінгвальних (лексико-семантичних та граматичних) засобів подання об'єктивної інформації в умовах колективної небезпеки як для України, так і для найближчих країн-сусідів, зокрема Польщі, відразу на двох фронтах: «ковідному», який стримуємо впродовж двох із половиною років, та російсько-українському, який перейшов у найгарячішу фазу 24.02.2022 р. Автор показує, як еволюціонує концептне поле детермінологізованого поняття в українському і польському медіапросторі, які засоби створюють і реалізують його оцінний потенціал, адже «саме концепти (...) містять у своїй структурі не лише поняття, а й ставлення до нього, що проявляється у мовній практиці суспільства» [1, с. 3].

Метою цієї розвідки є ідентифікація еволюційних змін концептного поля COVID-19 упродовж трьох днів на основі заголовків українських і польських новинних медіатекстів у їхній аксіологічній варіативності.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких *завдань*:

1. Схарактеризувати ядро, центр і периферію концептного поля COVID-19, а також окреслити його емоційно-сміслову структуру в кожному сегменті.

2. Визначити мовні засоби формування оцінного компонента заголовків і можливості метафоризації/метонімізації залежно від характеру аксіологізації в українській і польській мовах.

3. З'ясувати наявність/відсутність кількісних та якісних (аксіологічних) трансформацій, а також можливих кореляцій між концептами COVID-19 і ВІЙНА (WOJNA) під впливом екстралінгвальних чинників, у нашому випадку – початку активних воєнних дій 24.02.2022 року.

Автором було проведено моніторинг медіаповідомлень про пандемію COVID-19 за період з 23.02.2022 до 25.02.2022, тобто наше дослідження охоплює медіаповідомлення, що з'явилися 1) напередодні, 2) в день, 3) на наступний день після оголошення воєнного стану в Україні через початок відкритої збройної агресії Російської Федерації.

⁵⁹ Стаття містить посилання на фундаментальні праці російських класиків теоретичного мовознавства, що їх цитують як у багатьох українських, так і в зарубіжних виданнях упродовж останніх 30 років. Йдеться про першоджерела, автори яких або померли до початку гібридної війни 2014 року, або відкрито не підтримують повномасштабну збройну агресію РФ проти України.

До моніторингу в українському сегменті було включено 7 найбільш рейтингових та популярних новинних інтернет-ЗМІ України за версією міжнародної дослідницької компанії Gemius⁶⁰, а саме «Українська Правда» (<https://pravda.com.ua>), «ТСН» (<https://tsn.ua>), «Новое Время» (<https://nv.ua>), «УНІАН» (<https://unian.net>), «Сьогодні» (<https://segodnya.ua>), «Обозреватель» (<https://obozrevatel.com>), «24 канал» (<https://24tv.ua>). З метою уникнення повторів у вибірці ми не розглядали корпус заголовків відповідної рубрики агрегатора новин ukr.net.

У польському сегменті об'єктом нашого дослідження виступили заголовки медіатекстів 7 з топ-15 новинних інтернет-ресурсів, які згідно зі звітом Інституту моніторингу медіа (Instytut Monitorowania Mediów) у лютому 2022 року найбільше впливали на формування громадської думки в Польщі (*najbardziej opiniotwórcze media lutego 2022*)⁶¹, а саме: «Rzeczpospolita» (<https://www.rp.pl>), «Polskie Radio 24» (<https://polskieradio24.pl>), «Interia.pl» (<https://www.interia.pl>), «Fakt» (<https://www.fakt.pl>), «Gazeta Wyborcza» (<https://www.wyborcza.pl>), «Dziennik Gazeta Prawna» (<https://www.gazetaprawna.pl>), «Radio Zet» (<https://radiozet.pl>).

Пошук медіатекстів здійснювався за ключовими словами за допомогою вбудованих пошукових механізмів офіційних сайтів вищезгаданих українських і польських ресурсів, у розділі «Архів» (польськ. «Archiwum»), а також у рубриках «COVID-19» або «Коронавірус» (польськ. «Koronawirus»).

2. Теоретичне підґрунтя

У цій розвідці йдемо за В. Масловою, яка розглядає концепт як семантичне утворення, з відчутною лінгвокультурною специфікою, що певним чином характеризує носіїв конкретної етнокультури. Концепт, на переконання В. Маслової, «оточений емоційним, експресивним, оцінним ореолом (...) Це той «жмуток» уявлень, понять, знань, асоціацій, переживань, який супроводжує слово та поняття, ним виражене. Концепти – предмет емоцій, симпатій і антипатій, а іноді й зіткнень різних думок» [5, с. 28]. При цьому саме лексико-семантичний рівень є найбільш чутливим до так званого «тиску дійсності», а отже, найяскравішим чином передає своєрідність семантичних обрисів моделі світу, дозволяючи побачити реальну класифікацію людського досвіду, так би мовити, «суб'єктивну реальність» того чи іншого народу [6, с. 48].

Концепти досліджуються на основі сполучуваності, переважно предикативної, рідше атрибутивної, комплементарної, інколи враховуються широкі мовні контексти [7, с. 153]. Концептуальний аналіз дає змогу вивчати профілі будь-яких концептів, в тому числі детермінологізованих медичних понять, до яких зараховуємо й COVID-19.

Висока «реактивність» працівників медіасфери і, як наслідок, підвищена чутливість медіатекстів до згаданого вище «тиску дійсності» сприяють якнайшвидшому, часом блискавичному висвітленню нових реалій та породжених ними викликів. До таких викликів належать як боротьба з пандемією коронавірусу, що її було проголошено в березні 2020 року, так і боротьба на російсько-українському фронті.

Відомо, що квінтесенцією смислу, закладеного в кожному конкретному тексті, є заголовок, основною функцією якого є привернення уваги читача, стимулювання його до

⁶⁰ Детальніше з результатами спеціального дослідження частоти відвідування українцями новинних онлайн-ресурсів після початку чергової фази агресії РФ проти України (21-25 лютого 2022 року) можна ознайомитись за посиланням: <https://www.gemius.com/advertisers-news/the-internet-and-news-websites-after-the-russian-aggression-against-ukraine.html>

⁶¹ Детальніше з результатами звіту Інституту моніторингу медіа за лютий 2022 року можна ознайомитись за посиланням: <https://www.imm.com.pl/rmf-fm-kolejny-raz-liderem-rankingu-najbardziej-opiniotworczych-mediow-na-podium-niezmiennic-one-i-wirtualna-polska/>

прочитання тексту й актуалізації того смислу, що виділений концептом у вигляді ключового, опорного слова [1, с. 4].

Серед українських мовознавців і дослідників у царині соціальних комунікацій активно вивчали роль заголовка В. Різун, В. Карпенко, О. Мелешенко, Л. Грицюк, В. Тарасюк, Л. Павлюк та ін. Упродовж 2020-2022 рр. з'явилися окремі публікації, предметом вивчення яких став аксіологічний аспект заголовного комплексу медійних текстів, тематично пов'язаних із пандемією коронавірусу [8; 1], а деякі зарубіжні дослідники здійснили спроби контент-аналізу аксіологічно маркованих дописів у соціальних мережах [9] і статей у жіночій пресі під час запровадження пандемічних обмежень [10]. Водночас бракує студій, присвячених проблемі еволюції концептного простору заголовків медіатекстів на тему COVID-19, що й зумовлює актуальність нашої розвідки.

3. Методи дослідження

Під час роботи над текстами заголовків нами було використано *контекстуальний аналіз*, що дав змогу визначити, у який спосіб та якими мовними засобами представлено досліджуваний концепт і його концептне поле; *синтагматичний аналіз*, а саме аналіз лівої і правої сполучуваності слів у тексті, що послідовно й чітко демонструє розуміння й презентацію зазначеного концепту у свідомості як автора/авторів тексту, так і реципієнтів; *компонентний аналіз* для виявлення особливостей структури значення окремих лексико-семантичних варіантів слів.

4. Результати й обговорення

Аналіз новинних інтернет-ресурсів дав змогу виявити 111 медіаповідомлень із майже повним паритетом у представленні українського та польського сегментів (56 і 55 одиниць відповідно). В аксіологічній парадигмі досліджених матеріалів (див. рис. 1) нейтральні тексти українського сегмента становили 14,3% від загальної кількості текстів із заголовками, негативні – 48,2%, позитивні – 37,5%, причому майже всі матеріали, тематично пов'язані з пандемією коронавірусу (51 із 56, або 91%), датуються 23 лютого 2022 року.

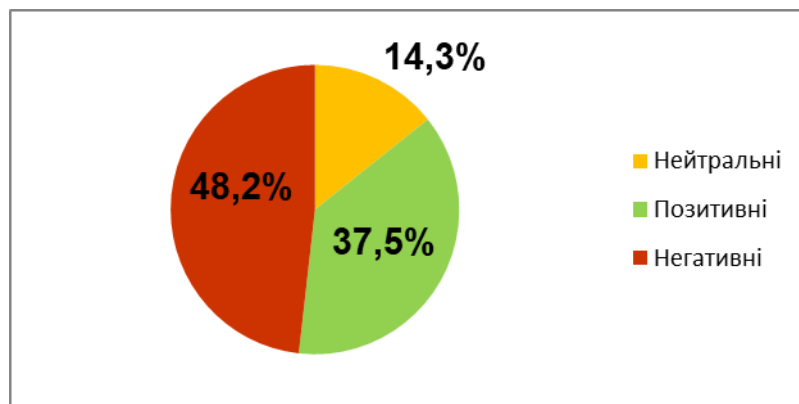


Рисунок 1. Аксіологічна дистрибуція заголовків в українському медіапросторі

Водночас спостерігаємо істотні відмінності в аксіологічній (рис. 2) і хронологічній (рис. 3) дистрибуції польського матеріалу: нейтральні заголовки становлять 21,8% від загальної кількості, негативні – 30,9%, позитивні – 47,3%. При цьому не зафіксовано чіткої «прив'язки» публікацій до дати 23 лютого поточного року: 24.02.2022 маємо 7 повідомлень у дослідженому сегменті польських медіа, 25.02.2022 – вже 14, тобто на

23.02.2022 припадає 61,8% «ковідних» публікацій проти 91% в українському медіапросторі.

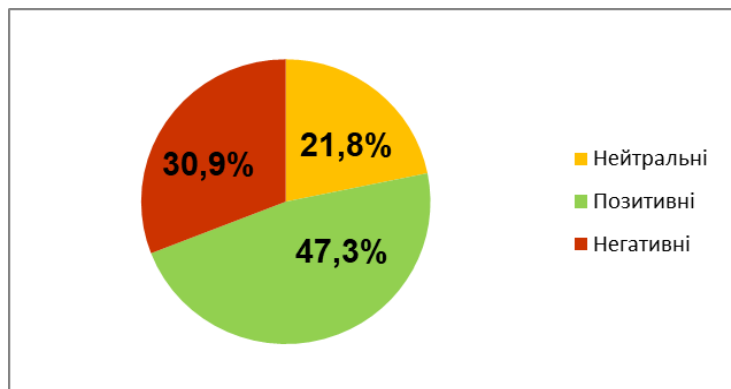


Рисунок 2. Аксиологічна дистрибуція заголовків у польському медіапросторі

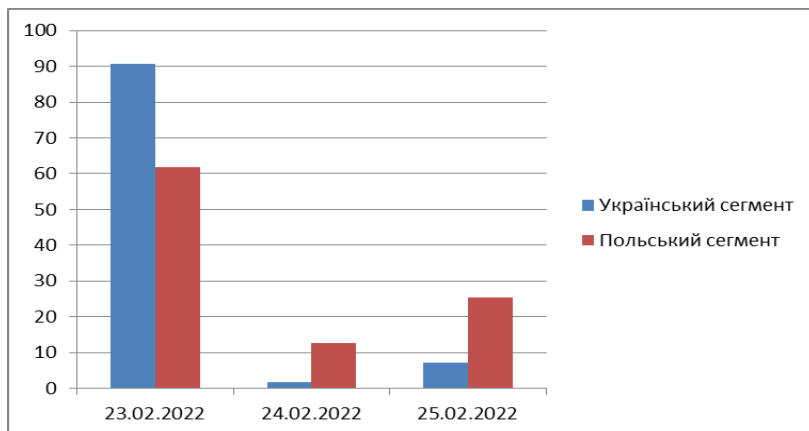


Рисунок 3. Хронологічна дистрибуція публікацій (у відсотках)

Концептне поле нейтральних заголовків

В українському медіапросторі заголовки, які можна зарахувати до нейтральних з погляду передбачуваної реакції читача, кількісно є значно меншими порівняно з оцінно-експресивно забарвленими і становлять приблизно сьому частину (14,3%) від усіх зафіксованих. Уже те, що їх виявлено достатньо мало, свідчить про надзвичайну емоційну дражливість теми для пересічного українського 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 або від початку вакцинальної кампанії в Україні, порушують питання про бустерну дозу вакцини, зміни до правил використання флаконів з COVID-вакцинами, уточнення щодо наявності/відсутності протипоказань до вакцинації), б) статистичні дані щодо кількості інфікувань та одужань у конкретний день пандемії.

Презентантами ядра поля COVID-19 у заголовковому комплексі є його номінативні дублети *ковід* (*Covid*) і *коронавірус*, а приядерними компонентами, що їх можна зарахувати до центра концептного поля, є (*бустерна*) *вакцина*, *вакцинація*, *щеплення*, *щепити*. Сюди ж зараховуємо прикметник-новотвір *ковідний*, який набув широкої популярності від початку пандемії, особливо після запровадження так званих «ковідних сертифікатів» – неофіційних найменувань паспортів вакцинації. Можемо констатувати, що набір лексем-об'єктиваторів приядерних компонентів досліджуваного поля не вирізняється особливою різноманітністю, проте саме ці явища, предмети і процеси якнайтісніше пов'язані з ядерним концептом, є найголовнішими складниками ментально-психологічного сценарію боротьби з хворобою. Крім того, нагадаємо, що матеріалом дослідження став триденний «зріз» інформації, тому зрозуміло, що в заголовки винесено квінтесенцію осмислення подій саме цього періоду.

Термін *коронавірус* як абсолютний синонім до *COVID-19* є активно вживаним словом у заголовковому комплексі, проте згідно з нашим дослідженням поступається за частотою використання вищезазначеній аббревіатурі (13 проти 23 випадків уживання). 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 який спрямована увага й активні дії суспільства, напр.: *щеплення проти коронавірусу* (24tv.ua), *щепити від COVID-19* (Новое Время).

Основним засобом боротьби з небезпечною 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 у словосполученнях, що передають різні смислові актуалізації, зокрема підсилювальний характер вакцини (*Бустерна вакцина*), а також зміни до правил використання контейнерів/ємностей з вакцинами, напр.: *У МОЗ дозволили відкривати флакон з COVID-вакциною для одного пацієнта* (ТСН).

Нейтральні заголовки польських медіатекстів тематично поділяються на дві основні групи: а) вакцинація (обов'язковість цієї процедури для дорослих та особливості щеплення дітей), б) статистичні дані щодо кількості інфікувань та одужань у конкретний день перебігу пандемії на території Польщі.

На відміну від українського сегмента польські заголовкові комплекси демонструють майже повний паритет у вживанні презентантів ядра поля – номінативних дублетів *COVID-19* та *koronawirus* (12 і 13 випадків відповідно). Приядерними компонентами, що їх можна зарахувати до центра досліджуваного концептного поля, є іменники *raport* «звіт», *dane* «дані», *szczepienie* «вакцинація», які виступають 1) об'єктиваторами пильної уваги польського суспільства до епідемічної статистики та 2) індикаторами зорієнтованості уряду й громадськості на створення стійкого спільного імунітету до небезпечної хвороби. У польських заголовках також натрапляємо на прикметник-новотвір *covidowy*, що відповідає українському новотвору *ковідний*, проте найбільш частотним прикметником в атрибутивних словосполученнях польського матеріалу є *nowy* «новий; останній; свіжий», вживаний у позитивному й найвищому ступенях, напр.: *Ile nowych przypadków COVID-19 w Polsce? Znamy dane resortu zdrowia* «Скільки нових випадків COVID-19 у Польщі? Стали відомі дані Мінздоров'я» (Polskie Radio 24)⁶²; *Koronawirus w Polsce*.

⁶² Тут і далі переклад польських заголовків наш (С. Б.)

Kraska zdradził najnowsze dane «Коронавірус у Польщі. Краска⁶³ оприлюднив останні дані» (Interia.pl).

Концептне поле позитивних заголовків

Заголовки, які можна зарахувати до позитивних, становлять приблизно третину (33,9%) від усіх зафіксованих в українському сегменті. Тематично вони поділяються на такі основні групи: а) зменшення кількості нових або летальних випадків COVID-19; б) послаблення карантинних обмежень; в) дії українського уряду в період пандемії, пов'язані з розробленням вітчизняної вакцини проти коронавірусу, а також із запровадженням заходів стимулювання/заохочення населення до вакцинації.

При цьому в заголовках публікацій, що з'явилися на другий день після початку повномасштабної війни РФ проти України (25.02.2022 р.), зафіксовано переосмислення запроваджених заходів стимулювання населення до вакцинації в умовах нових воєнних реалій шляхом розширення сфери використання бюджетних коштів, а саме окреслення можливості переказати ковідну 1000 грн на підтримку української армії. Як наслідок відбувається **ситуативна конвергенція**, тобто контекстуально зумовлене накладання вербалізаторів приядерних зон концептів COVID-19 – ВІЙНА – ДОПОМОГА – АРМІЯ – ЖИТТЯ в одному заголовковому комплексі: *"Ковідна тисяча": гроші з "єПідтримки" можна переказати на підтримку армії фонду "Повернись живим" (ТСН).*

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*. Синтагматичний аналіз яскраво ілюструє еволюцію концептуальних уявлень українців про способи й засоби подолання епідемії, що засвідчується лівою сполучуваністю вищезгаданого концепту. Якщо рік тому йшлося про *нову вакцину, прибулу вакцину, китайську, індійську* тощо [1, с. 8], то в поточному 2022 році в позитивному оцінному сегменті медіатекстів найчастіше натрапляємо на словосполучення *українська вакцина*, напр.: *Про скасування карантину, українську вакцину та COVID-ліки: інтерв'ю з Віктором Ляшком* (24tv.ua).

При цьому сподівання на вироблення спільного імунітету пов'язані не стільки з вакциною або COVID-ліками, скільки з поширенням нового штаму Омикрон, який вирізняється високою контагіозністю, проте, за свідченням лікарів, рідко викликає ускладнення, напр.: *Чи допоможе Омикрон створити колективний імунітет, який зупинить епідемію* (24tv.ua). Загалом заголовки мають фактуально-стверджувальний характер, проте деякі з них містять елементи суб'єктивної модальності, які відбивають сумніви носіїв мови, що й засвідчує інтерогативна форма заголовкового комплексу в наведеному вище прикладі.

Варто відзначити, що позитивної емоційності додає заголовкам використання метафор, напр.: *Світло в кінці тунелю. ВООЗ повідомила про зниження кількості нових випадків COVID-19* (Новое Время).

Позитивні заголовки польських медіатекстів становлять, як уже зазначалося, приблизно половину (47,3%) від усіх зафіксованих. Тематично вони поділяються на такі основні групи: а) послаблення або скасування низки карантинних обмежень; б) поява ліків або нової вакцини проти коронавірусу; в) допомога польського уряду українським біженцям, зокрема й безкоштовні щеплення проти COVID-19.

Приядерними компонентами, що їх зараховуємо до центра досліджуваного концептного поля COVID-19 й розглядаємо як субконцепти, є іменники *potoc* «допомога», *szczepionka* «вакцина», *szczepienie* «вакцинація», а також синонімічний ряд *limity – obostrzenia – restrykcje* «обмеження», які виступають 1) об'єктиваторами пильної уваги польського суспільства до подій на міжнародній арені + готовності допомагати іноземним громадя-

⁶³ Вальдемар Краска (Waldemar Kraska) – польський урядовець, заступник голови (віцеміністр) МОЗ Польщі.

нам, які опинились у небезпеці; 2) індикаторами важливості зняття (або принаймні послаблення) ковідних обмежень для відновлення національної економіки.

У суб'єктно-об'єктних презентаціях вищезгаданих субконцептів значно переважає «об'єктний варіант», напр.: "*Chcemy poluzować pewne obostrzenia*". *Wiceminister zdrowia o planach resortu* «Ми хочемо послабити деякі обмеження». Заступник міністра про плани Мінздоров'я» (Polskie Radio 24); *Rząd znosi restrykcje covidowe. Zmiany już od 1 marca!* «Уряд скасовує ковідні обмеження. Зміни вже з 1 березня!» (Dziennik Gazeta Prawna); *Rząd luzuje obostrzenia. Wracamy do normalności?* «Уряд послаблює обмеження. Повертаємось до нормального життя?» (Radio Zet). Синтагматичний аналіз показує, що ліва сполучуваність не вирізняється оригінальністю, йдеться про використання синонімічних або співвідносних за значенням дієслів активної дії *znosić* «знімати, скасовувати», *luzować* «послаблювати» тощо. Загалом заголовки позитивного сегмента мають фактуальностверджувальний характер, проте деякі з них містять елементи суб'єктивної модальності, зокрема відбивають радість або сумніви носіїв мови, що їх засвідчують відповідно окличні та питальні форми в наведених вище прикладах.

Периферія концептного поля представлена субконцептом *maseczka* «(медична) маска», на який натрапляємо лише у двох заголовках позитивного сегмента: *Rząd znosi większość obostrzeń. Zostają maseczki* «Уряд знімає більшість обмежень. Маски залишаються» (Interia.pl); *Premier: znosimy większość restrykcji, maseczki w miejscach publicznych nadal obowiązkowe* «Прем'єр: ми скасовуємо більшість обмежень, маски в громадських місцях залишаються обов'язковими» (Polskie Radio 24).

Вартим уваги є той факт, що в заголовках польських публікацій, які з'явилися на другий день після початку повномасштабної війни РФ проти України (25.02.2022 р.), зафіксовано переосмислення польським суспільством запроваджених заходів імунологічного контролю в умовах нових воєнних реалій сусідньої держави шляхом надання можливості біженцям із України отримати безкоштовні щеплення проти COVID-19 на території Польщі, напр.: *Na uchodźców z Ukrainy czekają w Polsce punkty pomocy* «На біженців з України в Польщі чекають пункти допомоги» (Polskie Radio 24); *MZ wprowadziło możliwość szczepienia Ukraińców przeciw Covid-19* «МОЗ надав українцям можливість вакцинуватися проти Ковід-19» (Dziennik Gazeta Prawna); *MZ: darmowe szczepienia na COVID-19 dla uchodźców z Ukrainy* «МОЗ: безкоштовні щеплення проти COVID-19 для біженців з України» (Radio Zet). Таким чином, спостерігаємо схожу до виявленої в українському медіапросторі ситуативну конвергенцію, проте накладання вербалізаторів приядерних зон відбувається за лінією концептів COVID-19 – WOJNA – POMOC, при цьому йдеться про допомогу не українській армії, а звичайним громадянам.

Концептне поле негативних заголовків

Заголовки з негативним смисловим наповненням становлять близько половини (48,2%) від загальної кількості аналізованих одиниць, що майже збігається з даними, які було отримано дослідниками навесні 2021 року [1]. Емоційно-експресивного забарвлення їм надають лексеми, що містять конотативний компонент, який сприймається реципієнтом як негативний. З-поміж синонімічних відповідників до ядерного концепту COVID-19 найактивніше використовується *пандемія*, часто навіть без конкретизації назвою захворювання. Ця номінація є ширшою за вищезгаданий ядерний концепт, оскільки позначає «масштабність» захворюваності й територію поширення, що дозволяє включити її до приядерної зони досліджуваного концептного простору.

До периферії досліджуваного семантичного поля належать лексеми *варіант* (Омікрон), *жовта* зона (карантину), *постковідний* синдром, *тест* (на коронавірус), *прогноз* (поширення). Найбільш частотними серед дієслів виявилися дієслова на позначення активної дії: *підвищити*, *скоротити*, *відмовитися*, *виявити*, *забрати*.

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 владних структур у напрямі боротьби з COVID-19 або зі зловживаннями на COVID-закупівлях, в) про зростання числа летальних випадків, г) про небезпечні наслідки хвороби для осіб із груп ризику.

Одна з найактуальніших тем стосовно коронавірусу – збільшення кількості хворих: усі залучені до дослідження медіа за результатами щоденного ранкового брифінгу Міністра охорони здоров'я публікують статистику щодо перебігу пандемії протягом останньої доби як в Україні (*Covid забрав життя 105 тисяч українців, за добу – 297 смертей* (Українська правда)), так і за її межами (*Коронавірус вразив ще 1,6 млн осіб: що відбувається із захворюваністю в світі. Хроніка на 23 лютого* (Обозреватель)).

Загалом майже половина заголовків із негативним смисловим наповненням (48,1%) присвячені питанню коронавірусної статистики. Слід зауважити, що в цій категорії майже немає слів, ужитих у переносному (метафоричному) значенні. З-поміж усього корпусу негативно забарвлених заголовків нами виявлено лише два випадки вживання метафори: *Covid забрав життя 105 тисяч українців, за добу – 297 смертей* (Українська правда); *COVID-19 будет бить новые рекорды? Ученые рассказали, чего ждать украинцам в марте* (Сегодня). У наведених вище прикладах автори інформаційних повідомлень застосовують перенесення значення у сполученні іменника-підмета з дієсловом-присудком.

Усю групу польських заголовків з негативною емоційно-експресивною оцінкою можна розподілити на три підгрупи: а) про збільшення кількості інфікованих або померлих, б) про неефективність дій владних структур Польщі в боротьбі з COVID-19 або з наслідками впливу пандемії на польську економіку, в) про роль коронавірусу в загостренні супутніх хвороб.

Понад половина заголовків із негативним смисловим наповненням (52,4%) присвячена питанню коронавірусної статистики. До центра досліджуваного поля потрапляють ширші та вужчі за ядерний концепт номінації *pandemia* «пандемія», *zakażenia* «зараження» і *zgonu* «смертельні випадки».

Певної емоціогенності додає негативно забарвленим заголовкам використання слів у переносному (метафоричному) значенні, зокрема мілітарних метафор, утворених поєднанням іменників на основі об'єктно-означальних та предикативних відношень, напр.: *Covidowy arsenał leków pod ostrzałem* «Арсенал ковідних ліків під вогнем критики» (Dziennik Gazeta Prawna). Автори інформаційних повідомлень також вдаються до вживання метафоричних епітетів із частково стертою семантикою: *Ekspert: łagodzenie obostrzeń covidowych jest już kosmetyczne i nie ma większego wpływu na działalność przedsiębiorców* «Експерт: Послаблення ковідних обмежень є косметичним і майже не впливає на бізнес-активність» (Polskie Radio 24); *Z COVID-19 walczą martwymi przepisami* «З COVID-19 борються мертвими приписами» (Gazeta Wyborcza).

Серед заголовків досліджуваного сегмента трапляються й поодинокі приклади використання антитези: *Pacjent wychodzi, odpady zostają* «Пацієнт іде, а відходи залишаються» (Dziennik Gazeta Prawna); *Zakażeń mniej, ale wciąż dużo* «Інфікованих менше, але все одно багато» (Gazeta Wyborcza).

Отже, найбільш характерною рисою заголовків негативного сегмента є образність, переважно стерта метафоричність, що виокремлює цей тип заголовків на тлі нейтральних і створює стилістичну палітру негативною оцінки ситуації, що склалася на той час в Україні та Польщі.

5. Висновки

Таким чином, в умовах колективної небезпеки на «ковідному» фронті з одного боку та українсько-російському – з другого, вже на другий день після початку повномасштабної війни РФ проти України можемо констатувати дві відчутні еволюційні зміни концептного поля COVID-19 в українському медіапросторі: під впливом екстралінгвальних чинників 1) відбувається **стрімке зменшення кількості** публікацій, що їх присвячено коронавірусній тематиці; 2) спостерігаємо **ситуативну конвергенцію**, а саме контекстуально зумовлене накладання вербалізаторів приєднаних зон концептів COVID-19 – ВІЙНА – ДОПОМОГА – АРМІЯ – ЖИТТЯ в заголовкових комплексах позитивного сегмента. Водночас польський медіапростір демонструє не стільки кількісну, скільки якісну чутливість до «тиску дійсності»: відсутність стрімкого зменшення кількості «ковідних» публікацій після 24.02.2022 р. компенсується якісно подібною до виявленої в українському медіапросторі ситуативною конвергенцією вербалізаторів приєднаних зон за лінією концептів COVID-19 – WOJNA – POMOC.

Виявлено, що мовні засоби різних оцінних сегментів поля мають спільні й відмінні функції. Спільність полягає в інформуванні громадян про перебіг подій, а відмінність – у способах передавання оцінного компонента інформації. Лексичні й граматичні засоби більшою мірою актуалізують свій семантико-стилістичний потенціал у заголовках із негативним і позитивним змістом.

З'ясовано, що найбільш характерною рисою позитивно і негативно забарвлених заголовків є образність, переважно стерта метафоричність, причому як стерті метафори позитивного спектра, так і більш колоритні, «яскраві» мілітарні метафори негативного сегмента стратегічно працюють на експресивний результат.

Виявлені нами мовні факти доправляють до висновку про **багатогранність** проблеми подання об'єктивної інформації, зокрема й висвітлення подій у період активного протистояння як віртуальним (абстрактним), так і реальним (конкретним) загрозам. Розв'язання цієї проблеми передбачає вихід за межі лінгвістики в царину психології, нейролінгвістичного програмування, геополітичних студій, соціальних комунікацій та інших суміжних дисциплін.

References

1. Marynenko, I., Shumarova, N. (2021), *Concept space of headings (on the material of media texts on the topic of COVID-19)*, // Наукові записки Інституту журналістики. 2021. т. 79. С. 22–36. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2021.79.2>
2. Stepanov, Ju. (2007), *Concepts. Thin Film of Civilisation*, Jazyki slavjanskih kul'tur, Moscow, 248 p.
3. Pryhod'ko, A. M. (2008), *Concepts and Concept Systems in the Cognitive-Discursive Paradigm of Linguistics*, Premier, Zaporizhzhia, 332 p.
4. Borshchevskiy, S. (2022), “Evolution of concept space of headlines of Ukrainian media texts on the topic of COVID-19”, *Proceedings of the IV all-Ukrainian scientific and practical conference “Current issues in media space”*. Educational and Scientific Institute of Journalism, Kyiv, 14 April 2022, Kyiv, pp. 31-38, available at: <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/materialy-konferentsiy> (accessed 31 August 2022).
5. Maslova, V. A. (2004), *Cognitive Linguistics*, TetraSystems, Minsk, 256 p.
6. Vendina, T. I. (1999), “Word-formation as a way of universum discretisation”, *Voprosy Jazykoznanija [Linguistic Issues]*, no. 2, pp. 27-49.
7. Kochergan, M. P. (2006), *General Linguistics*, Akademiya Publishers, Kyiv, 464 p.

8. Miroszynchenko, P. V. (2020), "Conceptualization of fear in the news about the coronavirus", *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of the Institute of Journalism]*, vol. 2 (77), pp. 9-21.

9. Olszowski, R.; Zabdyr-Jamróz, M.; Baran, S.; Pięta, P.; Ahmed, W. (2022), "A social network analysis of tweets related to mandatory COVID-19 vaccination in Poland", *Vaccines* 2022, no. 10 (750), available at: <https://www.mdpi.com/2076-393X/10/5/750/htm> (accessed 31 August 2022).

10. Dąbrowska-Cendrowska O., Gajlewicz-Korab K. (2021), "COVID-19 in Polish women's press. Preliminary research", *Media Biznes Kultura*, no. 2 (11) 2021, available at: https://www.researchgate.net/publication/357427978_COVID-19_in_Polish_Women's_Press_Preliminary_research (accessed 31 August 2022).

Submitted 06.09.2022

Список літератури

1. Мариненко І. О., Шумарова Н. П. Концептний простір заголовків (на матеріалі медіатекстів на тему COVID-19) // *Наукові записки Інституту журналістики*. 2021. Т. 79. С. 22–36. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2021.79.2> (дата звернення : 31.08.2022).

2. Степанов Ю. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. Москва : Языки славянских культур, 2007. 248 с.

3. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя: Прем'єр, 2008. 332 с.

4. Борщевський С. В. Еволюція концептного простору заголовків українських медіатекстів на тему COVID-19. *Актуальні проблеми медіапростору: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Київ, 14 квітня 2022 р.). Київ : Навчально-науковий інститут журналістики, 2022. С. 31–38. URL : <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/materialy-konferentsiy>

5. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. Минск : ТетраСистемс, 2004. 256 с.

6. Вендина Т. И. Словообразование как способ дискретизации универсума. *Вопросы языкознания*. 1999. № 2. С. 27–49.

7. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ : ВЦ „Академія”, 2006. 464 с.

8. Мірошніченко П. В. Концептуалізація страху в новинах про коронавірус. *Наукові записки Інституту журналістики*. Том 2 (77). 2020. С. 9–21.

9. Olszowski, R.; Zabdyr-Jamróz, M.; Baran, S.; Pięta, P.; Ahmed, W. A Social Network Analysis of Tweets Related to Mandatory COVID-19 Vaccination in Poland. *Vaccines* 2022, 10, 750. URL : <https://www.mdpi.com/2076-393X/10/5/750/htm> (дата звернення : 31.08.2022).

10. Dąbrowska-Cendrowska O., Gajlewicz-Korab K. COVID-19 in Polish Women's Press. Preliminary research. *Media Biznes Kultura*. Nr 2 (11) 2021 / Vol. 2 (11) 2021. URL : https://www.researchgate.net/publication/357427978_COVID-19_in_Polish_Women's_Press_Preliminary_research (дата звернення : 31.08.2022).

Надійшла до редакції 06.09.2022