

ДИСКУРСОЛОГІЯ. КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 800: 001.2

DOI: 10.31651/2226-4388-2020-28-116-122

МОВНІ ЗНАКИ ЗАГРОЗИ В МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ПАНДЕМІЙНОГО ПЕРІОДУ : ІНТЕГРАТИВНИЙ ВИМІР

*А. І. Бондаренко, доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри української мови та методики її навчання
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
(Ніжин, Україна)*

e-mail: alla_bon@ukr.net

ORCID: 0000-0003-4140-4733

В епоху становлення інформаційного суспільства важливу роль у процесах комунікації відіграє медійний дискурс. На пандемічну ситуацію публіцистика відгукнулася побудованими на основі мовних знаків медичного коду мовленнєвими формами okazіонального характеру, які реалізували широкий аксіопрagматичний і когнітивний потенціал. Статтю присвячено інтегративному аналізу наскрізних слів публіцистичних текстів. У процесі дослідження використано комплексні методики медіалінгвістичного та дискурсивного аналізу, що дало змогу окреслити використання ресурсів різних рівнів, а також зв'язок між мовними рисами й екстралінгвальними чинниками медіаповідомлень. Розглянуто способи утворення на основі аналізованих словесних одиниць неолексем, з'ясовано дискурсивні механізми їхніх аксіологічних характеристик. Схарактеризовано когнітивні особливості метафоричних конструкцій, побудованих на базі наскрізних слів медійних текстів пандемічного періоду, виявлено їхні реципієнтну та донорську зони. Наведено репертуар ідеонімних форм, створених на ґрунті наскрізних лексико-семантичних одиниць медійних текстів. Виявлено семантичні паралелі, у межах яких перебувають указані слова, та синтаксемні характеристики останніх. З'ясовано роль досліджуваних наскрізних одиниць у процесі кодування й декодування соціально значущої інформації. Визначено місце у функціонуванні розглянутих лексико-семантичних елементів культурно значущих чинників (прецедентних феноменів, контекстів різних типів). Зроблено висновок, що соціокомунікативний медіапростір пандемічного періоду постав як упорядкований, аксіологічно та когнітивно спрямований на основі вузлових інформаційних точок, роль яких виконали наскрізні слова публіцистичних текстів.

Ключові слова: медійний дискурс, аксіопрagматична функція, донорська зона, реципієнтна зона, публіцистичний стиль, наскрізні слова, неолексеми, okazіональна сполучуваність, прецедентний феномен, фонові знання.

Актуальність дослідження. Медіалінгвістика нині є одним із пріоритетних напрямів мовознавства. Суспільна значущість медійного дискурсу, світоглядний статус наскрізних мовленнєвих засобів публіцистичних текстів та реалізованої за їхньою допомогою когнітивно-аксіологічної програми в ситуації тотальної небезпеки зумовлюють необхідність і важливість пропонованої наукової розвідки. Масмедійна комунікація часів пандемії опинилася в умовах не бачених досі соціальних викликів і продемонструвала динаміку вербальних репрезентантів небезпеки. Загрозлива ситуація,

що виникла у зв'язку із зіткненням людства з невивченим біологічним явищем, викликала до життя низку інноваційних, аксіологічно наповнених мовленнєвих засобів, спрямованих на реалізацію емотивно-волюнтативних, переконувальних і сугестивних інтенцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Медіамовлення, вивчення якого набирає обертів у світовій лінгвістиці, є предметом неослабної уваги вчених. Дослідження Т. Добросклонської, присвячені медійному дискурсу, охоплюють проблеми методології, типологічної класифікації корпусу медійних текстів і їхнього модусного репертуару [1]. Білоруські дослідники розглядають основні властивості медійного тексту та дискурсу: О. Лушинська характеризує основні особливості медіатекстів [5], а С. Зелянко аналізує інтертекстуальні фрагменти медійного дискурсу [2]. С. Коновець визначає лінгвокультурну специфіку медіамовлення [3]. Дослідницьких зусиль потребує комплексне вивчення медіадискурсу в аспекті єдності мовних і позамовних чинників.

Мета наукової розвідки – зробити інтегративний аналіз наскрізних слів медійного дискурсу періоду пандемії, що пов'язано з виконанням таких завдань:

- 1) визначити культурнокодову належність й асоціативно-семантичні поля наскрізних слів медійних текстів;
- 2) розглянути дискурсивні механізми аксіопрагматичних характеристик неолексем і метафоричних конструкцій, побудованих на їхній основі;
- 3) з'ясувати роль аналізованих слів у процесі кодування та декодування соціально важливої інформації;
- 4) виявити синтаксемні функції досліджуваних наскрізних лексико-семантичних одиниць, їхню належність до образних парадигм;
- 5) пов'язати функції досліджуваних лексико-семантичних елементів із культурозначущими чинниками (прецедентними феноменами, екстралінгвальними контекстами та ін.).

Матеріали й методи дослідження. Матеріалом для аналізу слугують більш як 300 вербальних контекстів, отриманих методом суцільної вибірки з текстів українськомовних інтернет-видань (переважно «Радіо Свобода Україна» та «Українська правда»). У процесі дослідження послуговуємося комплексними методиками *медіалінгвістичного та дискурсивного аналізу*, які допомагають зрозуміти специфіку використання в публіцистичних текстах ресурсів різних мовних рівнів та зв'язок між мовними й екстралінгвальними рисами публіцистичних повідомлень. Реконструкцію асоціативно-семантичних полів наскрізних слів публіцистичних текстів зроблено за допомогою *семасіологічної процедури польового моделювання*. Задля визначення поняттєвих операторів оцінок, продуцентами яких є мовленнєві форми, застосовано *компонентний, дистрибутивний і контекстологічний аналіз*. *Фреймове моделювання* використано з метою виявити донорську та реципієнтну зони, а також аксіологічні профілі метафор, побудованих на основі okazional'noї сполучуваності наскрізних слів публіцистичних текстів пандемійного періоду. *Синтаксемний аналіз* спрямовано на окреслення синтаксемних функцій наскрізних слів зазначених медіатекстів. З метою вивчити вплив невербальних індикаторів на семантику мовленнєвих форм, які реалізують експресивні, аксіопрагматичні можливості, використано *контекстуально-інтерпретаційний аналіз*.

Результати дослідження й обговорення. Медійний дискурс досліджуваного часового відрізка сформувався як унікальне явище тому, що, по-перше, розгорнувся в умовах світової кризової соціокультурної ситуації, по-друге, загострив національно-політичні, ідеологічні, правові проблеми українського суспільства, а по-третє, постав у мовленнєвих формах okazional'ного характеру, які мають психологічний вплив через широкі аксіопрагматичні можливості. Соціокомунікативний простір публіцистики пандемійного періоду постав як упорядкований, систематизований за допомогою вузлових інформаційних точок, роль яких виконали наскрізні слова медіатекстів: *вірус, коронавірус, корона, пандемія, епідемія, карантин, криза*, більшість із яких є мовними

знаками медичного коду. У небезпечних умовах медійний дискурс постав дієвим засобом суспільної взаємодії, впливу на ухвалення колективних й індивідуальних рішень.

Інтенція пізнання нових життєво значущих явищ, властивостей спрямовує в цей період активні процеси неологізації. Слово *корона*, семантику якого мотивує асоціація будови вірусу з блиском сонячного диска, спричинилося до побудови низки неолексем, структурованих переважно за допомогою композиції як способу аксіологічної номінації. У складі композитів нові поняття осмислено крізь семантичну призму відомих. Акцентовано, зокрема, лексичну семантику негативної психічної реакції на пандемійну ситуацію (*коронашок*), недовіри до офіційної інформації (*коронаскептики*), очікування неминучих соціально-економічних і правових наслідків (*коронаобмеження*, *коронакриза*), а також сподівання впоратися з епідемічною небезпекою (*короначистий*, *безкоронний*) та ін.: *У Греції, яка зараз є відносно «короначистою» державою, від масштабних планів утримуються, але також мріють про відновлення туристичного потоку* (УП, 21.04.2020). Емотивну, раціональну, утилітарну та ін. оцінки таких складних дериватів зумовлює передусім оцінно маркований компонент *корона*, проте до формування їхньої аксіологічної наповненості надаються й інші складники словосполучень-мотиваторів.

Пандемія стимулювала з'яву культуронімних форм (ідеонімів і прагмонімів). Мовними сигналами безпеки стали назви суспільних фондів (*Стоп Вірус*), всеукраїнських акцій (*Стоп культурний карантин*), що є виразниками деонтичної, ідеологічної модальності; інформаційних вайбер-спільнот (*Коронавірус_інфо*, *Корона в цифрах*, *Вірусні історії*), мистецьких кампаній (*Арткарантин*) та ін. У такий спосіб царина лінгвокультури зреагувала на небезпеку, спроектовану не лише на медичну, а й на політичну, ідеологічну та ін. сфери людської діяльності. Розвиток пандемії викликав до життя низку гастронімів, які виникли на основі слів *корона*, *карантин*, *ковід* та ін. і завдяки перекладу різними мовами та швидкому поширенню інформації в інтернет-ресурсах виявили себе мовними знаками міжкультурної комунікації. Інтенція внутрішнього опанування небезпечного становища спричинилася до збагачення гастронімного коду новими назвами страв та напоїв. Ідеться про *карантинне вино* (яке з благодійною метою продавала голлівудська пара Е. Кутчер та М. Куніс), праліне *антитіла корони* (німецький кондитер Т. Рот), *коронабургер* у вигляді молекули COVID-19, виготовлення якого в'єтнамський кухар Д. Ку пояснив так: «У нас є такий жарт: якщо ви чогось боїтеся, з'їжте це» (РС, 21.03.2020). Такі лексико-семантичні одиниці виявили себе як мовні знаки своєрідної психотерапевтичної взаємодії з клієнтами закладів громадського харчування.

Пандемія загострила увагу до способу життя не лише пересічних громадян, а й медіаперсон, які перебувають на вершині суспільної ієрархії (високопосадовців, титулованих осіб та ін.). У зв'язку з цим відбулась актуалізація омонімів *корона* (гіпонім до слова «вірус») і *корона* («атрибут влади») та винесення їх у сильну позицію (текстові заголовки), зокрема з метою створення мовної гри: «*Коронавірус і корона Трампа: як фейки поширюються швидше за хворобу*» (РС, 21.02.2020).

Медіамовлення активізувало когнітивні можливості метафоричних структур, як концептуальних, так й індивідуально-авторських. Слово *коронавірус* перебуває в складі генітивних метафор, донорську зону яких становлять референтні площини, пов'язані зі стихіями вогню, води та повітря, що свідчить про структурування знань про епідемію за допомогою архетипних уявлень, глибоко закорінених у психіці, пор.: *спалах коронавірусу*, *хвиля коронавірусу*, *вихор коронавірусу*. У межах компаративних фреймів слова *вірус*, *коронавірус* перебувають у реципієнтній зоні, що пояснюємо потребою досягнути безпеку пандемійної ситуації для життя та здоров'я на ґрунті наявних знань про світобуття. Семантичний профіль таких утворень формують поняття несподіваності, потужності та динамічності.

Донорську зону метафоричних утворень, побудованих на основі наскрізних слів медійних текстів розгляданого періоду, формує також пласт негативно забарвлених

одиниць суспільно-політичної, емотивно-психологічної, епістемічної лексики, актуалізованої з огляду на несприятливе становище в різних сферах українського суспільства. Відчуття фізичної, фізіологічної небезпечності спричинило активізацію уявлень про нагальні національно-ідентифікаційні, правові та ін. проблеми. Лексема *вірус* (*перен.* «про якусь шкідливу властивість, яка швидко поширюється» [6, с. 125]) реалізувала валентність під впливом фонових знань, здобутих завдяки суспільному досвіду. У складі генітивних метафор це слово набуває статусу знака загрозливих емотивно-психічних, соціально-політичних, ідеологічних тенденцій (пор.: *вірус абсурду, вірус дезінформації, вірус корони*). Такі структури містять слова, що є виразниками культуро- та ментальнозначущих відомостей (*вірус малороса, вірус рабства*). Мовомислення в термінах пандемії відображає загострене відчуття небезпеки через постімперські виклики, тому розглядані метафори побудовано на основі онімів і похідних від них слів, які є мовними сигналами зовнішньої агресії (пор.: *вірус путінської ідеології*): *Чи сприяє українська мова лікуванню та запобіганню від корони-віруса, залишається питанням відвертим, але стовідсотково можна стверджувати, що саме від віруса путінської ідеології вона врятує не тільки окремих українців, а й Україну* (РС, 24.03.2020).

Драматизація загрози є, на нашу думку, стереотипом мовно-поведінкової реакції українців, сформованим в умовах багатовікової несприятливої геополітичної ситуації. Залучаючи мовні знаки сфер людської діяльності, публіцистичне мовомислення виробляє та транслює узагальнення про «небезпечну хворобу», що охопила різні ділянки українського суспільства. Зближення одиниць віддалених референційних площин стає умовою для осмислення проблеми національномовної ідентифікації українців: *Перша хвиля антимовної «епідемії» була словесною і не вельми потужною* (РС, 29.05.2020). Сильні позиції публіцистичних текстів – заголовки – відображають пошук спільних семантичних граней лексем *вірус, коронавірус*, з одного боку, та словосполучення *українська мова*, з іншого. Аналізовані структури увиразнює суб'єктивна модальність іронії: *Чи справді українська мова врятує перед коронавірусом?* (РС, 24.03.2020).

Як відомо, слова *епідемія* та *пандемія* близькі за значенням, проте в другому семантика інтенсивності та масштабності виразніша, пор.: *епідемія* – *мед.* «значне поширення якої-небудь інфекційної хвороби в певному населеному пункті, районі, країні (напр., грипу)» [6, с. 226]; *пандемія* – «*мед.* епідемія, що охопила значну частину населення країни, групи країн, континенту» [6, с. 422]. Завдяки неусталеній сполучуваності обидва слова продукують поняття посягання (на територіальну цілісність і національно-культурну ідентичність), яке супроводжує не лише аксіологічна, а й деонтична модальність: *Зупиніть епідемію війни!* (Гор., 24.03.2020); *На українську культуру яка-небудь пандемія так чи інакше знайдеться* (РС, 10.04.2020). Метафоричні структури продукують повторювані сенси, що становлять одну з питомих дискурсивних рис: «загроза втрати національної ідентичності», «небезпека втрати мужності», «загроза соціальної пасивності», «небезпека ірраціонального мислення» та ін. Завдяки метамовним журналістським коментарям перед споживачами інформаційних послуг постають когнітивні механізми словообразних конструкцій, напр. *вірус страху*: *Страх – це соціальна емоція, яка може розповсюджуватися подібно до вірусу* (РС, 23.03.2020). У медійних повідомленнях відбувається розгортання оказіональних прикладок до слова *вірус*, контекстуальним індикатором для яких служить, окрім падемії ситуації, сучасне політичне становище в Україні: *В окремих політичних партіях активізувався вірус, який сидить у них останні 28 років. Цей вірус має назву «хитрозробленість»* (Гор., 6.05.2020).

Мовні сигнали небезпеки стали відправними пунктами кодування та декодування суспільно й особистісно значущих відомостей, трансльованих у медіаповідомленнях. У статті П. Казаріна «Коронавірус нашого побуту» ключова метафора, винесена в заголовок, у ролі стимулу викликає текстові асоціати та взаємодіє з ними, унаслідок чого відбувається продукування сенсів, що вербалізують своєрідний патогенез індивідуалізації

(у «некарантинних» умовах). Його репрезентують сенси «матеріальні пріоритети» (*міряємо себе цифрами на рахунку*), «брак дозвільного часу» (*нам ніколи дружити*), «уникання дружніх контактів» (*ми стали соціофобами*) (РС, 23.03.2020). Перебування у вимушеній ізоляції пролило світло на проблему негативних змін у способі побутування українців, які й у безпечних умовах втрачають здатність гуртуватися на дозвіллі.

Медійний дискурс відображає оцінку внутрішньої ситуації за допомогою медичної лексики, яку співвіднесено зі словами на позначення морально-етичних та суспільно-політичних понять. Залежно від особливостей мовних одиниць, із якими вона перебуває в семантико-синтаксичних зв'язках, лексема *карантин* надається до вироблення поняттєвих операторів позитивної або негативної ідеологічної й телеологічної оцінок, пор.: *Глава УГКУ закликав владу розпочати політичний карантин* (Гл., 22.03. 2020); *Карантин совісті – це в шість ранку кошмарити вдову на очах у двох малолітніх дітей* (РС, 11.04.2020). Контекстуальні зв'язки розгляданого слова з відергонімною лексикою (пор. «*велюровий*» *карантин*) спрямовують його семантику в річище відмежування від норм суспільної поведінки в часи епідемії: *Протестувальники вимагають скасувати «велюровий карантин», натякаючи на ресторан «Велюр» від нардепа «Слуги народу» Миколи Тищенка, який продовжував працювати, незважаючи на заборону* (Гор., 2.05.2020).

Осмилення карантинних заходів відбувається з урахуванням художньо-філософського досвіду людства, вербалізованого в прецедентних текстах. Стилїстичний неологізм *страж-карантин*, утворений шляхом юкстапозиції, побудовано за моделлю біблійніма *Страж-птах*. Ідеться про назву оповідання Р. Шеклі, що містить відомості про те, як долю людей доручили залізним птахам, що ототожнювали імпульси, які йдуть від потенційних убивць і звичайних хліборобів. Аналізований публіцистичний текст спрямовано на формування комунікативної стратегії оцінки системи соціальних обмежень, які можуть призвести до негативних економічних наслідків в Україні. Тактику спонукання до раціонального осмилення побудовано на інтертекстуальній основі та увиразнено за допомогою фонетичної схожості слів, що належать до різних референційних сфер людської діяльності (пор. назву статті В. Короля «*Страж-карантин і переляканий кабмін*») (УП, 6.05.2020).

Логоепістими засвідчують значну частку прецедентності в процесі оцінки психічно та фізично травматичних обставин і створюють когнітивне підґрунтя для пізнання нових реалій суспільного існування. У мовленні засобів масової інформації відбувається трансформація крилатих висловлень, у яких узагальнено знання про аспекти суспільної взаємодії. Гуманістичний пафос крилатої фрази *homo homini amicus, sodalis et frater est* (*людина людині друг товариш і брат*) деактуалізовано. У зв'язку з небезпекою соціальних контактів актуалізовано логоепістемні меседжі, що є маркерами соціального песимізму, індивідуалізму. Структурно-семантичну модель висловлення *homo homini lupus est* (*людина людині вовк*) використано для побудови формули *людина людині вірус*, що функціонує в медійному просторі періоду пандемії.

Уявлення про загрозливі обставини спричинило антропоморфізацію лексики на позначення небезпеки та було спроектовано в дієслівні метафори, основу яких становлять наскрізні слова медійних текстів періоду пандемії, з одного боку, й акціональні та ментальні дієслова, з іншого. *Коронавірус* образно аналогізують із категоричною, комунікативно негнучкою особою: *Коронавірус не пробачить Україні за її помилки* (РС, 17.04.2020); *Коронавірус не сприймає усі ці риторичні фігури мовлення* (РС, 26.04. 2020). Медіаповідомлення увиразнено за допомогою мотиваційних паралелей *криза – переможний спортсмен, агресивна особа*. Лексема *криза* перебуває в синтаксемній позиції суб'єкта, тоді як слова на позначення держав і галузей їхньої діяльності – об'єкта (пацієнтів): *Криза тягнутиме Україну на дно* (РС, 24.04.2020); *Криза відправила грузинське виноробство в нокдаун* (РС, 19.04.2020).

Психічне опанування шокової ситуації засвідчили використані в медіатекстах мовленнєві засоби іронії, функціональні з часів риторики Цицерона й оперті на взаємодію прямого значення та переносного вживання: *Уряд похвалив українців: дотримуються карантину й не поспішають на кладовища* (РС, 27.04.2020). Текст, фрагмент із якого наведено, оприлюднено в дні, які традиційно в Україні вважають поминальними. Зрозуміти взаємодію експліцитної й імпліцитної інформації наведеного уривка допомагають темпоральний і культурний контексти.

Висновки та перспективи дослідження. Отже, мультимодальні ресурси форм, з'яву яких зумовила актуалізація мовних знаків загрозливого становища в суспільстві, постали як результат розгортання системної аксіокогнітивної програми, реалізованої за допомогою телеологічних, утилітарних, морально-етичних та ін. оцінок. Її реалізація спиралася на okazionalnıst leksiko-semantichnykh i semantiko-syntakichnykh form. У площині образної парадигми «пандемійна ситуація – людина» наскрізні слова медійних текстів реалізують синтаксемну функцію суб'єкта дії. Наскрізні слова та похідні від них, а також метафори, побудовані на їхній основі, перебувають у центрах асоціативно-семантичних, аксіопрагматичних полів, їх винесено в сильні позиції (заголовки) текстів. Семантичними індикаторами вузлових точок медіадискурсу стали культурно значущі чинники (прецедентні феномени), а також соціально-політичний, ідеологічний, психологічний, культурний і темпоральний контексти. Перспективним в означеному напрямі вважаємо також дослідження не лише публіцистичного, а й рекламного різновиду медіадискурсу періоду пандемії.

Список використаної літератури

1. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики. *Медиалингвистика*. 2015. №1 (6). С. 45 – 56.
2. Зелянко С. В. Інтертекст у публіцистичному мовленні: аўтарэф. дыс. ... канд. філал. навук : 10.01.10. Беларус. дзярж. ун-т. Мінск, 2012. 28 с.
3. Коновець С. П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 . Київ, 2002. 22 с.
4. Крилова-Грек Ю. Психолінгвістичні аспекти політичного дискурсу. *Вісник Київського національного університету. Військово-спеціальні науки*. 2015. Вип. 2. С. 22–24.
5. Луцинская О. Медиатекст как основное понятие массово-информационного дискурса. *Журналістыка – 2018: стан, праблемы і перспектывы* : матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф. Мінск, 15–16 ліст. 2018 г. / рэдкал. : В. М. Самусевіч (адк. рэд.) і ін. Мінск : БДУ, 2018. С. 548–551.
6. Семотюк О. П. Сучасний словник іншомовних слів. 3-тє видання, доповнене. Харків : Веста, 2010. 688 с.
7. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2003. 388 с.
8. Турчак О. Експресія та експресивність як складові функціональної характеристики okazionalizmів (на матеріалі преси кінця ХХ ст.). *Вісник Дніпропетровського ун-ту. Серія «Філологічні науки»*. 2015. № 1 (9). С. 164–169.

Список джерел і їхніх умовних скорочень

Гл. – Главком. Інтернет-видання. URL : <https://glavcom.ua/tv.html>.
 Гор. – Гордон. Інтернет-видання. URL : <https://gordonua.com/>.
 РС – Радіо Свобода Україна. Інтернетвидання. URL : <https://www.radiosvoboda.org/>.
 УП – Українська правда. Інтернет-видання. URL : <https://www.pravda.com.ua/>.

References

1. Dobroslonskaia, T. G. (2015). Massmediyni diskurs v sisteme medialingvistiki [Mass media discourse in the system of medialinguistics]. *Medialinguistics*, 1(6), 45–56 (In Russ.).
2. Konovets', S. P. (2002). Komunikatyvno-prahmatychni osoblyvosti aktualizatsii frazeolohizmiv u dyskursi suchasnoi presy [Communicative and pragmatic features of idiom actualisation in the contemporary press discourse]. Summary of PhD dissertation. Kyiv (In Ukr.).
3. Krylova-Hrek, Yu. (2015). Psykholingvistychni aspekty politychnohodyskursu [Psycholinguistic aspects of political discourse]. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu. Viis'kovo-spetsial'ni nauky*. 22–24 (In Ukr.).

4. Lushchynskaia, O. (2018). Mediatekst kak osnovnoie poniatie massovo-informatsionnoho diskursa [Media text as the main concept of the mass media discourse]. *Zhurnalistyka-2018: stan, problemy i perspektivy : materialy 20 mizhnarodnoi navuk.-prakt. kanf. Minsk : BDU, 548–551* (In Belarusian).
5. Semotiuk, O. P. (2010). Suchasnyi slovnyk inshomovnykh sliv [Contemporary dictionary of foreign words]. 3rd edition. Kharkiv : Vesta, 688 (In Ukr.).
6. Styshov, O. A. (2003). Ukrains'ka leksyka kintsia XX st. [Ukrainian vocabulary of the late 20th century]. Kyiv : Vid. tsentr KNLU, 388 (In Ukr.).
7. Turchak, O. (2015). Ekspresiiia ta ekspresyvnist' iak skladovi funktsional'noi kharakterystyky okazionalizmiv [Expression and expressivity as components of occasionalisms' functional characteristics]. *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Philological sciences*, 1(9), 164–169 (In Ukr.).
8. Zelianko, S. V. (2012). Intertekst u publitsystychnym movlenni [Intertext in media language]. Summary of PhD dissertation. Minsk: Belarusian State University, 28 (In Belarusian).

A. I. BONDARENKO. VERBAL SIGNS OF THREAT IN THE MEDIA DISCOURSE DURING THE COVID-19 PANDEMIC: INTEGRATIVE DIMENSION

Summary. Introduction. Media discourse plays an important role in communication processes within information society. Mass media have reacted to the Covid-19 pandemic situation by producing a number of medically coded occasionalisms which have a broad axiopragmatic and cognitive potential. Medialinguistics is currently one of the most dynamically evolving areas of linguistics. The proposed study is made relevant by the societal importance of media discourse and its cognitive-axiological program in the situation of threat. The study is based on more than 300 verbal contexts selected via continuous sampling from Ukrainian internet media (mainly “Radio Svoboda Ukraina” and “Ukrains'ka pravda”).

Aim of the study. The study aims to provide an integrative analysis of recurring expressions in the media discourse during the Covid-19 pandemic.

Methods. The study relies on the methods of medialinguistic and discourse analysis. These methods help elucidate the use of resources at different linguistic levels as well as the connections between linguistic features and extralingual factors of media messages.

Results. We have examined the ways of forming neolexemes on the basis of analysed words and highlighted the discursive mechanisms of their axiological characteristics. We have also described the cognitive features of metaphorical constructions based on recurring expressions in media texts during the pandemic and identified their recipient and donor zones. Furthermore, we have described the repertoire of ideonimic forms based on recurring lexico-semantic units in media texts. The study identifies semantic parallels between the abovementioned words as well as the syntaxemic characteristics of the latter. It also determines the role of the examined recurring expressions in the process of coding and decoding of socially significant information. We point out the role of cultural factors (precedent phenomena and contexts of various types) in the functioning of the abovementioned lexico-semantic elements. The socio-communicative mediaspace of the pandemic period is described as axiologically and cognitively organised around key information points provided by recurring expressions in media texts.

Conclusion. Multimodal forms which emerged due to the actualisation of verbal signs of threat are part of a systemic linguocognitive program containing teleological, utilitarian, moral and other evaluations. Its realisation is based on the occasional character of lexico-semantic and semantico-syntaxic forms. Within the image paradigm “pandemic situation – individual” the recurring expressions in media texts primarily realise the syntaxemic function of the subject of action. Recurring expressions and their derivatives as well as metaphors based on them are at the centre of associative-semantic and axiopragmatic fields, they appear in strong positions (headings) of the text. The semantic indicators of the key points of media discourse are culturally significant factors (precedent phenomena) as well as the social, political, ideological, psychological, cultural and temporal contexts.

Key words: media discourse, axiopragmatic function, donor zone, recipient zone, media style, recurring expressions, neolexemes, occasional combinativity, precedent phenomenon, background knowledge.

*Надійшла до редакції 13.01.20
Прийнято до друку 18.02.20*