

Семенюк Т. П.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Усік С. Р.

Комунальний заклад загальної середньої освіти «Луцький ліцей № 1 Луцької міської ради»

ОСОБЛИВОСТІ НЕВЕРБАЛЬНОЇ ВЕРСИФІКАЦІЇ КОНЦЕПТУ COVID-19 У СУЧАСНИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НІМЕЧЧИНИ

У статті досліджено невербальне вираження концепту COVID-19 у сучасних засобах масової інформації Німеччини. Концепти є тими лексичними одиницями, значення яких відображають зміст знань та досвіду національної мовної свідомості, які у своїй сукупності формують картину світу певної лінгвоспільноти. У статті акцентовано увагу на тому, концепти містять у своєму складі не лише вербальні, а й невербальні та паравербальні компоненти. Це означає, що концепти можуть мати полісеміотичну об'єктивацію – стратегічну тенденцію репрезентації важливих і складних елементів за допомогою словесних та зображувальних елементів. Невербальні елементи можуть виконувати різні функції у процесі репрезентації концепту. У статті продемонстровані результати концептуального аналізу сучасних німецькомовних засобів масової інформації та зазначено, що у структурі текстів, які висвітлюють проблематику коронавірусу, присутні невербальні одиниці, які є як автономними, так і комітативними репрезентантами концепту COVID-19. Автономна версифікація концепту – вираження концептуальної інформації за допомогою невербальних семіотичних одиниць, які демонструють інформацію, що не представлена у вербальному тексті, або ж доповнюють вербально-кодовану інформацію. Така версифікація концептів є характерною для текстів малого формату, передусім, карикатур, графіків, діаграм. Найбільш поширеною на шпальтах газет та журналів є комітативна версифікація концептів, при якій невербальні елементи дублюють вербально-представлену інформацію. Проте говорити про роль невербальних елементів як другорядних говорити не можна, оскільки, зазвичай, саме зображувальні семіотичні одиниці викликають у свідомості читачів базові концептуальні характеристики аналізованого концепту. Для статей у газетах та журналах характерною є комітативна невербальна версифікація концепту COVID-19.

Ключові слова: концепт, COVID-19, невербальна версифікація концепту, автономна та комітативна репрезентація концепту.

Постановка проблеми. Пандемія Covid-19 стала найсерйознішою проблемою XXI століття, яка охопила весь світ і вплинула практично на кожну сферу життя суспільства. Починаючи з початку 2020 року явище коронавірусної інфекції інтегрувалося у кожне суспільство, вплинуло на фізичний та психологічний стан представників лінгвоспільнот, а також на культурний та економічний розвиток країн.

Аналіз останніх досліджень. Соціальна значущість феномену коронавірусу робить його об'єктом міждисциплінарних досліджень. У галузі мовознавства науковці роблять спроби виявити неологізми (неоковідизми), що виникли внаслідок планетарного поширення коронавірусу (Л. А. Пасик, Л. Ф. Рись, Л. Я. Терещенко),

дослідити метафоричну репрезентацію концепту у англomовному дискурсі (К. В. Красницька, Н. В. Степанюк, Н. В. Долусова), з'ясувати соціолінгвістичну специфіку феномена коронакультури (О. В. Дунаєвська, Т. А. Чаюк). Хочемо зазначити, що тема дослідження концепту Covid-19 не знайшла достатнього висвітлення на матеріалі німецькомовних текстів, що і слугувало поштовхом до обрання об'єктом дослідження статті у німецьких газетах та журналах, присвячені проблемі коронавірусу.

Особливу роль у мові засобів масової інформації відіграють концепти – лексичні одиниці, значення яких відображають зміст знань та досвіду національної мовної свідомості, які у своїй сукупності формують картину світу певної лінгвоспільноти.

З огляду на семіотично гетерогенний характер сучасних текстів, які є полікодовими – такими, що містять у своєму складі вербальні, невербальні та паравербальні компоненти, вважаємо, що концепти можуть мати не лише вербальну, а й невербальну об'єктивацію – стратегічну тенденцію репрезентації важливих і складних елементів за допомогою зображувальних елементів.

Актуальність роботи зумовлено необхідністю аналізу концепту COVID-19 з урахуванням його семіотичної гетерогенності, що сприятиме глибшому розумінню національного менталітету німців.

Завдання роботи полягають у виявленні невербальних засобів репрезентації концептів та окресленні видів їх невербальної версифікації.

Виклад основного матеріалу. Одиницями мисленнєвих процесів є концепти, які формуються у свідомості представників певного етносу чи нації у результаті пізнання світу та набуття досвіду. Розуміння концептів досить варіативне в сучасній лінгвістиці, оскільки його часто розглядають у різних площинах, використовують різні підходи до його тлумачення.

Основна інформація, яку доносять ЗМІ, базується на концептах. У тлумаченні О. О. Селіванової концептом є інформаційна структура свідомості, різносубстратна, певним чином організована одиниця пам'яті, яка містить сукупність знань про об'єкт пізнання, вербальних і невербальних, набутих шляхом синергетичної взаємодії психічних функцій свідомості: мислення, відчуттів, почуттів, інтуїції, – а також колективного позасвідомого [9, с. 112]. М. М. Полужин визначає концепт як ментальне утворення, що репрезентує собою сукупність знань про певний об'єкт у свідомості людини [5, с. 7].

Питання структури концепту є неоднозначним, незважаючи на неабиякий інтерес до цього питання.

Основним репрезентантом концепту вважають слово. На думку З. Д. Попової та І. А. Стерніна, значення слова є частиною концепту як мисленнєвої одиниці [6, с. 8]. Слово своїм значенням передає декілька концептуальних ознак, релевантних для повідомлення, воно є засобом доступу до концептуального значення. Науковці зауважують, що, отримавши через слово доступ, ми можемо підключити до мисленнєвої діяльності й інші концептуальні ознаки, які не є названі цим словом, тобто є периферійними, прихованими, ймовірнісними чи асоціативними семами. Слово, як і будь-яка інша номінація,

є ключем, який відкриває для людини концепт як одиницю мисленнєвої діяльності.

Тексти писемної комунікації є мовленнєвими масивами, в яких актуалізуються концепти. Досить довгий час науковці стверджували, що структура та зміст концепту можуть бути репрезентовані лише за допомогою вербальних одиниць. Про повну вербалізацію концепту говорить, наприклад, А. П. Бабушкін, зазначаючи, що «концепт зберігається в національній пам'яті носіїв мови у вербально позначеному вигляді» [1].

Інші мовознавці розглядають концепт як частково вербалізовану або ж невербалізовану одиницю концептосистеми. З. Д. Попова та І. А. Стернін зазначають, що концепт не має обов'язкового зв'язку зі словом чи іншими мовними засобами, оскільки він може бути вербалізованим і невербалізованим мовними засобами [6, с. 8]. О. с. Кубрякова вважає, що «найважливіші концепти виражені в мові, але частина інформації представлена у психіці принципово іншим способом, тобто ментальними репрезентаціями іншого типу – образами, картинками, схемами» [3, с. 92]. Причини вербалізації чи відсутності вербалізації концепту – комунікативні (комунікативна релевантність концепту). Наявність чи відсутність вербалізації концепту не впливає на реальність його існування у свідомості як одиниці мислення. Науковці зазначають, що у свідомості існує велика кількість невербалізованих концептів, оскільки значна частина концептів індивідуальної свідомості не підлягає вербалізації [6, с. 8].

І. С. Шевченко стверджує, що певна частина концептуальної інформації має звукову чи писемну фіксацію, тобто способи мовного вираження, а інша представлена в психіці людини принципово відмінним шляхом, тобто ментальними репрезентаціями іншого типу (образами, малюнками, схемами, жестами, мімікою тощо) [10, с. 193]. Отже, саме дослідження семантики мовних одиниць, які вербалізують концепт, допоможе описати вербалізовану частину концепту, тоді як аналіз невербального супроводу повідомлення допоможе розкрити його додаткові відтінки та ознаки. Говорячи про структуру концепту, вважаємо, що визначаючи вербальні репрезентанти певного ментального явища, не варто і неможна обмежуватися лише аналізом вербальних актуалізаторів значення.

А. М. Приходько має чітку позицію щодо об'єктивації концепту, зазначаючи, що принциповим для лінгвокогнітивних досліджень є усвідомлення того факту, що не всі концепти

мають своє вербальне втілення, але всі вони тією чи іншою мірою можуть бути суб'єктивовані в дискурсі, якщо в цьому виникає потреба (приблизно через розгорнутий опис, підтекст, синонімічний ряд, невербальне) означення і навіть через силенціальний акт / замовчування) [7, с. 97]. Ми погоджуємося із думкою А. М. Приходька про те, що концепти можуть мати невербальне вираження – автономне (наприклад, жести, які несуть певний смисл і не потребують вербального пояснення) та комітативне (невербальний супровід концепту, наприклад, наочність, підкреслення, акцент на чомусь). Дослідник вважає, що одним із різновидів невербальної версифікації концептів є візуалізація, яка може мати вигляд картинки, фотографії, відео [7, с. 94].

Найпоширенішим невербальними версифікаторами концептів є зображувальні елементи. Візуалізація – це не нове ім'я концепту і не новий концепт, а його дублювання іконічним знаком, в результаті якого відбувається ніби подвійна семіотична об'єктивація – вербальна (оперує вербальними знаками) та невербальна (оперує іконічними знаками), яка в свою чергу надає певної наочності структурі та властивостям того чи іншого концепту [7, с. 95]. На думку науковця, шляхом візуалізації може здійснюватися контрастування концепту, в результаті якого відбувається збільшення асоціативних зв'язків, а також акцентування на ціннісних складових концепту.

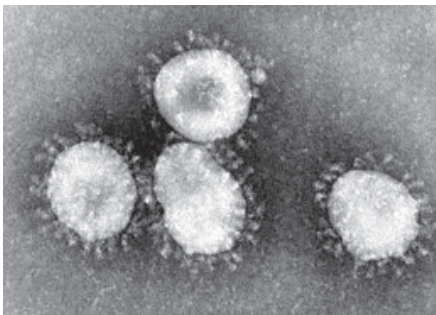


Рис. 1. Фактичне зображення Sars-Cov-2 (1)

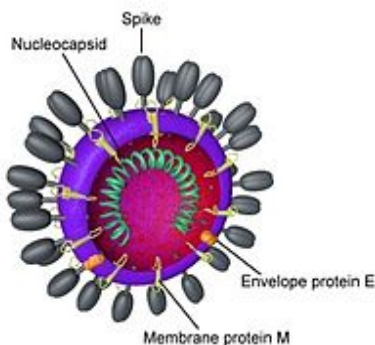


Рис. 2. Схема будови коронавірусного вірона (2)

Отже, семіотично неоднорідний характер сучасної писемної комунікації свідчить про те, що концепти можуть мати не лише вербальну репрезентацію, а й невербальну, оскільки зображення не лише доповнює чи дублює текст, а й виступає досить часто самостійним носієм інформації. У своїй роботі ми хочемо наголосити на можливості семіотичній гетерогенності, подвійній як вербальній, так і невербальній об'єктивації концепту.

Концепт може бути не лише вербалізованим за допомогою лексичних одиниць, а й візуалізовано представленим, тобто невербально версифікованим. Аналіз ЗМІ показав, що у структурі текстів, які висвітлюють проблематику коронавірусу, присутні невербальні одиниці, які є як автономними, так і комітативними репрезентантами концепту COVID-19.

Про автономну візуальну (зображувальну) версифікацію концепту COVID-19 йдеться у тому випадку, коли зображення демонструє інформацію, яка не представлена у тексті, або ж доповнює її. Зазвичай репрезентантом автономної репрезентації є фізичний образ концепту. На позначення концепту коронавірусу у ЗМІ, на телебаченні та іншій літературі є ряд зображень, як **фактичних**, зроблених під час мікроскопічного дослідження клітин вірусу (рис. 1), так і **схематичних** (рис. 2).

Проте найпоширенішою автономною візуальною репрезентацією концепту COVID-19 є 3D-модель клітини вірусу (рис. 3).

Комітативна візуальна (зображувальна) версифікація концепту – це сукупність візуальних образів, які дублюють або ж унаочнюють вербально подану інформацію. Зазвичай, комітативна версифікація концепту COVID-19 дублює асоціативні ознаки досліджуваного явища, до яких відносимо правила поведінки під час епідемії та її наслідки.

Концепт COVID-19 має комітативні візуальні версифікації, які найчастіше представлені такими зображувальними елементами як:

а) графіки та діаграми (рис. 4);

б) піктограми, що зображують алгоритм захисту від коронавірусу (рис. 5);

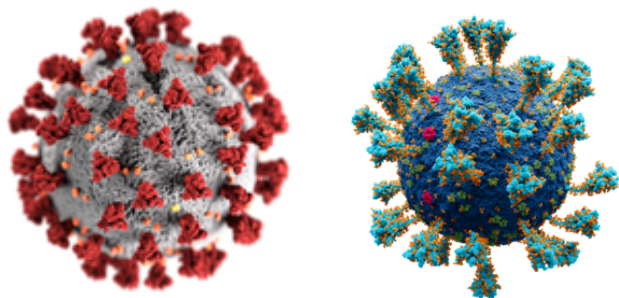


Рис. 3. 3D модель Sars-Cov-2 (3)

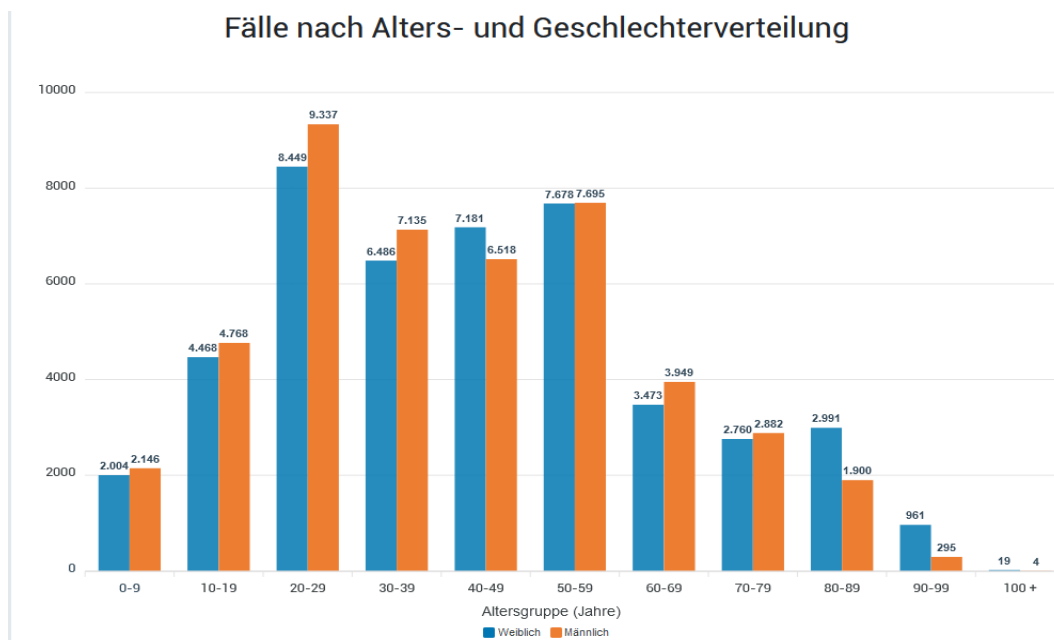


Рис. 4. Графік розподілу захворюваності за віком та статтю (4)



Рис. 5. Піктограми на позначення засобів захисту (5)

Піктограми такого плану можна побачити у місцях скупчення людей, житлових будівлях, офісах, торгових центрах тощо. Вони сприймаються набагато швидше, ніж вербально кодована інформація.

в) зображення лікарів в масках та захисних костюмах (рис. 6);

г) зображення людей в масках (рис. 7). Так, у газеті *Tagesspiegel* від 14.04.2020 із заголовком «*Tragt eure Masken! Jede Maske ist besser als keine Maske!*» додано фото реальних людей в масках, які апелюють до захисту від COVID-19. Відзначимо

д) зображення вакцини та процесу вакцинації (рис. 8);

е) метафоричні зображення творів мистецтва та емотиконів з предметами захисту від коронавірусу (рис. 9).

Висновки і пропозиції. Незважаючи на переконання деяких науковців щодо лише вербального представлення концепту, ми вважаємо, що невербальна репрезентація є так само важливою, оскільки невербальні засоби є такими, що швидше сприймаються та декодуються реципієнтами, а також є інформативними та ефективними засобами комунікації. До найважливі-



Рис. 6. Лікарі у масках (6)



Рис. 7. Люди в масках (7)



Рис. 8. Процес вакцинації (8)

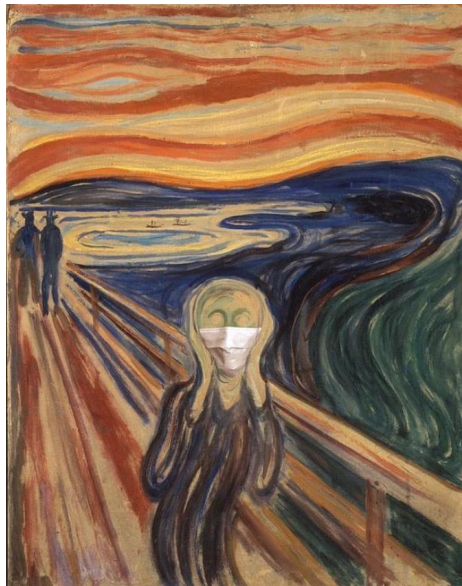


Рис. 9. Емотикони та метафоричні зображення ковід-атрибутики (9)

ших зображувальних репрезентантів концепту COVID-19 відносно фотографії, піктограми, діаграми, графіки, карикатури та емотикони.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у дослідженні корелятивної взаємодії різнокодних складових концептів.

Список літератури:

1. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж : Воронеж. ун-та, 1996. 372 с.
2. Красницька К.В., Степанюк Н.В., Долусова Н. В. Глобальне явище CORONAVIRUS як новий концепт в англомовній лінгвокогнітивній картині світу. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський

збірник наукових праць молодих вчених Драгобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Вип. 32. Драгобич. 2020. с. 148-153.

3. Кубрякова Е. с., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Наука, 1996. 245 с.

4. Лисичкіна О. О. Особливості неологізмів пандемії COVID-19 в англійській мові //Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 31(70) №4 4.2, 2020, с. 108–112.

5. Полюжин М. М. Про синкретичні теорії концепту. Проблеми романо-германської філології: зб. наук. праць. Ужгород: ЛІРА, 2006. с. 5–22.

6. Попова З. Д., Стернин И. А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку. Антология концептов / Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. Волгоград: Парадигма, 2005. Т. I. с. 7–10.

7. Приходько, А. Н. Концепты и концептосистемы. Днепропетровск: Белая Е. А., 2013. 307 с.

8. Рись Л. Ф., Пасик Л. А. Неологізми німецької мови у час коронакризи. Кременецькі компаративні студії: [науковий часопис / ред. Д. Чик, О. Пасічник]. 2020. Вип. X. с. 289–299.

9. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология. Київ: Фитосоцицентр, 2000. 248 с. Шевченко И. С. Подходы к анализу концепта в современной когнитивной лингвистике. Вісник ХНУ. 2006. № 725. с. 192–195.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Фактичне зображення вірусу COVID-19. URL: <https://ru.wikipedia.org/> (дата звернення: 19.10.2022).

2. Схема будови коронавірусного вірусу. URL: <https://healthcare-in-europe.com/en/news/a-genome-browser-posts-the-coronavirus-genome.html> (дата звернення 16. 09. 2022).

3. 3D модель Sars-Cov-2. URL: https://en.m.wikipedia.org/wiki/SARS-CoV-2_Omicron_variant (2) (дата звернення: 27.09.2022).

4. Графік розподілу захворюваності за віком та статтю. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1103904/umfrage/corona-infektionen-covid-19-in-deutschland-nach-altersgruppe/> (дата звернення: 27.09.2022).

5. Піктограми на позначення засобів захисту. URL: <https://radioschwaben.de/coronavirus/aktueller-stand-der-corona-zahlen-vom-28-10-2020/> (дата звернення 28.12.2021).

6. Маски – основний засіб захисту лікарів від COVID-19 (2). URL: <https://www.spiegel.de/wissenschaft/medizin/neuried-bei-muenchen-pilotstudie-zu-neuem-corona-testverfahren-gestartet-a-0b328039-a925-40d2-a82a-791f6fd4d0ef> (1) (дата звернення: 28.12.2021).

7. Люди в масках. URL: <https://www.n-tv.de/politik/Was-bedeutet-die-Maskenempfehlung-article21718722.html> (дата звернення 30.12.2022).

8. Процес вакцинації. URL: <https://www.aerztezeitung.de/Nachrichten/NRW-erlaubt-siebte-Dosis-aus-Comirnaty-Phiole-416986.html> (дата звернення: 27.12. 2022).

9. Емотикони та метафоричні зображення ковід-атрибутики. URL: <https://www.zentrum-oekumene.de/de/oekumene/aktuelles/detailseite/coronavirus-faith-beyond-fea> (1); <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/corona-versagen-deutschland-leidet-unter-massenpsychose-17216264.html>(2); <https://shop12.onlinestoresoutlet.ru/category?name=masken%20emoji> (3) (дата звернення: 10.09. 2023).

Semeniuk T. P., Usik S. R. PECULIARITIES OF NONVERBAL VERSIFICATION OF THE CONCEPT OF COVID-19 IN THE MODERN GERMAN MASS MEDIA

The article examines the non-verbal expression of the concept of COVID-19 in modern German mass media. Concepts are those lexical units whose meanings reflect the content of knowledge and experience of the national language consciousness, which collectively form a picture of the world of a certain linguistic community. The article emphasizes the fact that concepts contain not only verbal, but also non-verbal and para-verbal components. This means that concepts can have polysemiotic objectification – a strategic tendency to represent important and complex elements with the help of verbal and pictorial elements. Non-verbal elements can perform different functions in the process of concept representation. The article demonstrates the results of a conceptual analysis of modern German mass media and states that the structure of texts covering the issue of the coronavirus includes non-verbal units that are both autonomous and comitative representatives of the concept of COVID-19. Autonomous concept versification is the expression of conceptual information using non-verbal semiotic units that demonstrate information and are not present in the verbal text, or are present and supplement verbally encoded information. This versification of concepts is characteristic of small-format texts, primarily caricatures, graphs, and diagrams. The most common in the columns of newspapers and magazines is comitative versification of concepts, in which non-verbal elements duplicate verbally presented information. Nonverbal semiotic units evoke the basic conceptual characteristics of the analyzed concept in the minds of readers. Articles in newspapers and magazines include by comitative non-verbal versification of the concept of COVID-19.

Key words: concept, COVID-19, non-verbal versification of the concept, autonomous and comitative representation of the concept.