**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет філології, історії та політико-юридичних наук**

**Кафедра прикладної лінгвістики**

Освітньо-професійна програма

«Філологія. Германські мови та

літератури(переклад включно)» зі

спеціальності 035.04 Філологія

(англійська)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістр

**«Вербалізація концепту «Страх» в англомовному медіадискурсі в умовах пандемії»**

Студента другого курсу

(магістерського рівня),

Групи ФА

Костенецького

Павла Володимировича

**Науковий керівник:**

д-р. філол. наук, проф.

каф. прикладної лінгвістики

Серебрянська І.М.

**Рецензенти:**

канд. філолог. наук, доцент,

каф. прикладної лінгвістики

Ларіна Т. В.

Допущено до захисту

Завідувач кафедри, канд. філолог. наук. доцент

Ларіна Т. В. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Ніжин – 2022**

MINISTRY OF SCIENCE AND EDUCATION OF UKRAINE

GOGOL STATE UNIVERSITY OF NIZHYN

Faculty of Foreign languages

Department of Applied linguistics

Pavlo Kostenetskyi

**Verbalization of the concept «Fear» in the English-language media discourse during the pandemic**

Master`s Thesis

Research Supervisor –

Doctor of Science in Philology

Associate Professor

Serebrianska Iryna

Nizhyn 2022

**АНОТАЦІЯ**

Магістерську роботу присвячено дослідженню вербалізації емоційного концепту «Страх» у англомовному медіадискурсі в умовах пандемії. Першочергово, розглянуто базові теоретико-методологічні засади дослідження концептів та шляхів їхньої мовної репрезентації в дискурсі.

Шляхом дослідження англомовних тлумачних та етимологічних словників, було виділено головні шляхи лексичної реалізації емоційного концепту «Страх»: його пряму номінацію або ж «ім’я» концепту в англійській мові – лексему Fear, що надає найбільш повну номінацію цього концепту та є найбільш репрезентативною у контексті медійного дискурсу – та його основне синонімічне поле, базовими одиницями якого є лексеми: «Terror», «Horror», «Panic», «Desperation», «Dread», «Anxiety», «Nervousness», «Trepidation».

Аналіз вербалізації емоційного концепту «Fear» шляхом його метафоричного осмислення став ключовим у виявлення основних способів метафоричної реалізації емоції страху в англійській мові на основі медійного дискурсу: FEAR IS A HIDDEN ENEMY, FEAR IS A SUPERNATURAL BEING, FEAR IS A PLANT\TREE, FEAR IS A MOUNTAIN, FEAR IS UP. А також, окреслив й інші, споріднені концепти, що, досить часто, взаємодіють з досліджуваним концептом «Страх», підсилюючи його емоційну складову та збільшуючи маніпулятивний характер його впливу на споживача новинного дискурсу.

Також визначені й інші шляхи втілення емоційного концепту «Страх» у медійному дискурсі. А саме – за допомогою використання зображень певних об’єктів, кольорів та інших невербальних маркерів, які його репрезентують та співставлення їх з можливими, дослідженими раніше, мовними відповідниками.

**Ключові слова:** концепт, базові емоції, страх, емоційний концепт, вербалізація емоційного концепту, лексема, метафора, дискурс, медіадискурс.

**ABSTRACT**

The master's thesis is devoted to the research of the verbalization of the emotional concept "Fear" in the English-language media discourse in the conditions of the pandemic. First of all, the basic theoretical and methodological principles of the study of concepts and ways of their linguistic representation in discourse are considered.

By researching English explanatory and etymological dictionaries, the main ways of lexical implementation of the emotional concept "Fear" were highlighted: its direct nomination or the "name" of the concept in the English language - the lexeme Fear, which provides the most complete nomination of this concept and is the most representative in in the context of media discourse - and its main synonymous field, the basic units of which are lexemes: "Terror", "Horror", "Panic", "Desperation", "Dread", "Anxiety", "Nervousness", "Trepidation".

The analysis of the verbalization of the emotional concept "Fear" through its metaphorical interpretation became key in identifying the main ways of metaphorical realization of the emotion of fear in the English language on the basis of media discourse: FEAR IS A HIDDEN ENEMY, FEAR IS A SUPERNATURAL BEING, FEAR IS A PLANT\TREE, FEAR IS A MOUNTAIN, FEAR IS UP. The analysis has also outlined other, related concepts that, quite often, interact with the researched concept "Fear", strengthening its emotional component and increasing the manipulative nature of its influence on the consumer of media discourse.

Other ways of implementing the emotional concept "Fear" in the media discourse are also defined. Namely – the usage of images of certain objects, colors and other non-verbal markers that represent fear and comparing them with their possible linguistic counterparts.

**Key words:** concept, basic emotions, fear, emotional concept, verbalization of emotional concept, lexeme, metaphor, discourse, media discourse.

**ЗМІСТ**

ВСТУП……………………………………………………………………………..7

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТІВ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ТА МЕДІА……………………………………………………………………............11

* 1. Концепт як основоположна одиниця розуміння реальності…………...11
		1. Диференціація і класифікація концептів………………………………..18
	2. Вербалізація емоцій та емоційних станів……………………………….19
		1. Емоційні концепти та підходи до їх вивчення………………………….23
	3. Дискурс як феномен мовознавства………………………………………24
		1. Сучасний медіадискурс у мовознавстві…………………………………31
		2. Дискурсивний аналіз як основний інструмент дослідження дискурсу…………………………………………………………………...34

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1……………………………………………………36

Розділ 2. РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ «СТРАХ» У АНГЛОМОВНОМУ МЕДІА ДИСКУРСІ……………………………………………………………...38

2.1. Лексичні засоби первинної номінації емоційного концепту FEAR………………………………………………………………………….......38

2.2. Синонімічні ряди номінантів емоційного концепту FEAR в англомовній лексикографії…………………………………………………………………….46

2.3. Метафоричне осмислення емоційного концепту FEAR…………………..........................................................................................53

2.4. Невербальні маркери страху в англомовному медіа дискурсі…………………………………………………………………………..60

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2……………………………………………………63

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ………………………………………………………...66

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……………………………………….69

ДОДАТКИ………………………………………………………………………..76

ДОДАТОК А……………………………………………………………………..77

ДОДАТОК Б……………………………………………………………………78

ДОДАТОК В……………………………………………………………………..79

ДОДАТОК Г……………………………………………………………………...80

ДОДАТОК Д……………………………………………………………………..81

ДОДАТОК Є……………………………………………………………………..82

SUMMARY………………………………………………………………………83

**ВСТУП**

Вже досить давно увагу науковців привертають процеси взаємодії, свідомості, культури, емоцій та мови. Однією з центральних та важливих тем сучасного мовознавства є поняття концепту. Сучасна лінгвістика приділяє багато уваги вивченню концептів, їх місця та ролі в мовній парадигмі та їх зв’язку з іншими сферами. Його використовують і досліджують разом з такими поняттями, як «дискурс», «мовна особистість», «мовна картина світу» тощо.

Складність та комплексність цього поняття зумовлює відсутність єдиного трактування терміну «концепт» і наявність різних варіацій його назв у мовознавстві: «концепт», «логоепістема», «лінгвокультурема» або ж «міфологема». У широкому значенні, концепт – це «словесно виражена змістова одиниця свідомості, збагачена культурними смислами й індивідуальними асоціаціями, які реалізуються в мові за допомогою певного набору слів у контексті й відображають основні етапи розвитку тієї чи тієї мови й культури».

Дослідженню концептів присвячені праці таких українських вчених як: А. Д. Бєлова, Л. І. Бєлєхова, І. О. Голубовська, О. Ю. Качмар, А. М. Приходько, Т. В. Радзієвська, І. М. Серебрянська та представників західної наукової ліги: М. Джонсон, Дж. Лакофф, Л. Талмі, Ч. Філлмор, Ж. Фоконьє та ін.

Саме у концептах відображається зв'язок мови, мислення, культури, психологічних та емоційних станів. Концептуальна реалізація емоцій, психологічних та емоційних станів проявляється у окремому різновиді концептів – емоційному, до яких, власне, і належить досліджуваний нами емоційний концепт «Страх».

Страх є однією з найбільш поширених природніх, базових або ж фундаментальних людських емоцій і відіграє важливу роль в нашому житті. Страх виникає із появою загрози чи шкоди для нас, шкоди фізичної, емоційної чи психологічної, реальної чи уявної. Попри те, що страх традиційно вважається «негативною» емоцією, він, насправді, відіграє важливу роль у забезпеченні нашої безпеки, мобілізуючи тіло і психіку для подолання потенційної загрози. Як і більшість емоцій, емоція страху знаходить своє відображення у нашій свідомості, формуючи уявлення про страх і концептуалізуючи його, та мові, що виражається у вербалізації цієї емоції, цього емоційного концепту лексичними засобами.

**Актуальність дослідження** зумовлена тим, що концепти, особливо ті, що використовуються для позначення емоцій, є невід’ємною складовою антропоцентричних досліджень. Концепт "Страх" привертає увагу науковців вже відносно давно, оскільки він належить до базових, фундаментальних концептів, що слугують рушійною силою процесів пізнання і свідомого розуміння навколишнього світу. Актуальність також визначається необхідністю актуалізації концепту «Страх» на тлі сучасних глобальних подій, зокрема пандемії коронавіруса та війни, активне висвітлення яких відбувається саме в англомовному медійному дискурсі.

**Об’єктом дослідження** є текстиангломовного новинного дискурсу, що стосуються пандемії коронавіруса.

**Предметом** безпосереднього аналізу є мовні одиниці, що вербалізують концепт «Страх».

**Матеріалами дослідження** слугують англомовні новинні повідомлення, які відображають актуальні події сьогодення, зокрема події пандемії Covid-19.

**Мета** наукового дослідження полягає у здійсненні аналізу лексичних засобів, використаних в англомовному медіадискурсі, на позначення концепту «Страх» та виявлення особливостей його вербалізації.

Поставлена мета зумовлює виконання таких конкретних **завдань**:

* визначити поняття «концепт», «емоційний концепт», «емоція», «дискурс» та «медіадискурс»;
* встановити лінгвокультурну та когнітивно-дискурсивну специфіку концепту «Страх»;
* з’ясувати основні механізми вербалізації концепту «Страх» в англомовному медіадискурсі;
* виявити особливості реалізації концепту «Страх» в умовах пандемії;

Під час дослідження було використано такі **методи**:

* загальнонаукові методи – спостереження, узагальнення, індукція;
* метод суцільної вибірки (відбір матеріалів дослідження);
* метод теоретичного аналізу джерел;
* метод аналізу словникових дефініцій (визначення основних досліджуваних понять);
* метод контекстуального аналізу;
* метод вивчення концепту через лексико-семантичне поле лексеми, що його репрезентує;
* метод аналізу асоціативного поля концепту;
* описовий метод (для опису мовних одиниць, які репрезентують досліджуваний концепт);

**Наукова новизна** дослідження полягає у дослідженні вербалізації емоційного концепту «Страх» на матеріалах медіадискурсу в умовах пандемії.

**Практична цінність** дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів у викладанні або вивченні таких дисциплін як: «Проблеми лінгвокультурології», «Проблеми комунікативної лінгвістики» та, в першу чергу, «Основи когнітивно-дискурсивного вивчення мов», оскільки вивчення концептів є однією з головних тем когнітивістики.

**Теоретичне значення** дослідження може полягати у подальшому використанні основних положень та матеріалів у майбутніх наукових працях та розвідках.

Структура магістерської роботи. Магістерське дослідження складається зі вступу, двох розділів та висновків до кожного з них, загальних висновків до всієї роботи, списку використаних джерел та додатків.

У вступі визначається актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи, визначено об’єкт та предмет дослідження, сформульовано мету та основні завдання, окреслені методи дослідження, розкрито наукову новизну, практичні цінність та теоретичне значення доробку, описано структуру роботи та наведено дані про її апробацію.

**Перший розділ** «**Теоретичні засади вербалізації концептів в англомовному дискурсі та медіа дискурсі»** присвячено визначенню теоретичних засад дослідження концептів, розгляду та дефініції поняття «концепт» та його різновидів у сучасному мовознавстві, окресленню класифікацій концептів і детальному розгляду поняття «емоційний концепт», визначенню та дослідженню понять «дискурс» та «медіадискурс».

**У другому розділі «Реалізація концепту «Страх» у англомовному медіадискурсі»** досліджено основні лексичні засоби первинної номінації концепту «Страх», проаналізовано синонімічні ряди номінантів емоційного концепту «Страх» в англомовній лексикографії, розглянуто варіанти метафоричного осмислення досліджуваного концепту в контексті пандемії та визначено невербальні маркери страху, що слугують додатковим джерелом реалізації концепту «Страх» в англомовному медіадискурсі.

У **висновках** зазначено основні результати дослідження.

**Список використаної літератури** складається з 74 джерел українською та англійською мовами.

**Додатки** містять зображення, що відображають головні невербальні маркери страху, визначні нами у ході дослідження, та графіки інтенсивності емоцій.

**Результати дослідження були апробовані** публікацією наукових тез «Роль емоційного концепту «Fear» у медійному дискурсі» на III Міжнародній студентській науковій конференції «Цифровізація Науки та Сучасні Тренди її Розвитку», 11 листопада 2022 рік, м. Умань, Україна, та публікацією статті «Реалізація концепту «Fear» в англійськомовному новинному дискурсі в умовах пандемії» у 27 випуску **«Вісника студентського наукового товариства», Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя, м. Ніжин, Україна.**

  **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТІВ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ТА МЕДІАДИСКУРСІ**

* 1. **Концепт як основоположна одиниця розуміння реальності**

«Концепт» - одне з найбільш складних, комплексних та загадкових понять мови, адже єдиного і однозначного тлумачення даного терміну не існує і досі. Досить часто, говорячи про концепт, на увазі мають не тільки мовну сферу, а і психологічний аспект. Термін «концепт» є вкрай популярним у сучасній лінгвістиці та досить часто вживається і досліджується разом з такими поняттями, як «дискурс», «мовна особистість», «мовна картина світу» та інші.

У філософії середньовіччя концепт розуміли як ім’я, «особливе психологічне утворення», що передбачає певну смислову функцію» [35, с. 525 ], яка розкривається у спілкуванні.

Однією з середньовічних течій, які досліджували природу концептів був концептуалізм, основоположниками якого були Т. Гобс, П. Абеляр та У. Окам. Концептуалізм розглядав концепти як універсалії, які узагальнюють признаки речей і були створені розумом для його внутрішнього використання, фокусуючи в собі важливу і актуальну інформацію.

П. Абеляр вважав, що концепт – це ні що інше, як сукупність понять, зв’язування висловлювань в єдину точку зору на певний предмет в умовах, визначених силою людського мислення [33, с. 491].

У сучасній лінгвістиці концепт вивчається з різних точок зору. Наразі, існує декілька термінів, котрі характеризують концепт: «концепт», «логоепістема», «лінгвокультурема» або ж «міфологема».

Лінгвокультурема – комплексна міжрівнева одиниця, певна “діалектична єдність лінгвістичного і екстралінгвістичного (понятійного або предметного) змісту”. Вона може бути виражена словом, словосполучення, цілим текстом та живе в мові, поки існує ідеологічний контекст, що її породив [24, с. 71–80.]

Як зазначають лінгвісти, лінгвокультуреми – це «одиниці мови, які набули символічного, еталонного, образно-метафоричного значення в культурі та які узагальнюють результати власне людської свідомості, зафіксовані у міфах, легендах, ритуалах, обрядах, фольклорних та релігійних дискурсах» [2, с. 20].

Інше визначення лінгвокультуреми базується на протиставленні понять «лінгвокультурема» та «концепт». Якщо під концептом дослідники розуміють «фрагмент національної картини світу, втілений у мовних одиницях», то лінгвокультурема, навпаки, є «мовною одиницею, що містить загальнокультурні сенси» [29, с. 275-281]. Таким чином, концепт має екстралінгвістичну природу, що виводиться з мовного (текстового) початку, тоді як лінгвокультурема являє собою власне мовний знак, у структурі якого знаходяться певні сенси, актуальні в межах тієї чи іншої національної ідентичності [29, с. 275-281].

У сферу гуманітарного знання слово «концепт» увів С. Аскольдов, який не ототожнював концепт з індивідуальним уявленням, а вбачав у ньому загал. Уже в самій назві його статті «Концепт і слово» сформульовано питання про мовне вираження концепту, яке й досі не втрачає актуальності. Мовознавець характеризував концепт як символічний, динамічний, потенційний [20, с. 132–138], і виділив два основні типи концептів: пізнавальні й художні. Він стверджував, що художні концепти – образні, символічні, оскільки те, що вони означають, «більше змісту, поданого в них, і міститься за їхніми межами» [20, с. 132–138].

Вузьке й широке розуміння концепту пропонує А. М. Приходько. Перше пов’язане з його тлумаченням «як феномену життєвої філософії, як буденного аналогу світоглядних понять, закріплених у лексичному запасі природної мови, що є запорукою стабільності і спадкоємності ментальної культури народу, відображення культурної сторони внутрішнього світу людини»; друге – як семантичних утворень, які «стоять за словом і не мають однослівних еквівалентів у процесі перекладу на інші мови» [31, с. 324-331.]. На думку науковця, «концепт являє собою такий складно структурований феномен, поняттєве начало якого, проходячи крізь сито етнопсихологічної оцінки, органічно поєднується з лінгвокультурним» [31, с. 324-331.].

Влучною дефініцією цього поняття є визначення І. М. Серебрянської, яка визначає концепт як «словесно виражену змістову одиницю свідомості, збагачену культурними смислами й індивідуальними асоціаціями, які реалізуються в мові за допомогою певного набору слів у контексті й відображають основні етапи розвитку тієї чи тієї мови й культури» [35, с. 525].

Концепт – це своєрідний спосіб інтерпретації або сприйняття реальності. Щоденні міркування про мислення та поведінку людей включають постійне звернення до концептів для розуміння того, чому люди роблять те, що вони роблять, і передбачення того, що вони, ймовірно, будуть робити далі, за допомогою неформальної «теорії розуму» [65, P. 34-35].

У зв’язку з відсутністю між дослідниками різних дисциплін консенсусу щодо того, що таке концепт і що лежить в основі його значення, для більшості концептів ніколи не було надано адекватного визначення [34, с. 61-67]. Визначення концепту можна розділити на лінгвістичні, філософські, психологічні, метафоричні та комплексні.

***Лінгвістичні визначення*** розглядають концепт як теоретичну сутність, що означає значення слова. Стверджується, що ця сутність пов’язана як з іншими концептами, так і з певними діями, які можуть виконувати особи, що володіють цими концептами.

Тобто, знаючи значення певного концепту, наприклад – кіт, і маючи про нього уявлення, ми можемо судити про те, чи є щось котом чи ні.

Концепт, що виражається словом кіт, має бути викладено з урахуванням його відношень до інших понять, наприклад тих, що виражаються словами «тварина», «ссавець», «хижий», тощо.

Таким чином, для того, щоб зрозуміти будь-який концепт, ми повинні зазначити:

- правило для визначення того, що вважається екземпляром цього концепту;

- відносини для конкретизації між цими поняттями та іншими [19, с. 48-60].

***Філософські визначення*** розглядають концепт як спосіб скріплення думок, спосіб класифікації, шлях і спосіб мислення про щось, місце для думок про певні речі та їх характеристики в цьому світі. Філософи вивчають концепт здебільшого як спосіб отримання більш чіткого, глибокого та більш адекватного розуміння навколишнього світу.

***Психологічні визначення*** використовують «концепт» у значенні «будь-яка психологічна структура, що підтримує значення» [19, с. 48-60.], або «нелінгвістична психологічна репрезентація класу сутностей у світі» [26, с. 242–252]. Концепти – це ментальні уявлення, які потенційно можуть служити семантичним полюсом мовного вираження. Концепти, які виконують останню функцію, ідентифікуються як лексичні концепти.

***Метафоричні визначення***, популярні серед пострадянських лінгвістів, порівнюють поняття з хмарою, цибулею, краплею ртуті, яйцем тощо.

***Комплексне визначення концепту*** розглядає концепт як «оперативну, функціональну і значиму одиницю пам’яті, ментального лексикону концептуальної системи і мови мозку (lingua mentalis), всієї картини світу, відображеної в людській психіці» [28, с. 248].

Комплексне визначення виділяє *два підходи до вивчення концептів*:

-*систематичний*, розглядаючи концепти як статичні одиниці пам’яті, що позначаються словами.

-*функціональний*, що розглядає концепти як ментальні одиниці, котрі утворюють ще більш складні структури в мовленні та дискурсі.

Лінгвістичні дослідження концепту поділяються на системно-мовні та функціональні, що співвідносяться у ширшому плані з двома домінуючими в лінгвістиці типами мислення [6, с. 53–63.].

Комплексне визначення трактує концепт з двох ракурсів: як оперативну одиницю, тобто. у зв'язку з його функцією різних видах діяльності, і як одиницю зберігання знань, тобто. у аспекті пам'яті. Саме остання інтерпретація виявилася домінуючою на пострадянському просторі: концепти досліджуються в статиці за рахунок моделювання їхньої внутрішньої організації за допомогою більш елементарних когнітивних структур, таких як конкретнопочуттєвий образ, схема, поняття, сценарій, прототип, пропозиційна структура, кадр, сценарій, гештальт [37, с. 367]. Концепт або розглядається як багатошарове явище, що складається з образного та понятійного компонентів [31, с. 324-331], або співвідноситься з однією з когнітивних структур - найчастіше з фреймом [31, с. 324-331].

Поширені дефініції концепту утворюють дві основні групи – наївні та лінгвістичні. Відсутність загального наукового розуміння поняття концепту компенсується наявністю наївних чи інтуїтивних трактувань, що, здебільшого, створюють уявлення про смаки дослідника, ніж про об’єкт дослідження. [30, с. 102­-108.]. Таким чином, досить часто, концепти порівнюють з хмарою, сніговою грудкою, крапельками ртуті, або яйцем, у якому жовток – базовий, чуттєвий досвід, а білок – інтерпретаційне поле.

Звісно ж, що стосунки між мовою і ментальними структурами є більш ієрархізованими і опосередкованими, ніж прийнято вважати. Більш того, популярність, що набуває останнім часом, ідея про мислення для говоріння (thinking for speaking), що зв'язує мову лише зі станом свідомості, що безпосередньо передує говорінню, дає підстави для висновку про те, що існуючі методики дослідження не так описують концепти, що зберігаються в нашій пам'яті, скільки розглядають мовне значення, представляючи його на вищому рівні абстракції, ніж семантичні теорії [6 с. 53–63.]. Тому ідея про мову як засіб доступу до ментальних ресурсів індивіда вимагає переосмислення в аспекті обліку ієрархії ментальних ресурсів, які відкриває мова перед нами. Зв'язок когнітивної лінгвістики з дослідженням мовного мислення підтверджується поширеним у західній когнітивистиці визначенням концептів як ментальних репрезентацій, що співвідносяться з семантичною складовою мовних виразів, тобто, розглядаються у безпосередньому зв'язку із засобами вираження [19, с. 48-60.].

Важливим є усвідомлення того, що концепти – це лише уявлення про реальність, різновид сприйняття реальності, а не сама реальність. І дуже часто саме уявлення про реальність диктує людську поведінку. Людям іноді буває важко прийняти цей факт і тому вони вважають за краще пояснювати поведінку, особливо свою власну, з посиланням на реальність: «Я злякався темряви»), замість того, щоб посилатися на своє уявлення про концепт темряви: «Я злякався через своє уявлення про темряву і те, що може в ній знаходитися').

І хоча концепти мають великий вплив на людське мислення та поведінку, ми не можемо безпосередньо побачити їх або ж дослідити як якийсь фізичний об’єкт. Концепти - це одиниці мислення, це певні лінзи або ж окуляри, крізь які ми, не усвідомлюючи того, дивимося на світ. Ми можемо зняти справжні лінзи/окуляри, коли вони нам не потрібні, зняти, роздивитися і дослідити. На жаль, концепти не можна спостерігати та досліджувати таким чином. Проте можна вивчати через розгляд їхнього впливу на наше сприйняття. До того ж, власне вивчення концептів відбувається саме за допомогою і з використанням концептів.

Враховуючи їхнє центральне значення для всіх аспектів життя, концепти, як такі, напрочуд мало вивчалися в основних науках про мислення, котрі дотримувалися аналогії між людським мисленням і комп’ютерною обробкою та намагалися уникати посилань на концепти на користь ментальних репрезентацій, які є більш відчутними. Когнітивна лінгвістика є винятковою в тому, що бере концептуальну структуру як центральну тему в розвитку теорії, і внесла свій внесок у сукупність наукових знань про концепти, які включають наступні загальні положення [26, с. 242–252].

Концепти є абстрактними по відношенню до реальності, адже вони формуються за допомогою процесів абстрагування від цієї реальності. Абстракція — це «промальовування» (етимологічне значення абстрактного) тих аспектів реальності, які є помітними для конкретної людини в певний час у певному контексті. Абстракція вимагає відчуття контрасту або відмінності. Зазвичай кажуть, що концепт об’єднує подібні аспекти реальності. Однак так само правильним є те, що концепти об’єднують аспекти реальності, які відрізняються від деяких інших відомих аспектів реальності.

Наприклад, дослідження концепту КОРИЧНЕВИЙ потребує розуміння того, що «не є коричневим» [68, P. 37-39.]. Як стверджує Елеонора Рош, когнітивна лінгвістика визначає концепти в межах категорій, з «прототиповими» членами в центрі категорії та більш «периферійними» членами навколо часто «нечіткої» межі [68, P. 37-39.].

Той факт, що створення концептів передбачає процеси абстрагування означає, що концепти – це не просто «мапування» або ж «відображення» фізичних характеристик реальності. Концепти ж сильно залежать від таких аспектів як контекст, культура, точка зору, а також і від самої реальності.

Для кращого розуміння зв'язку між концептами та реальністю, наведемо аналогію з гончарем і глиною. Реальність — це глина, а концепти — це горщик. Гончар може формувати глину різними способами, але природа горщика обмежена природою глини. Подібним чином, реальність може бути концептуалізована багатьма способами, але, в той же час, природа концептів обмежена природою реальності.

Той факт, що концепти не просто відображають аспекти реальності, означає, що хоча для певних цілей може бути корисно працювати з формальними визначеннями концептів, жоден концепт не може бути повністю визначено лише з посиланням на фізичні чи формальні властивості реальності, що стоїть за ним [5, ­с. 77-82.].

Концепт скоріше охоплює певний набір аспектів реальності, які здаються «однаковими» для конкретного суб’єкта в певному контексті, незважаючи на те, що вони часто мають величезні фізичні відмінності.

* + 1. **Диференціація і класифікація концептів**

Оскільки концепт ж досить широким і багатогранним явищем, сучасне мовознавство налічує достатню кількість класифікацій концептів.

Деякі науковці розмежовують такі типи концептів:

* ***концепти пізнання;***
* ***художні концепти;***

зазначаючи, що «можливості концептів пізнання підкорюються законам логіки, або потребам відповідності реальній дійсності..., а зв’язок елементів художнього концепту спирається на далеку від логіки та реальної прагматики художню асоціативність» [11, с. 245].

В свою чергу, спираючись на лінгвістичне вираження концептів, дослідники розподіляють їх на «***прості»*** і, відповідно, «***складні»***. Де прості концепти виражаються за допомогою одного слова, а складні – реченням або словосполученням [28, с. 248].

Вважається, що під «концептом» розглядається саме «культурно позначений вербалізований смисл» [12, с. 245]. Також існує теорія, що висуває ідею про наявність, так званих «метафізичних концептів», таких як: «Душа», «Правда», «Воля», «Радість», «Кохання», що за своєю сутністю є ментальними квінтесенціями граничних ступенів абстрактності [11, с. 21].

У свою чергу, наявність цієї типології слугує підгрунтям для поділу концептів на «концепти вищого рівня», таких як «Совість» або «Любов» та «звичайні» - об’єктні концепти [13, с. 111–117].

1. При дослідженні мовознавцями індивідуальної та колективної свідомості на предмет наявності в них лінгвокультурних концептів, вдалося окреслити такі типи концептів [7, с. 71 – 93.]:
* ***«індивідуальні»***,
* ***«групові»***
* ***«етнокультурні***»
* ***«загальнолюдські»***

Ще одним типом концептів, виділеним лінгвістами, є «концепти-власні назви», які слугують репрезентаторами традицій, історії та культури певних країн та народів [16, с. 350].

Наступною класифікацією, до якої схиляються мовознавці, є поділ концептів на:

1) ***базові концепти***, до яких належать соціальні, психічні або ж «духовні» концепти;

2) ***концепти-дескриптори***, функцією яких є класифікація базових концептів;

3) ***концепти-релятиви***, що зайиається реалізацією типології зв’язків між базовими концептами. [31, с. 324-331]

Саме до духовних концептів автор відносить емоційні концепти, дослідження яких є важливим для нашої роботи.

* 1. **Вербалізація емоцій та емоційних станів**

Вже досить давно увагу науковців привертають процеси взаємодії, свідомості, емоцій та мови. Вони стверджують, що «емоції є частиною структур, пов’язаних зі свідомістю й мисленнєвими процесам, що перебувають у тісномі зв’язку зі знаннями: відповідно зі зміною знань та думок, змінуються й емоційні стани людини» та висувають думку про культурну універсальність емоцій [43, с. 292―295.]. Саме емоціїї є ядром людської мовної особистості.

Як зазначає К. Ізард: «емоції є особливими психофізичними станами організму, які відображають ставлення людини до самої себе й оточення у формі інтенцій, безпосередніх переживань, відчуттів приємного чи неприємного, задоволення чи незадоволення, що обумовлюється відношенням об’єктивних властивостей світу до потреб та мотивів діяльності індивіда» [54, 464 p.].

Досліджуючи взяаємозв’язки мови, емоцій та свідомості Дж. Лакофф дійшов висновку, що «емоції, як явища психіки, мають надзвичайно складну концептуальну структуру, яку можна виявити шляхом описання мовних висловів, що використовуються носіями мови для позначення і передавання емоцій» [61, P. 195–221.]. Дослідження феномену емоцій, втіленому у концептуальній і мовній структурі знань, є важливим кроком до розуміння механізмів відображення людської реальності в мові та свідомості. Роль концептуалізатора знань про емоції виконує людська свідомість, котра збирає, узагальнює та конструює знання про них, тобто концептуалізує їх [38, с. 55-58].

Дж. Лакофф і М. Джонсон підкреслюють, що мовні засоби вираження емоцій мають переважно метафоричний характер і, досить часто, емоція не виражається безпосередньо, а інтерпретується в образі іншої системи, яка підлаштовується під щось. [60, 256 p.]

Важливою є також класифікація емоцій. Тлумачні словники фіксують велику кількість їх різновидів, проте, серед них, учені виділяють базові або ж фундаментальні емоції, кількість яких є обмеженою і варіюється відповідно до поглядів різних шкіл. Лінгвісти розглядають емоції, як невід’ємну частину антропоцентричного розвитку та говорять про їх універсальність в усіх культурах. К. Отлі визначає «основні емоції» як «фізіологічно та мімічно виражені емоції, що мають біологічну основу» [63, 544 p]. Та виділяє ***п’ять базових та універсальних емоцій***: «*anger* (гнів), *disgust* (відраза), *anxiety* (тривога), *happiness* (щастя), *sadness* (сум)» [63, 544 p].

Відомий американський психолог К. Ізард висунув власну класифікацію та виділив такі фундаментальні емоції: «*anger* (гнів), *contempt* (презирство), *disgust* (відраза), *distress* (страждання), ***fear*** (страх), *guilt* (провина), *interest* (інтерес), *joy* (задоволення), *shame* (сором) та *surprise* (здивування)». Дослідник також диференціює їх на **позитивні** – «*interest, happiness, surprise*» та **негативні** – «*anger, sadness, disgust, fear, shame, guilt*». Будь-які інші емоційні прояви науковець називає усього лише вираженнями комбійнацій та модифікацій базових. [55, 452 p]. Саме ж вираження емоцій та емоційних станів полягає у їх опосередкуванні та безпосередній маніфестації у мовленні і супроводжується як внутрішніми, так і зовнішніми переживаннями [43, с. 292―295.].

Дослідники фундаментальних емоцій, такі як Ян Плампер та Пол Екман, протягом тривалого часу глибоко скептично ставилися до мови загалом і емоційних слів зокрема [52, 384–392 p.]. Цей скептицизм значною мірою підживлювався уявленням про те, що словесне вираження емоцій надто легко контролювати, а тому його можна підробити [52, 384–392 р.].

Варто також згадати про способи вираження емоціних станів: вербальний (мовні засоби) та невербальний (жести, міміка, пантоміміка), який має суттєву перевагу над першим, адже, досить часто є чимось несвідомим, швидким та короткочасним, як власне, і самі емоції. «Емоції виступають у ролі посередника між світом і його відображенням у мові та, як психічне явище, відтворюють у свідомості людей їх емоційне ставлення до дійсності, що відображаються в семантиці мовних засобів, що використовуються для вербалізації» [43, с. 292―295.].

Психологи трактують вербалізацію емоцій, як «процес словесного опису людиною своїх емоційних переживань і станів» та виділяють чотири рівні вербалізації, засновані на оцінці усвідомлення людиною власного стану та емоційного переживання, які, в результаті, знаходять своє відображення у мовленні. До цих рівнів належать:

* «нульовий рівень», котрий характеризується відсутністю емоційної вербалізації;
* «перший рівень», характерною ознакою якого є позначення емоцій шляхом узагальнення, а також – вживання жаргонізмів та сленгових висловів із узагальеною семантикою: «мені добре\погано», «I`m alright» та ін.;
* «другий рівень» – усвідомлення людиною свого емоційного стану та наявність контролю над ним у певній модальності, використання емотивної лексики – так званих «назв почуттів». Наприклад: «Мені боляче», «I`m sad», «I`m really angry!»;
* «третій рівень» полягає у вираженні складних емоційних станів з утворенням причинно-наслідкових зв’язків [27, с. 81-84.];

Враховуючи це, можна стверджувати про залежність вербалізації емоцій та емоційних станів від рівня розвитку емоційного інтелекту мовця та його мовної компетенції.

У комунікативному процесі виділяють такі способи вербальної передачі емоцій як: *«лексичний»*, який передбачає використання афіксальних морфем при словотворенні та *«синтаксичний»*, що характеризується вживанням еліптичних конструкції та зміною порядку слів. До основних лінгвістичних засобів, за допомогою яких здійснюється вербалізація емоцій, відносять:

1) *номінацію емоцій* – коли лексичні одиниці виражають і називають поняття про деякі емоції;

2) *дескрипцію* – сутність якої полягає у описі ектраекспресивних характеристик, таких як: міміка обличчя, вираз очей, пантоміміка, положення губ, інтонацій та тамбру голоса;

3) *експлікацію* – що займається вираженням емоцій за допомогою вживання афективів, конотативів та потенціативів [38, с. 55―58.].

Важливим та досить суперечливим є також питання впливу культури на вираження емоцій та їх вербалізацію. Наразі існує два підходи до вивчення цього питання:

1) «культурно-релятивістський», який розглядає емоції як етноспецифічні одиниці та стверджує про залежність здатності їх переживати від типу культури та лінгвоетнічної приналежності мовця [8, с. 38];

2) «універсальний», головними тезами якого є твердження про універсальність емоцій та їх відкритість до переживання незалежно від національності мовця та культурних факторів, що його оточують, а ставлення до емоцій вже може носити національно-специфічний характер [4, с. 14-16.]. Важливо зазначити, що згадані вище підходи не виключають впливу культури та етноспецифічних факторів на вербалізацію емоцій, проте залежність деяких емоцій від культурного контексту є більшою ніж в інших.

* + 1. **Емоційні концепти та підходи до їх вивчення**

Під впливом конкретного соціуму та його культури, емоції формують особливий різновид концептів – емоційні концепти. Емоційні концепти відіграють важливу роль у людському житті, адже саме вони відображають його емоційну складову, регулюють процеси сприйняття та усвідомлення дійсності, формуючи в індивіда ставлення до певних явищ та предметів, світогляд і погляди на реальність.

Відомо, «що уявлення людини про її внутрішній світ утворює в свідомості емоційну концептосферу» [18, с. 74–75], в основі якої лежать «емоційні концепти – ментальні конструкти з етносемантичною специфікою, що отримують мовне втілення [18, с. 74–75]. Сама ж природа емоційного концепту полягає у вираженні суб’єктивного оцінного ставлення мовця до предмету мовлення.

Як стверджує О. В. Малярчук «емоційний концепт являє собою глобальну розумову одиницю, що кодується в людській свідомості одиницями універсального предметного коду, в основі якого можуть лежати індивідуальні та універсальні почуттєві образи» [36, с. 132–138].

На думку психологів, емоційні концепти відображають і охоплюють різноманітні фрагменти емоційної сфери людського існування, які соціалізуються в певній культурі та мають специфічні вербальні вираження.

Узагальнюючи різноманітні трактування цього поняття такими дослідниками як Крисанова Т. А., Малярчук О. В., Марченко В. В., доходимо висновку, що «емоційний концепт – це етнічно, культурно обумовлене, складне структурно-смислове, ментальне і, як правило, лексично чи фразеологічно вербалізоване утворення, що базується на понятійній основі, включає в себе, окрім понять, образ, культурну цінність, і яке функціонально заміщає в процесі рефлексії та комунікації предмети світу, що викликають у людини пристрасне до них ставлення» [18, с. 74-75; 20, с. 132-138; 23, с. 204-208]. Таким чином, емоційні концепти можна вважати своєрідним результатом усвідомленя та переосмислення емоцій різними етносами та затвердження цих смислів у їхній мові.

**1.3. Дискурс як феномен мовознавства**

Що таке дискурс? Перш ніж заглибитися в тему медіа-дискурсу, важливо з’ясувати поняття самого дискурсу та дати його вичерпне визначення.

Поняття дискурсу та його аналізу є основоположною ланкою для більшості сучасних лінгвістичних досліджень. Було б чудово, якби ми змогли втиснути все, що ми знаємо про дискурс, у зручне визначення. На жаль, як і у випадку з такими суміжними концептами, як «мова», «комунікація», «взаємодія», «суспільство» та «культура», концепт дискурсу, а дискурс також безумовно є концептом, по суті є нечітким, абстрактним. Як це часто буває з концептами, які позначають складні явища, фактично ціла дисципліна дослідження дискурсу (також звана «дискурс аналізом») забезпечує визначення таких фундаментальних понять.

Термін «дискурс» зазвичай відноситься до форми використання мови, публічних виступів або, загалом, до розмовної мови чи способів мовлення. Концепція включає та описує такі важливі компоненти, як «*хто?»* використовує мову, «*як?»*, «*чому?»* та «*коли?»*.

Досить часто, дискурс тлумачать як один із різновидів концептуалізації, як когнітивний процес, «який виражає й формує нові поняття й без якого неможливо отримати нові знання» [10, с. 70–76.].

Як правило, під дискурсом розуміють конкретні випадки комунікативної дії в мовному середовищі. Хоча дехто визначає цей термін ширше – як «осмислену символічну поведінку». [39, с. 9-20.].

За І. С. Шевченко, дискурс можна розглядати як «вербалізовану мовленнєво-мисленнєву діяльність у двоєдності процесу й результату, у межах якої здійснюється спілкування в певній предметно-тематичній сфері» [39, с. 9-20.].

С. В. Шепітько зазначає, що «дискурс становить собою проміжну ланку між мовою, спілкуванням, мовною поведінкою, з одного боку, і фіксованим текстом, що залишається в «сухому залишку» процесу комунікації, з іншого боку» [42, с. 76–80.].

Д. Кристал визначає дискурс як «безперервний відрізок (особливо розмовної) мови, більший за речення», «це набір висловлювань, які становлять будь-яку розпізнавану мовленнєву подію» [50, 243 p.].

За іншими визначеннями, «дискурс – це зв’язний текст у сукупності з екстралінгвальними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, який взято в аспекті подій; мовлення, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, який бере участь у взаємодії людей та в механізмах їхньої свідомості» [1, с. 304].

Вчені іноді вживають «дискурс» у спорідненому, але дещо іншому значенні обчислюваного іменника. «Дискурси» в цьому значенні можна порахувати й позначити у множині. Це звичайні способи мовлення, які водночас і створюють, і створюються звичайними способами мислення. Ці споріднені способи мовлення та мислення утворюють ідеології (набір взаємопов’язаних ідей) і служать для поширення влади в суспільстві. Іншими словами, «дискурси» в цьому сенсі включають моделі вірувань і дій, а також моделі мови. Дискурси — це ідеї та способи мовлення, які впливають на ідеї та зазнають їхнього впливу. Дискурси, у своєму лінгвістичному аспекті, є звичайними наборами варіантів для дискурсу чи розмови.

Дискурс — це спосіб соціального використання мови для передачі широких історичних значень. Це мова, ідентифікована за соціальними умовами її використання, за тим, хто її використовує та за яких умов. Мова ніколи не може бути «нейтральною», оскільки вона сполучає наш особистий і соціальний світи» [28, с. 391].

Найбільш вдалим та влучним, у питанні дослідження концепту, на нашу думку, є визначення І. Р. Корольова, який трактує дискурс, як «багатопланове явище, яке можна розглядати в комунікативному аспекті, як вербальне спілкування, у структурно-семантичному – як фрагмент тексту, вищий, ніж рівень мовлення, у структурно-стилістичному – як нетекстову організацію розмовного мовлення, у соціально-прагматичному – як текст, занурений у ситуацію спілкування» [14, с. 285–305.].

Виявлення модусів дискурсу є зручним способом пояснення його основних принципів. Хоча кожен акт спілкування можна вважати прикладом дискурсу, деякі вчені розбивають дискурс на чотири традиційні способи: розповідь(нарація), опис(дескрипція), експозиція(виклад) і аргумент.

***Розповідь*** – це виклад подій. Це пов’язування серії подій між собою, зазвичай у хронологічному порядку. Таким чином, простий наратив може починатися словами «Одного разу» і закінчуватися словами «І жили вони довго і щасливо». Події, про які розповідається, можуть бути вигаданими (вигадана розповідь) або невигаданими (події дійсно відбулися). Однак ми зазвичай залишаємо назву «розповідь або оповідання» для художньої літератури. Якщо події дійсно відбулися, ми даємо тексту іншу назву, наприклад біографія, автобіографія, історія, звіт або газетна стаття.

У найпростішому вигляді ***опис*** розповідає, якими є речі відповідно до п’яти почуттів. Твір-опис або описовий уривок в історії розповідає, як речі виглядають, звучать, відчуваються, смакують і пахнуть. Іменники та прикметники можуть вказувати на те, якими є людина, місце чи річ у своїх матеріальних аспектах. Але опис часто намагається зробити більше, ніж дозволити читачам візуалізувати персонажів, налаштування та дії. Він також може намагатися викликати настрій чи атмосферу, і цьому допомагає використання порівнянь і метафор.

***Виклад*** — це спосіб письма, який використовується для інформування. Префікс «Ex-» походить з грецької через латинську мову і означає «поза або подалі». Корінь слова походить від латинського дієслова ponere, що означає «розміщувати». Таким чином, у буквальному перекладі експозиція означає «розміщувати», і, звичайно, те, що «розміщується» для того, щоб ми могли бачити та розуміти, — це інформація.

Цей спосіб написання має кілька підтипів, найпоширенішими з яких є: аналіз процесу, визначення, класифікація та поділ, порівняння та контраст, причина та наслідок, а також проблема та рішення. Вони розрізняються за призначенням, як вказують назви, а також за структурою та організацією. Наприклад, досвідчений письменник розуміє, що есе, яке порівнює та протиставляє, або яке описує проблему та представляє рішення, має власну традиційну модель організації, і що коли читачі розпізнають запланований спосіб, вони також очікують, що письменник слідуватиме пов'язаним з цим організаційним конвенціям написання.

Остаточним способом дискурсу є ***аргумент***. Мета аргументу – переконати за допомогою логіки. Аргумент ґрунтується на переконанні чи думці, які автор вважає істинними. Виклад цієї думки називається «тезою». Зазвичай він представлений явно на початку аргументу. Щоб переконати читачів у правдивості своєї думки, письменник повинен обґрунтувати свою тезу. Щоб побудувати аргументацію, потрібно представити причини прийняття тези, а потім представити докази на підтримку причин. Якщо читач приймає аргументи і докази, то він повинен погодитися з тезою.

Аргументативний спосіб дискурсу має варіацію, відому як «переконання». У той час як мета аргументу полягає в тому, щоб представити причини та докази для виявлення логічної згоди, мета переконання виходить за рамки цього, щоб змусити читача діяти відповідно до його переконань.

Грецький філософ Арістотель у своїй «Риториці» висунув ідею, що існує три види доказів, які оратори або письменники можуть використовувати, щоб завоювати аудиторію. Він назвав перший ***логос***, і він використовує докази та міркування. Іншими словами, автор повинен навести факти та цифри, свідчення експертів, ілюстративні приклади чи інші докази, а потім продемонструвати, як вони підтверджують його тезу. І для аргументації, і для переконання використовуються саме логос.

Але для переконання також використовується ***пафос***, який є «доказом, заснованим на мотивах і емоціях» [46, P. 43–45.]. Звернення до емоцій відбувається переважно через розповіді.

Далі йде ***етос***, який «припускає, що людей можна переконати особистим впливом джерела повідомлення». [46, P. 43–45.] У промові оратор повинен створити враження, що він чесний, щирий і заслуговує на довіру. Він повинен завоювати довіру та бути привабливим для аудиторії.

Осборн і Осборн описують четвертий вид доказу, який можна використовувати для переконання. Вони називають це ***міфом***. Підтвердження за допомогою міфів передбачає, що люди цінують своє членство в суспільстві та поділяють його культурну спадщину [46, P. 43–45.]. Міф — це сукупність історій, цінностей, віри, почуттів і ролей, які складають соціальний характер народу [46, P. 43–45.].

Дискурс можна використовувати для позначення певних контекстів використання мови, і в цьому сенсі він стає схожим на такі поняття, як жанр або тип тексту. Наприклад, ми можемо концептуалізувати політичний дискурс (тип мови, що використовується в політичному контексті) або медіа-дискурс (мова, яка використовується в ЗМІ) [44, 33 p.].

Т. ван Дейк розглядає такі різновиди дискурсу:

* «медіа-дискурс (media discourse),
* політичний дискурс (political discourse),
* медичний дискурс (medical discourse),
* судовий дискурс (courtroom discourse),
* освітній та науковий дискурси (discourse of education and science),
* корпоративний текст і мовлення (corporate text and talk) [70, 319 p.].

На думку І. Р. Корольова, відповідно до позиції комунікантів, усі типи дискурсів поділяються на **особистісні** та **статусно-орієнтовані**. У особистісно-орієнтованому дискурсі учасники комунікації намагаються «розкрити адресату свій внутрішній світ і зрозуміти адресата як особистість у всьому розмаїтті особистісних характеристик» [14, с. 285–305]. У свою чергу, у статусно-орієнтованому дискурсі, комунікантами виступають представники різних соціальний груп, які займаються моніторингом правильного виконання ролі комунікативної ситуації. Особистісно-орієнтований дискурс проявляється у таких головних сферах комунікації – побутовій і буттєвій, при цьому побутова комунікація є генетично первинним типом дискурсу, а буттєве виражається у формі художнього, філософського, міфологічного діалогу. Статусно-орієнтовані дискурси можуть бути інституційними та неінституційними, залежно від того, які соціальні інститути функціонують у суспільстві на даному історичному відрізку часу. Наукові, масові обчислювальні, політичні, релігійні, освітні, медичні, військові, юридичні, дипломатичні, ділові, рекламні, спортивні форми дискурсу є найбільш актуальними для сучасного суспільства.

Слід зауважити, що «різні типи дискурсу рідко існують у чистому вигляді, оскільки спостерігається взаємопроникнення різноманітних типів дискурсу» [31, с. 324–331.].Окремі кола науковців пропонують власну типологію дискурсу, виділяючи такі його різновиди: «науковий дискурс, офіційно-діловий, газетно-публіцистичний, розмовно-повсякденний» [15, с. 221].

В свою чергу, з погляду лінгвокультурології, вважається, що «лише національні дискурси можуть претендувати на статус типу дискурсу» [29, с. 275-281]. В межах національних дискурсів виділяють: «поетичний, естетичний, науковий, критичний, просвітницький, правовий, політичний» [29, с. 275-281]. Наприклад, поетичний дискурс – це дискурс поетичних текстів, що належать представникам певного національно-мовно-культурного соціуму і розраховані на представників цього ж національно-мовно-культурного соціуму. Тобто, усі згадані різновиди «є не окремими видами дискурсу, а лише деякими його модифікаціями, певним чином «пристосованими» до сфери, в якій він функціонує» [29, с. 275-281].

За сферою функціонування та характером комунікації пропонується, також така класифікація дискурсів: «академічний, бізнес-дискурс, дипломатичний, переговорів, політичний, педагогічний, рекламний, релігійний, риторичний, сімейного спілкування, медичний, психотерапія, юридичний, ергодичний, Інтернет-дискурс» [40, с. 233−236]. Відповідно до харкеру комунікації, виділяють дискурс «спонтанний, підготовлений, офіційний, неофіційний, чоловічий, жіночий, дитячий, дискурс підлітків, людей похилого віку, аргументативний, конфліктний, авторитарний, лайливий» [40, с. 233−236.].

У кожному конкретному суспільстві існує багато типів дискурсів. Виходячи з цього, Шарма С. К. лобіює ідею існування так званих «домінантних дискурсів», стверджуючи, що протилежні дискурси борються за панування один над одним. Нарешті, один конкретний дискурс займає домінуючу позицію. Це явище відоме як дискурсивне домінування [69, P. 126-134.].

Найвлучніше, на нашу думку, визначення домінантного дискурсу висунув Джі Д. П, який стверджує, що домінантний дискурс – це тип дискурсу, який «перевершує інші дискурси, знижує значення та варіативність підходів так званих другорядних дискурсів». Домінантний дискурс — це дискурс тих, хто займає домінуючу позицію в ієрархії. Домінантний дискурс – це спосіб передачі ідей і типу поведінки щодо будь-якої конкретної проблеми – це певний тип мовлення та сукупність відповідних моделей поведінки, які найчастіше поширюються та приймаються в конкретному суспільстві. Такий тип дискурсу відображає ідеологію тих груп, які мають відносно більшу владу, ніж інші. Домінантні групи змушують інших членів суспільства прийняти типи поведінки та моделі мови, які вони самі визначають, як еталон [53, P. 5-17].

Тобто, домінантний дискурс має здатність перетворювати мовленнєві акти на дії, втілюючи їх в реальності, тоді як другорядний (опозиційний) дискурс має менші шанси трансформувати мовленнєві акти в дії та змушений протистояти домінуючим дискурсам.

Кожен тип дискурсу виробляється та функціонує в межах певного типу фрейму. Фрейм - це ментальна структура, за допомогою якої ми сприймаємо і надаємо значення об'єктивній реальності. За допомогою фреймів ми конструюємо те, що визначається як реальність. Фрейми структурують ідеї та концепти, визначаючи наш стиль мислення, діючи, здебільшого автоматично і несвідомо [53, P. 5-17.].

**1.3.1. Сучасний медіадискурс у мовознавстві**

Стрімкий розвиток масової комунікацї та інформаційних технологій, поява мережі Інтернет, розширення традиційних ЗМІ та медіпростору зумовило вихід на арену такого поняття як «медіадискурс». У сучасній лінгвістиці, поняття медіадискурсу стало актуальним завдяки важливості тенденцій(культурних, політичних, соціальних), відображених у ньому та орієнтації мовознавчих студій на вивчення дискурсу. Ретельне вивчення медійного дискурсу дає змогу виявити та зрозуміти особливості мислення окремого індивіда та цілих груп споживачів медіапродукту.

Багатоаспектність поняття медіадискурс зумовлює відсутність його єдиного трактування та поглядів на його вивчення. Хтось трактує медіадискурс як «специфічний тип мовно-мисленнєвої діяльності, характерної виключно для інформаційного поля мас-медіа» [17, с. 288 ]. Хтось – як «будь-який вид дискурсу, що реалізується в рамках комунікації через засоби масової інформації» [25, с. 227–231.]. З огляду на це, можливим є існування політичного, наукового і навіть релігійного медіадискурсів. А дехто, як, наприклад, Юрій Шепель визначає медіадискурс як «зв’язний вербальний чи невербальний, усний або письмовий текст разом із соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами, що виражений за посередництвом засобів масової комунікації… узятий у подієвому аспекті, являє собою дію, бере участь у соціокультурній взаємодії та відображає механізм свідомості комунікантів» [41, с. 302–307]. Тобто, можна впевнено сказати, що медіадискурс є своєрідною новою реальністю, створеною засобами масової інформації.

Вагомою особливістю медійного дискурсу, окрім генерування деяких знань, певних оціночних суджень про явища та об’єкти, як наслідку лінгвокогнітивної діяльності, є висвітлення способів трансляції цієї інформації. Із цього випливає, що центральним поняттям медіадискурсу є не конкретні супільно-політичні процеси, а способи їхньої дискрибції і розповсюдження суспільно важливої інформації.

Базовими кладовими компонентіами медійного дискурсу є: повідомлення, відправник повідомлення, його отримувач, канал, через який відбувається передача інформації, зворотній зв'язок і контекст, у якому це повідмлення було вжито.

Типологія медійного дискурсу залежать від жанрових та функційних особливостей медіа-простору та визначаються у відповідності до виконуваної дискурсом комунікативної функції (публіцистичний дискурс; рекламний дискурс; PR-дискурс) та каналів його реалізації (теледискурс; радіодискурс; комп’ютерний дискурс(Інтернет-дискурс)). Кожен з цих типів має власні специфічні канали комунікативного впливу на адресата в медіа-просторі: аудіо, візуальний та аудіовізуальний. Аудіовізуальний вид комунікації є більш властивим для теле- та комп’ютерного дискурсу, в той час як, аудіо канал притаманний радіодискурсу. За формою існування медіатекстів, учені диференціюють медійний дискурс на усний та письмовий медійні дискурси.

Досліджуючи питання дискурсу, А. М. Приходько пропонує виокремлювати також типи дискурсу деяких субкультур та певних етнічних спільнот:

- дискурси професійних страт (педагогічний, дипломатичний, спортивний, медичний, політичний, економічний та ін.);

- корпоративних та субкультурних страт (банківський, релігійний, езотеричний, сакральний, лаудативний, героїчний, революційний, партизанський, терористичний, кримінальний);

- дискурси побутової комунікації (сімейний, дитячий, молодіжний, любовний);

- дискурси віртуальної комунікації (казковий, комп’ютерний, форумний, чат-дискурс);

- соціоспецифічні дискурси (рекламний, дискурс дозвілля, святковий, передвиборчий) [32, с. 43–50.].

**1.3.2. Дискурсивний аналіз як основний інструмент дослідження дискурсу**

Термін «дискурсивний аналіз» зараз використовується в широкому діапазоні значень, охоплюючи широкий спектр діяльності. Він використовується для опису діяльності на перетині таких різноманітних дисциплін, як соціолінгвістика, психолінгвістика, філософська лінгвістика та комп’ютерна лінгвістика. Науковці, які працюють у цих різних дисциплінах, як правило, зосереджуються на різних аспектах дискурсу. Соціолінгвісти особливо стурбовані структурою соціальної взаємодії, яка проявляється в розмові, і їхні описи підкреслюють особливості соціального контексту, які особливо піддаються соціологічній класифікації. Вони мають справу з узагальненням щодо «реальних» екземплярів мови, що використовується, і зазвичай працюють із транскрибованими усними даними.

Психолінгвісти особливо стурбовані питаннями розуміння мови. Вони зазвичай використовують сувору методологію, отриману з експериментальної психології, яка досліджує проблеми розуміння коротких складених текстів або послідовностей письмових речень. Філософські лінгвісти та формальні лінгвісти особливо стурбовані семантичними зв’язками між сконструйованими парами речень та їхньою синтаксичною реалізацією.

Вони також стосуються зв’язків між реченнями та світом з точки зору того, чи використовуються речення для висловлювань, яким можна присвоїти значення істинності. Зазвичай вони досліджують такі зв’язки між сконструйованими реченнями, приписуваними архетиповим мовцям, які звертаються до архетипних слухачів у архетипних контекстах.

Дискурсивний аналіз – це аналіз мови, що використовується. Його не можна обмежити описом мовних форм незалежно від цілей або функцій, яким ці форми покликані служити в людських справах. У той час як деякі лінгвісти можуть зосереджуватися на визначенні формальних властивостей мови, аналітик дискурсу відданий дослідженню того, для чого ця мова використовується. Хоча формальний підхід має давню традицію, яка проявляється в незліченних томах граматики, функціональний підхід менш добре задокументований. Спроби дати навіть загальний набір ярликів для основних функцій мови призвели до нечіткої та часто заплутаної термінології. Ми візьмемо лише два терміни для опису основних функцій мови та підкреслимо, що цей поділ є аналітичною зручністю. Малоймовірно, що будь-коли висловлювання природної мови буде використовуватися для виконання лише однієї функції, повністю виключаючи іншу. Ту функцію, яку виконує мова у вираженні «змісту», ми опишемо як транзакційну, а ту функцію, яка пов’язана з вираженням соціальних відносин і особистого ставлення, ми опишемо як інтеракційну.

У дискурсивному аналізі ми не зосереджуємося на мові як абстрактній системі. Натомість нас більше цікавить, що відбувається, коли люди покладаються на свої мовні навички, знання, засновані на спогадах про те, що вони сказали, почули, побачили або написали раніше. Ці знання складаються з серії узагальнень, які іноді можуть бути сформульовані як правила, про те, що взагалі означають слова, про структуру речення тощо. Це часто називають «мовою», коли мова розглядається як абстрактна система правил або структурних відносин. Дискурс є як джерелом цих знань (люди роблять узагальнення про мову на основі дискурсу, в якому вони беруть участь), так і його результатом (люди застосовують те, що вони вже знають, щоб створити та інтерпретувати новий дискурс).

Дискурс — це соціально детермінована сутність і специфічні принципи мовленнєвої системи, за якими класифікується та репрезентується дійсність протягом певних періодів часу. Термін «дискурс» описує формальний спосіб мислення, який виражається за допомогою мови. Він також представляє певний тип соціальної межі, яка визначає, що можна або варто сказати щодо певних питань у певних життєвих ситуаціях і контекстах.

Як бачимо, різні автори пропонують різні класифікації, у відповідності до категорій та критеріїв, що можуть бути важливими саме для їхніх, конкретних напрямів дослідженнь та аналізів. Історично зумовленою є також типологія дискурсу, оскільки вона залежить від стану розвитку бази критеріїв дослідження у певний період часу та постійно оновлюється. Цей процес навряд чи можна завершити, оскільки, окрім нових типів дискурсу, неодноразово виникають їх різноманітні підтипи, аналіз та опис яких відбувається у процесі їх дослідження. Дослідник обирає відповідний сучасній лінгвістичній парадигмі варіант дискурсивної класифікації, який відповідає потребам його дослідження.

**ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1**

Однією з центральних тем сучасного мовознавства є поняття концепту, Концепт – одне з найбільш складних, комплексних та загадкових понять мови, адже єдиного і однозначного тлумачення цього терміна не існує й досі. Досить часто, говорячи про концепт, на увазі мають не тільки мовну сферу, а й психологічний аспект. Термін «концепт» є вкрай популярним у сучасній лінгвістиці. Його використовують і досліджують разом з такими поняттями, як «дискурс», «мовна особистість», «мовна картина світу» тощо.

 У сучасній лінгвістиці концепт вивчається з різних аспектів. Наразі, існує декілька термінів, котрі характеризують концепт: «концепт», «логоепістема», «лінгвокультурема» або ж «міфологема». У нашій роботі ми використовуємо термін «концепт», як найбільш влучний та найбільш поширений у лінгвістиці.

 У вузькому розумінні концепт тлумачать як «феномен життєвої філософії, як буденний аналог світоглядних понять, які закріплені в лексиці природних мов і забезпечують стабільність і спадкоємність духовної культури етносу, тобто як важливої культурно значущої категорії внутрішнього світу людини». У широкому значенні, концепт – це «словесно виражена змістова одиниця свідомості, збагачена культурними смислами й індивідуальними асоціаціями, які реалізуються в мові за допомогою певного набору слів у контексті й відображають основні етапи розвитку тієї чи тієї мови й культури.». Узагальнюючи погляди різних науковців, можна стверджувати, що концепт є складно структурованим феноменом, поняттєве начало якого, органічно поєднується з лінгвокультурологією. У цьому контексті слід зазначити, що концепти, насправді ж, залежать від таких аспектів як культура, точка зору, а також і від самої реальності.

 Найбільш вдалим прикладом зв’язку між концептами та реальністю є вербалізація актуальних подій у англомовному медійному дискурсі, що слугує полотном для реалізації різноманітних мовних явищ, зокрема і концепту. Відомо, що продуценти новинних повідомлень, під час створення текстів апелюють до емоцій аудиторії з метою привернення уваги до публікації. Крім того, у процесі створення тексту новинного повідомлення, журналісти беруть до уваги те, що емоції відображаються в емоційній та мовній картині світу людини, слугуючи рушійною силою процесів пізнання і свідомого розуміння навколишнього світу людиною.

Саме тут перед нами постає поняття «емоційного концепту». На думку психологів, емоційні концепти відображають і охоплюють різноманітні фрагменти емоційної сфери людського існування, які соціалізуються в певній культурі та мають специфічні вербальні вираження. Релевантним для нашого дослідження є емоційний концепт «Страх\Fear» адже це саме та базова емоція, з якою кожен зіштовхується ледь не кожного дня, особливо в теперішніх реаліях пандемії та війни.

**Розділ 2. РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ FEAR У АНГЛОМОВНОМУ МЕДІА ДИСКУРСІ**

**2.1. Лексичні засоби первинної номінації емоційного концепту «Страх\Fear»**

Лінгвістика сучасності все частіше обирає темою вивчення мовну репрезентацію внутрішнього світу людини, та, зокрема, її емоційної сфери. Людський індивід - істота не лише мисляча, а й глибоко емоційна. Саме тому емоційність не може не залишати сліду в мові. Емоційні стани, зумовлюючи когнітивні процеси індивіда, безпосередньо втручаються в його комунікативну діяльність.

Сфера когнітивної лінгвістики охоплює питання про те, як створюється зв'язок мови зі світом; як мовні вирази, одиниці та категорії пов'язані зі сприйняттям навколишнього середовища і як вони відображають його пізнання; як структури мовних знань репрезентовані у свідомості індивіда і беруть участь в обробці інформації та в комунікації [19, с. 48-60.].

Те, що процеси мислення та пізнання пов’язані з емоційною сферою життя людини є абсолютно очевидними. Знання та емоції людини безпосередньо вербалізуються в мові, а також забезпечують певну основу для аналізу таких процесів як мовлення та мислення. Емоції – невід’ємна складова життя будь-якої людини; вони репрезентують саме ту сферу свідомості, яка впливає на процеси номінації та спілкування за допомогою використання мовних засобів.

Емоції беруть активну участь у ході пізнавальної діяльності особистості і це створює міцний зв’язок між сферою емоцій та мовною системою тому, що свідомість відображає образи об’єктивної дійсності поєднуючи їх із суб’єктивно-емоційним ставленням реципієнта. Людина, очевидно, – емоційне створіння, що здатне аналізувати та оцінювати явища об’єктивної дійсності, а мова для дослідників є можливістю вивчати внутрішній світ людини, що не так легко розгледіти. Емоції можна виражати вербальними і невербальними засобами. Невербальні репрезентації емоцій можуть бути дуже чіткими, але точно передати їх без використання вербальних засобів майже неможливо. Таким чином, у поясненні емоційного аспекту життя людини значну роль відіграють мовні засоби, за допомогою яких відображаються емоції.

Зрозуміло, що емоції формують психічне життя індивіда, а поняття про емоції є, по суті, засобами, за допомогою яких ми переживаємо і розуміємо наші почуття. Емоційна лексика - це область дослідження, яка може здатися особливо продуктивною для розуміння менталітету певного етносу; більше того, пояснення правил, що регулюють вживання певного слова, вказуючи на його метафізичну сутність, приведе до серцевини теорії емоцій і сприятиме іншим дослідженням, в тому числі і вивченню фізіології емоцій.

Особливістю концептів емоцій, на думку лінгвістів, є консолідація всеохопного та етнохарактерного змісту. В супереч тому, що наразі немає однозначних відповідей на питання про асоціативність та несхожість між цими двома компонентами, так само немає і сумніву, що психологічні механізми і фізіологічна природа емоційних переживань є тотожними для всіх людей на планеті, водночас вони становлять основу специфічних, історично зумовлених емоційних переживань конкретних етносів.

Існує велика кількість емоцій та їх проявів. Страх є однією з найбільш поширених природніх, базових або ж фундаментальних людських емоцій і відіграє важливу роль в нашому житті. Страх виникає із появою загрози чи шкоди для нас, шкоди фізичної, емоційної чи психологічної, реальної чи уявної. Попри те, що страх традиційно вважається «негативною» емоцією, він, насправді, відіграє важливу роль у забезпеченні нашої безпеки, мобілізуючи тіло і психіку для подолання потенційної загрози. Як і більшість емоцій, емоція страху знаходить своє відображення у нашій свідомості, формуючи уявлення про страх і концептуалізуючи його, та мові, що виражається у вербалізації цього емоційного концепту лексичними засобами.

Лексикалізована емоція є емоційним концептом, оскільки вона існує як символічне утворення, функціонує в лінгвокультурі і категоризує та концептуалізує емоційний досвід індивіда, віддзеркалюючи суспільство в цілому та оцінюючи навколишній світ. Емоційний концепт «Страх\Fear» має поняттєвий, ціннісний та образний зміст і, як і більшість емоційних концептів знаходить свою реалізацію в дискурсі засобами номінації, дескрипції та експресії [3, с. 253]

До лексичних засобів первинної номінації емоційного концепту «Страх\Fear» відносяться номінативні одиниці мови, які його називають, тобто саме слово на його позначення – так зване «ім’я концепту». Для виявлення поняттєвого змісту лексичної одиниці, що позначає концепт «Страх\Fear», варто звернутися до тлумачних словників, які подають її словникову дефініцію, пряму номінацію концепту, що «розкриває логіко-предметний зміст слова, під який потрібно підвести як відображений у свідомості образ (уявлення, поняття), так і відношення цих предметів у реальному світі, а також те, як вони знаходять своє відображення в логіко-семантичних відношеннях, які в рівній мірі конституюють лексичне значення повнозначних слів» [67, 145 p.].

Прямою номінацією або ж «іменем» концепту «Страх» в англійській мові є лексема Fear, оскільки саме вона надає найповнішу номінацію цього концепту, найкраще описує емоцію страху, а також є найбільш показовою та уживаною в контексті медійного дискурсу.

*''Chambers’s Twentieth Century Dictionary of the English Language''* наводить такі пояснення та похідні слова **fear**: «Fear, fer, n. «a painful emotion excited by danger: apprehension of danger or pain: alarm: the object of fear: aptness to cause fear: {B.) deep reverence : piety towards God. — v.t. to regard with fear: to expect with alarm: {B.) to stand in awe of: to venerate: {obs.) to terrify: to make afraid.— v.i. to be afraid: to be in doubt. — adj. **Fear'ful**, timorous: exciting intense fear: terrible. — adv. **Fear'fully**. — n. **Fear'fuiness** — adj. Fearless, without fear: daring: brave. — adv. **Fearlessly**.-ns. **Fearlessness**; **Fearnought** (same as Dreadnaught).- adj. **Fear'some**, causing fear, frightful. — adv. **Fear'somely**. [A.S., fear, fearan, to terrify ; cf Ger. gefahr, Ice. *far, harm, mischief*]» [48].

*Cambridge Dictionary* визначає fear як: *«an unpleasant emotion or thought that you have when you are frightened or worried by something dangerous, painful, or bad that is happening or might happen»* [47], (сильна емоція, спричинена великим занепокоєнням щодо чогось небезпечного, болючого або невідомого, що відбувається або може відбутися).

*Oxford English Dictionary* стверджує, що fear – це *«a feeling of concern about somebody's safety or about something bad that might happen»* [64], (почуття занепокоєння з приводу чиєїсь безпеки або стосовно чогось поганого, що може статися).

У свою чергу, *Collins English Dictionary* надає таку дефініцію лексеми fear: *«a feeling of distress or alarm caused by danger or pain that is about to happen»* [49], (почуття страждання або тривожності, викликане наближенням небезпеки або болю).

*А Longman Dictionary of Contemporary English* визначає fear як *«the feeling you get when you are afraid or worried that something bad is going to happen»* [62], (відчуття, яке виникає, коли ти боїшся або хвилюєшся, що може статися щось погане).

Ще один авторитетний словник англійської мови, як *The Britannica Dictionary*, ідентифікує лексему fear як: «an unpleasant emotion caused by being aware of danger **:** a feeling of being afraid» [71].

Як ми бачимо, це слово може бути в ролі іменника, прикметника, дієслова або прислівника та, у зв’язку з універсальності емоції страху, має досить велику кількість схожих за значенням дефініцій, що, певним чином, акцентується на важливості для свідомості носіїв англійської мови саме того змістового поля, до якого воно й відноситься.

У свою чергу, не можна залишати осторонь дефініції прямого номінанту концепту «Страх», зазначені в українських тлумачних та етимологічних словниках. Одинадцятитомний тлумачний «Словник української мови» видання 1970-1980 років визначає страх, як: «Стан хвилювання, тривоги, неспокою, викликаний чеканням чого-небудь неприємного, небажаного» [36].

Аналіз словникових дефініцій «імені» концепту «Страх\Fear», показав, що в сучасній англійській мові лексема fear здебільшого визначається як *«an unpleasant emotion\feeling\thought that you have when you are frightened\afraid\concerned or worried\alarmed\distressed by something dangerous, painful, or bad that is happening or might happen» [47, 49, 64]*. У той самий час, українські тлумачні словники трактують «Страх» майже ідентично до англійських, і це дає нам змогу визначити головні смислові властивості ядра емоційного концепту «Страх\Fear».

Узагальненими родовими семами проаналізованої лексеми можна вважати семи: «feeling» - почуття», «thought» - «думка» та «emotion» - «емоція», остання з яких репрезентує відповідну суперординарну категорію «emotion» - «емоція», а інші, в свою чергу, конкретизують значення номінативної лексеми, а також – лексеми «danger» - «небезпека».

Семи «feeling» - почуття» та «emotion» - «емоція» є гіперсемами ядра емоційного концепту «fear» і разом із семами «danger» - «небезпека» та семами кваліфікації «painful» - «болючий», «dangerous» - «небезпечний», «unpleasant» - «неприємний» та «bad» - «поганий». Тобто, кластерний набір сем, наявний в ядерній зоні, можна поєднати за такою причинно-наслідковою схемою: *«what?» - «що?»* - «feeling\emotion», «почуття\емоція», *«which?», «яка?»* - «painful\unpleasant\bad», «болюча\неприємна\погана», *«why?» «чому?»* - «danger\dangerous» «небезпека\небезпечний» та *«when?» «коли?» - «now», «зараз»( «that is happening») та «in future» -* «в майбутньому»( «or might happen»).

Виділення основних номінативних засобів є важливим не тільки для номінації концепту «Страх\Fear», але й для дескриптивного розуміння експресивного стану страху. Опис емоційного концепту втілюється з використанням різних мовних виразів, які, однак, відповідно до словникових дефініцій, не відносяться до номінативних способів вербалізації емоційних концептів, але отримують такі властивості у дискурсі. Прикладом, на підтвердження запропонованого вище твердження, може слугувати такий фрагмент:

* *«A video - now viral - showed a girl speaking rapidly,* ***fearfully****, into a loudspeaker. At times her voice breaks and she's in tears. But the crowd carries her: "Don't be* ***afraid****! Go on!" they say»* [45]. («Відео, яке зараз стало вірусним, показало дівчину, яка швидко і з острахом говорить у гучномовець. Іноді її голос зривається і вона плаче. Але натовп підтримує її: «Не бійся! Продовжуй!» кажуть вони».)

У наведеному вище фрагменті наявний експліцитний маркер fear (fearfully), дескрипція емоційного, фізичного та психологічного стану мовця, зазначений контекст та причини виникнення емоції страху, які переживає мовець в акті комунікації, що, в сукупності, демонструють експресію емоційного стану концепту, що проявляється в інтенсифікації яскравості вираженого повідомлення та збільшення його емоційного впливу. У тому ж фрагменті, ще більше підсилення експресивності емоції страху в контексті, досягається за допомогою вигуків: «*"Don't be* ***afraid****! Go on!"» (*«Не бійся! Продовжуй!»)*,* з натовпу, що відчуває емоційне піднесення і слугує репрезентатором протиставного концепту – «fearlessness»(безстрашність), що знаходить свою реалізацію вже у наступному реченні:

* *«"The combination of youthful idealism -* ***fearlessness*** *without the burden of painful memory - means young people are taking to the street and demanding their rights," says Human Rights Watch's China researcher Yaqiu Wang»* [45]. («Поєднання юнацького ідеалізму – безстрашності без тягаря болісної пам’яті – означає, що молоді люди виходять на вулицю і вимагають своїх прав», – каже китайський дослідник із «Human Rights Watch» Яцю Ван.

Указані вище фрагменти були взяті зі статті BBC News про протестні рухи в Китаї, спричинені наслідками введених владою епідеміологічних обмежень, викликаних новою хвилею поширення вірусу Covid-19 в країні. Особливістю цієї гострої теми є частотне використання прямої номінативної лексеми «fear», дослідження якої є однією з прерогатив цієї розвідки. Прикладами можуть слугувати такі речення:

* *«Some local authorities have taken extreme measures, such as forcing workers to sleep inside factories so they can work while quarantined. In early November, workers at the Foxconn factory in Zhengzhou, which makes iPhones, staged a mass breakout because of* ***fears*** *they would be shut inside»* [45]. *(«Деякі місцеві органи влади вжили крайніх заходів, наприклад, змусили працівників спати на заводах, щоб вони могли працювати під час карантину. На початку листопада працівники заводу «Foxconn» у Чженчжоу, який виробляє «Айфони», влаштували масову втечу через побоювання бути зачиненими на підприємстві».)*
* *«A lockdown at the Foxconn plant in Zhengzhou hit the production of iPhones, leading to* ***fears*** *of a worldwide shortage»* [45]*. («”Локдаун” на заводі «Foxconn» у Чженчжоу вдарив по виробництву «Айфонів», що призвело до побоювань дефіциту в усьому світі».*
* *«Factory closures have also led to* ***fears*** *of a shortage of toys ahead of Christmas»* [45]*. («Закриття заводів також викликало побоювання щодо нестачі іграшок перед Різдвом».)*
* *«For decades, China's economic transformation has been powered by exports, but zero-Covid means some overseas buyers are sourcing their products elsewhere because of* ***fears*** *of disruption to China's supply chains»* [45]*. («Протягом десятиліть економічна трансформація Китаю відбувалася за рахунок експорту, але впровадження державної програми «zero-COVID» означає, що деякі закордонні покупці закуповують свою продукцію в інших місцях через побоювання перебоїв у ланцюгах постачання Китаю».)*

У цих випадках ми прослідковуємо використання прямого імені концепту «Fear\Страх» у множині – «**fears**», що свідчить про масовість та поширеність емоційної складової концепту серед певних ланок соціуму. У контексті цих, пов’язаних між собою спільною темою, ситуацій помітною є також часова спрямованість емоції страху у майбутнє, що знову ж, повертає нас до дефініції номінативної лексеми «fear» та підтверджує темпоральні характеристики кластерного набору її сем – «*«when?» «коли?» - «in future» -* «в майбутньому»(«or might happen»)».

Можна помітити, що, в контексті згаданих вище прикладів, поширеність вживання концепту «Страх\Fear», досить часто, зумовлена масовим страхом перед економічною нестабільністю, що, за багатьма уявленнями, є притаманною Китаю та іншим країнам Азії. У такому випадку, можна говорити про лінгвокультурологічний аспект вживання концепту.

Заголовок є головним кодифікатором та репрезентатором основного змісту статті, який подає змістовий матеріал у стислій, конотативно забарвленій формі. Головною метою заголовків є надання реципієнту можливості зробити припущення стосовно змісту статті та зацікавити, заохотити його до її прочитання.

У деяких випадках, номінативна лексема «fear» займає центральну, домінантну позицію в статтях англомовного медійного дискурсу BBC. Яскравим прикладом може слугувати заголовок однієї з них:

* *«China Covid protests: Fury and* ***fear*** *of virus puts Xi Jinping in a bind»* [45]*. («Протести проти Covid в Китаї: лють і* ***страх*** *перед вірусом ставлять Сі Цзіньпіна в безвихідь».)*

Емоційний концепт ***fear*** використовується у заголовку задля створення додаткового емоційного впливу на читача – споживача інформації, а його поєднання з іншим емоційним концептом «fury» додає ще більшого конотативного та емоційного забарвлення, оскільки словосполучення *«Fury and fear****»,*** як і інші, досить відомі в англійській масовій культурі крилаті вислови (*«Fire and Fury»*, *«Love and Fury»,)*має фразеологічне значення та створює додатковий інтерес для реципієнта завдяки грі слів та впізнаваності.

Іншою, не менш впізнаваною та крилатою фразою є «**Fear** and loathing»(Страх і ненависть), що стала відомою завдяки культовому фільму Террі Гілліама «Fear and loathing in Las Vegas» («Страх і ненависть в Лас Вегасі») за мотивами однойменного роману Гантера Томпсона. Автор дослідженої нами статті використовує цей фразеологізм у підзаголовку «Fear and loathing of Covid»(«Страх і ненависть до Covid»), послуговуючись цим культурним посиланням задля привернення додаткової уваги до матеріалу, а також загострення емоційного впливу на читача концепту «Страх\Fear», лексема на позначення якого стоїть в ініціальній, найбільш семантично забарвленій позиції.

**2.2. Синонімічні ряди номінантів емоційного концепту FEAR в англомовній лексикографії**

Окрім безпосереднього імені концепту, вираженого лексемою «Fear», одними із важливих засобів його лексичної репрезентації є синоніми.

Вважається, що «встановлення парадигматичних відношень в лексиці відбувається шляхом опису семантики слова через його синоніми» [22, С. 92 - 107.]. Виходячи з цього, доцільним є окреслення синонімічного ряду номінантів емоційного концепту «Fear» та способів їхньої реалізації в англійській мові.

Номінації емоції страх об’єднуються на підставі загального для них інваріантного значення, яке актуалізується в сучасній англійській мові лексемою «fear», як найбільш узагальненого позначення емоції страху та головної лексичної одиниці вербалізації концепту «Страх\Fear» у англомовному медіадискурсі.

Існує досить велика кількість різновидів переживань емоції страху, що реалізуються в синонімічних до номінативної лексеми «fear» одиницях. Для кращого розуміння ієрархії емоційних станів, важливо виділити фактори, за якими ми можемо розрізняти ці різновиди переживань страху:

* Інтенсивність(емоційний відгук залежить від того, наскільки серйозною є загроза)
* Час (тривалість емоції та її часові рамки)
* Подолання (дії, які можна вжити для зменшення або усунення загрози та, відповідно, емоції страху, викликаної нею)

Коли ми здатні впоратися із загрозою, це зменшує або усуває страх. З іншого боку, коли ми безпорадні у зменшенні загрози та емоційної шкоди, це лише посилює страх.

Універсальна функція страху полягає в тому, щоб уникнути або зменшити шкоду. Безпосередня або потенційна загроза чи шкода зосереджує нашу увагу, мобілізуючи нас, щоб впоратися з небезпекою. Таким чином, страх може, фактично, врятувати наше життя, змушуючи нас реагувати несвідомо, не замислюючись про наші дії.

Аналіз словникових дефініцій лексеми «fear» та її похідних, дає можливість виділити основні синонімічні одиниці концепту. Ми розглядатимемо кожну відповідно до рівня її емоційної інтенсивності, тривалості та вживаності, а також їх класифікації в англомовних словниках та інших джерелах.

Джерелом вдалої класифікації емоційних станів може слугувати «Atlas of Emotions», розроблений відомим американським психологом, спеціалістом у сфері психології емоцій – Полом Екманом спільно з чотирнадцятим Далай Ламою. Автором ідеї виступив саме Далай Лама, оскільки, таким чином, він хотів допомогти людям «зорієнтуватися в трясовині своїх почуттів, щоб досягти миру та щастя» [51]. Згаданий вище «Atlas of Emotions» містить таку класифікацію різновидів страху та, відповідно, лексичних одиниць, що їх репрезентують (Див. Додаток А)

Логічним буде розпочати наше дослідження синонімічних номінативних одиниць концепту «Fear» з лексичної одиниці, що описує найбільш виразний та інтенсивний прояв страху – **«Terror»**. «Terror» – вживається у значенні «дуже сильний страх», «жах», причиною появи якого, є поглинаюча, неконтрольована емоція, пов’язана із загрозою життю людини, страх перед незрозумілим. У небезпечних для здоров’я ситуаціях такий страх виконує захисну функцію, своєрідну реакцію організму, яка може викликати несвідому поведінку та навіть паніку.

Прикладом, що вдало ілюструє вживання цієї синонімічної лексичної одиниці можна вважати наступний фрагмент:

* *«While you are in the thick of things, fighting off viral infection, it is normal to feel tired and headachy. “When you feel physiologically* ***terrible****, it can interfere with your mood,” Dr. Hosey said. “I would never diagnose somebody with a clinical depression in the acute phases of a Covid infection.”» [73].* («Перебуваючи к вирі подій, борючись з вірусною інфекцією, нормально відчувати втому і головний біль. «Коли ви почуваєтеся фізіологічно **жахливо**, це може вплинути на ваш настрій», — сказав доктор Гоузі. «Я б ніколи не поставив комусь діагноз клінічної депресії при гострих фазах інфекції Covid»)

Концепт «Страх\Fear» вербалізується за допомогою прикметника «terrible», що, в перекладі на українську, реалізується через лексему «жахливо».

Друге місце в плані інтенсивності та сили емоційного впливу займає лексема **«Horror»**. Cambridge Dictionary визначає «horror», як «an extremely strong feeling of fear and shock, or the frightening and shocking character of something» [47], (надзвичайно сильне відчуття страху й шоку, або лякаючий і шокуючий характер чогось). Як і лексема «terror», «horror» також перекладається українською як «жах», проте, між цими двома емоціями, все ж таки, є різниця. Різноманітні визначення трактують «horror» саме як відчуття страху, його передбачення та очікування побачити, почути, відчути або ж усвідомити щось жахливе. В той час як «terror» виникає вже після побаченого, почутого або ж усвідомленого. Попри те, що лексеми «terror» і «horror» несуть в собі високу ступінь конотативного та емоційного забарвлення і можуть бути використаними ЗМІ для впливу на свідомість їхніх читачів, у англомовних новинних повідомленнях ці лексичні одиниці трапляються не так часто у порівнянні з більш м’якшими формами лексем, що виражають емоційних концепт «Страх\Fear». Проте, нам вдалося знайти влучні приклади втілення лексеми «horror» у англомовному медійному дискурсі:

* *«New COVID-19 Variant With ‘****Horrific****’ Mutations Identified in Three Countries» [73],* (Новий варіант COVID-19 із «жахливими» мутаціями виявлено у трьох країнах).

У продемонстрованому випадку, лексема «horror» постає у ролі прикметника «*horrific*» в значенні «жахливі», що характеризує іменник «*Mutations*». Номінативна лексема «*horrific*» займає домінантну позицію в тексті цього заголовку, що свідчить про бажання автора акцентувати на ній увагу та втілити емоційний концепт «Страх\Fear» задля більшого ефекту привернення уваги до матеріалу.

За поданою класифікацію, наступною за інтенсивністю лексемою, що виражає емоційний концепт «Страх\Fear», є лексема **«panic»** - «паніка». Англомовні тлумачні словники подають таку дефініцію «panic» - «a sudden strong feeling of fear that prevents reasonable thought and action» (раптове сильне почуття страху, яке заважає розумно думати і діяти). До прикладу, в одній зі статей, лексема «panic» вербалізується в такому контексті:

* *«****Panic*** *in Beijing as China’s Covid easing catches city off guard» [45],* (Паніка в Пекіні, оскільки наслідки пом’якшення епідемії COVID-19 застали місто зненацька)

У наведеному прикладі, лексема «panic» стоїть на першому місці у реченні цього заголовку та займає домінантну позицію, наголошуючи на емоційній складовій подій, що відбуваються і, завдяки цьому, привертаючи увагу читачів до матеріалу.

Синонімічною до головної номінативної лексичної одиниці **«fear»** є також лексема **«desperation»**. З англійської, **«desperation»** перекладається як **«відчай»** та означає «the feeling that you have when you are in such a bad situation that you are willing to take risks in order to change it» (відчуття, яке у вас виникає, коли ви перебуваєте в настільки поганій ситуації, що ви готові піти на ризик, щоб змінити її). Прикладами таких ситуацій можуть слугувати зазначені нижче фрагменти:

* *«”What do I have to lose?”:* ***desperate*** *long Covid patients turn to “miracle cures”» [72],* («Що мені втрачати?»: тяжкохворі на Covid пацієнти відчайдушно звертаються до “чудодійних засобів”»
* *«****Desperate*** *Covid long-haulers turn to costly, unproven treatments» [74],* («Пацієнти, які довго не можуть вилікуватися від Covid, звертаються до дорогих та неперевірених методів лікування»).
* *«Covid-19 devastates already* ***desperate****, ravaged Yemen» [72],* («Сovid-19 спустошує і без того відчайдушний і спустошений Ємен»)

У всіх трьох випадках, лексема «**desperation»** вживається у заголовках англомовних новинних повідомлень та посідає домінантну позицію, задля створення додаткового ефекту привернення уваги реципієнта за допомогою її емоційної складової та відтворення конотативної складової емоційного концепту **«Fear»**.

Наступною лексемою, за допомогою якої відбувається вербалізація концепту «Fear» в англомовних новинних повідомленнях, є лексема **«dread»,** що означає «to feel extremely worried or frightened about something that is going to happen or that might happen» (відчувати сильне занепокоєння або страх через те, що має статися або може статися) та перекладається як «страх\жах»та її похідні. Ця лексична одиниця не є настільки поширеною у англомовному медійному дискурсі, проте, як це виражено у вказаних нижче випадках, постає однією з головних складових заголовків деяких новинних статей:

* *«****Fear*** *and* ***dread*** *haunt COVID-19 “long-haulers”» [66],* («Страх і жах, що переслідують пацієнтів, які ніяк не можуть вилікуватися від COVID-19»)

Тут ми можемо спостерігати підсилення емоційного впливу на аудиторію завдяки вживанню прямої номінативної одиниці на позначення концепту **«fear»** у поєднанні з синонімічною лексемою **«dread»:**

* *«And for many, the* ***anxiety****,* ***depression*** *and* ***dread*** *are at least as debilitating as the physical frailties» [66],* (І для багатьох тривога, депресія та страх є такими ж виснажливими, як і фізичні вади)

Схожу ситуацію ми спостерігаємо і у цьому випадку, де поєднуються одразу дві лексичні одиниці, які слугують вербалізаторами та репрезентаторами емоційного концепту **«Fear»: «*anxiety»*** та ***«dread»,*** що створює додаткову напругу при сприйнятті поданого автором матеріалу.

Саме лексема **«*anxiety»*** посідає наступне місце у класифікації синонімічних номінантів емоційного концепту **«Fear».** З англійської **«*anxiety»*** перекладається як **«тривога»** та означає: «an uncomfortable feeling of nervousness or worry about something that is happening or might happen in the future»(відчуття стривоженості або занепокоєння про те, що вже відбувається або може статися в майбутньому). Лексема **«*anxiety»*** посідає одне з ключових місць у плані репрезентативної щільності, зважаючи на її досить частий ужиток у текстах англомовних новинних повідомлень, пов’язаних з явищами, що є прямими або потенційними продуцентами емоції страху і, як наслідок, репрезентаторами вербалізації емоційного концепту **«Fear».** Яскравим прикладом уживання цієї лексичної одиниці у англомовному медійному дискурсі є речення:

* *«For many people, the uncertainty surrounding coronavirus is the hardest thing to handle. We still don’t know exactly how we’ll be impacted, how long this will last, or how bad things might get. And that makes it all too easy to catastrophize and spiral out into overwhelming dread and* ***panic****. But there are many things you can do—even in the face of this unique crisis—to manage your* ***anxiety*** *and* ***fears»*** [72], (Для багатьох людей найважче впоратися саме з невизначеністю навколо коронавірусу. Ми досі точно не знаємо, як це вплине на нас, як довго це триватиме, чи як погано все може стати. І тому, нам досить легко впасти в цей катастрофічний стан, що переростає в непереборний страх і паніку. Але є багато речей, які ви, навіть перед обличчям цієї безпрецедентної кризи, можете зробити, щоб впоратися зі своєю тривогою та страхами.)

“Яскравість” вказаного прикладу, окрім, власне, вживання досліджуваної лексеми **«*anxiety»***, зумовлена наявністю одразу декількох лексем-вербалізаторів емоційного концепту «Fear», таких як: **«panic»**, та прямого імені концепту у множині **«fears»**, які створюють додатковий емоційний акцент.

Останніми та найменш уживаними лексемами, що репрезентують емоцію страху у англомовному медійному дискурсі є лексеми: **«nervousness»** та **«trepidation»**, де перша вживалася, здебільшого при описі наслідків коронавірусу та карантинних обмежень на людей та їхнє психічне здоров’я, а друга, серед усіх досліджених матеріалів, не була репрезентована взагалі. Також до вербалізаторів емоційного концепту «Fear» належать такі лексеми як: **«fright»**, **«scare»**, та **«concern»,** репрезентативна щільність яких, відносно інших, згаданих вище одиниць, не була визначена показовою та достатньою для їхнього детального розгляду.

Таким чином, ми визначили основні синонімічні ряди емоційного концепту «Fear» в англомовній лексикографії та заклали важливе підґрунтя для наступних етапів нашого дослідження.

**2.3. Метафоричне осмислення емоційного концепту FEAR**

Важливу роль у категоризації, концептуалізації та оцінці дійсності, тобто узагальненні людського досвіду у сприйнятті світу, грає метафора. Метафора - це насамперед ментальне явище, яке фіксує базовий когнітивний процес у конвенційних комунікативних одиницях. Метафора виступає головним механізмом, за допомогою якого відбувається абстрактне мислення загалом, не суто пізнаються абстрактні концепти. Складні, не підвладні безпосередньому спостереженню, ментальні одиниці співвідносяться за допомогою метафори з більш простими.

Визначні представники метафоричного підходу З. Кьовечеш і Дж. Лакофф стверджують, що метафори можуть слугувати одним із способів концептуалізації базових емоцій. Досліджуючи питання взаємодії метафор, концептів та емоцій у своїй роботі “Metaphor and Emotion”, З. Кьовечеш дійшов висновку, що «емоція організована навколо когнітивного прототипу, який описується певною послідовністю станів, утворюючи емоційний сценарій: стан емоційного спокою, причина, виникнення емоції, спроба контролю, втрата контролю, дія, стан спокою» [57, P. 66-67].

У ході дослідження метафор, що описують емоції та емоційні стани, автор виділяє два типи метафоричних утворень: основні або ж, так звані «загальні метафори» та другорядні – емоційно-специфічні, що базуються на перших. Особливістю першого типу опис емоційних станів, наприклад: EMOTION IS AN OPPONENT або EMOTION IS AN ENEMY. Вказані вище метафори закладають фундамент для створення другорядних, емоційно-специфічних метафор, що поєднують їх з оціночними судженнями та емоційними реакціями. Ці твердження автор підкріплює досить вдалими та актуальними для нашого дослідження прикладами, які безпосередньо стосуються досліджуваного нами концепту: «EMOTION IS A CAUSE OF THAT EMOTION: **FEAR** IS A HIDDEN ENEMY; **FEAR** IS A SUPERNATURAL BEING [58, P. 44-45.]. Зазначений нами підхід дає змогу описувати та характеризувати емоції, враховуючи лінгвокультурні особливості, водночас обмежуючи дескрипцію емоцій, в який відсутня метафорична концептуалізація. Дослідження англомовних та українськомовних словників дозволяє виокремити основні шляхи та способи вербалізації концепту «Страх\Fear», визначити його властивості та окреслити лінгвокультурну специфіку.

Образність змісту концепту «Страх\Fear» виражається в метафорах, мовне втілення яких відбувається за допомогою слів і словосполучень з номінацією «fear» та її синонімів. Саме образна складова, а саме: асоціації, образи та уявлення, що виникають у свідомості реципієнта з появою певного денотата, відіграє ключову роль у вербалізації концепту «Страх\Fear». У сучасній англійській мові об’єктивація образної складової концепту «Страх\Fear» відбувається за допомогою ряду образних та когнітивних метафор, що складають підґрунтя або ж основу для утворення типових метафоричних висловлювань. Метафоризація є одним із важливих механізмів осмислення та реалізації емоційної інформації людиною, що супроводжує лінгвокогнітивну діяльність людини.

Дж. Лакофф і М. Джонсон поділяють когнітивні метафори на:

* орієнтаційні, шо відповідають за уявлення про орієнтацію об’єкта у просторі;
* онтологічні, відповідальні за сприйняття дій, зміни подій, емоцій, думок та ін., як діяльності певної живої істоти або субстанції;
* структурні, які надають можливість використання однієї «високоструктурованої та чітко визначеної концепції задля структурування іншої» [60, 242 p.].

Дослідження англомовного медіадискурсу продемонструвало наявність великої кількості саме онтологічних метафор, саме тому ми зосередилися на опрацюванні саме цього типу когнітивних метафор. Онтологічна метафора — це тип метафори (або образного порівняння), у якому щось конкретне проектується на щось абстрактне. Загалом, онтологічні метафори дозволяють більш чітко побачити окреслену структуру там, де її майже або зовсім немає. Ми можемо сприймати персоніфікацію як форму онтологічної метафори. У персоніфікації людські якості надаються нелюдським істотам. Персоніфікація дуже поширена в літературі, але її також багато в повсякденному та медійному дискурсі. Персоніфікація використовує один із найкращих вихідних доменів, які ми маємо – нас самих.

Найкращим підтвердженням цього твердження можу слугувати приклади вживання онтологічних метафор у матеріалах англомовних статей, що містять номінативні компоненти емоційного концепту «Страх\Fear» або ж його синонімічні номінанти:

* *«In one of President Xi's biggest political tests yet, the Chinese Communist Party (CCP) must now negotiate both mounting fury and a deep-rooted* ***fear*** *of Covid, as the country feels its way to an exit from the pandemic»* [45], («У одному з найбільших політичних випробувань для президента Сі Комуністичній партії Китаю (КПК) тепер потрібно долати як зростаючу лють, так і глибоко вкорінений страх перед Covid, поки країна шукає шлях до виходу з пандемії»

У цьому випадку, першочерговим об’єктом нашої уваги стало словосполучення «a deep-rooted **fear»,** в якому емоційний концепт «Страх\Fear» поєднується з складеним прикметником «deep-rooted», що означає щось «глибоко вкорінене» та довготривале. Таким чином, прослідковується метафоризація концепту «Страх\Fear» шляхом порівняння або ж зіставлення його з рослиною, деревом, що має міцне та довге коріння і є сталим, стійким та глибинним. Тобто, можна стверджувати про наявність тут метафори FEAR IS A PLANT\TREE, де PLANT|TREE, за класифікацією Лакоффа та Джонсона, є так званим вихідним доменом – концептуальною областю, з якої ми черпаємо метафоричні вирази, а FEAR – доменом цільовим, тобто саме тим, що ми намагаємося і намагаємося зрозуміти завдяки процесу мапування та метафоризації.

Ще одним словосполученням, яке міститься у цьому прикладі і яке, на нашу думку, несе в собі більш прихований метафоричний сенс є вираз «*mounting fury and* ***fear****».* Цікавим тут є не тільки *«fear»*, як номінант емоційного концепту та частина стійкого фразеологічного сполучення *«fury and* ***fear****»*, а й прикметник «*mounting»* в значенні «increasing» (той, що підвищується), «rising»(зростаючий), що походить від дієслова «to mount»(поступово збільшуватися, підвищуватися або ставати більшим), яке, в свою чергу, походить вже від іменника «mountain»(гора). Таким чином, дійшовши до початкової форми прикметника «*mounting»,* можна стверджувати про наявність метафоричного співставлення вказаних емоційних концептів ***«fear»*** та *«fury»* з концептом «mountain», що виявляється в метафорах FEAR IS A MOUNTAIN та FURY IS A MOUNTAIN, де FEAR та FURY є цільовими доменами, а MOUNTAIN – вихідним.

Але не тільки онтологічні метафори є продуктивними для концепту «Страх\Fear» у межах медійного дискурсу, а й орієнтаційні, що окреслюють просторові відносини об’єктів (ВГОРУ-ВНИЗ, ЗЗОВНІ-ВСЕРЕДИНІ, ВПЕРЕД-НАЗАД та ін.). Прикладом на зображення втілення орієнтаційних метафор у англомовному новинному дискурсі є такий фрагмент:

* *«As well as the direct health impact,* ***fears*** *have been raised for food production in North Korea. It suffered a brutal famine during the 1990s, and today the World Food Programme estimates that 11 million of the country's 25 million people are undernourished»* [45],(Окрім прямого впливу на здоров’я, виникли побоювання щодо виробництва продуктів харчування в Північній Кореї. Вона зазнала жорстокого голоду в 1990-х роках, і сьогодні, за оцінками Всесвітньої продовольчої програми, 11 із 25 мільйонів населення країни недоїдають.)

Зазначений фрагмент містить словосполучення «***fears*** *have been raised»,* у якому емоційний концепт «Страх\Fear» вживається разом із дієсловом простого минулого часу *«raised»*, що означає і перекладається як «піднятий», «підвищений», «переміщений вгору». Ці значення свідчать про його просторову орієнтаційну спрямованість вгору. У поєднанні з головним номінантом емоційного концепту ***«fear»***, дієслово *«raised»* утворює мапування, результатом якого є, реалізована в прикладі «***fears*** *have been raised»,* орієнтаційна метафора FEAR IS UP, яка означає, що страх – це явище, емоція яка може зростати, наростати, збільшуватися, підвищуватися, інтенсифікуватися та змінювати своє положення, до прикладу, відповідно до уявної шкали емоційних станів. У цій метафорі цільовим доменом, знову ж таки, виступає досліджуваний нами концепт FEAR, оскільки саме його ми намагаємося осмислити та зрозуміти через вихідний орієнтаційний домен UP.

І хоча схоже метафоричне осмислення емоцій є досить частим явищем, зазвичай, орієнтаційному домену UP відповідають емоції позитивного спектру, такі як: HAPPINESS, JOY, EXCITEMENT та ін., а емоціям спектру негативного притаманний домен DOWN, наш випадок є певним винятком із правил, оскільки вказує більше не «якість» емоції, а на її «кількість», інтенсивність та поширення.

Концепт «Fear» у текстах новинних повідомлень, почасти взаємодіє з такими концептами як «Death», «Virus», «Vaccine», «Illness», що, в свою чергу, підсилюють емоційну складову концепту «Fear» та збільшують його вплив на реципієнта – споживача новин. Тому, ми вважаємо доцільним проаналізувати фрагменти статей, що репрезентують поєднання цих, базових для теми пандемії у медійному дискурсі, концептів та розглянути їх взаємодію у дискурсі.

* *«But there is also the lingering* ***fear*** *of Covid among the Chinese - after three years of being conditioned by the state to view the* ***virus*** *as a* ***fearsome*** *enemy - as well as a continued lack of effective vaccines»* [45], *(*Але також є постійний страх перед Covid серед китайців – після того, як держава три роки змушувала їх розглядати вірус як страшного ворога, – а також триваюча нестача ефективних вакцин.)

У цьому фрагменті тексту можна помітити реалізацію декількох, тематично пов’язаних концептів ***«Fear»***, у словосполученні *«lingering* ***fear****»* та *«****virus*** *as a* ***fearsome*** *enemy»* та *«****Virus»***. Перший випадок вживання концепту **«Fear»**, на відміну від другого, наразі, не становить для нас наукового інтересу, оскільки не містить метафоричного підґрунтя. Водночас другий, репрезентує одразу два концепти: ***«Fear»*** та *«****Virus»*** і є носієм метафоричного значення VIRUS IS THE ENEMY, де VIRUS слугує цільовим доменом, усвідомлення якого відбувається за допомогою вихідного концептуального домену ENEMY. Окрім того, що сама метафора VIRUS IS THE ENEMY несе в собі високу ступінь емоційного забарвлення і вже має бажаний вплив на читача статті, присвяченій пандемії коронавірусу, використання емоційного концепту ***«Fear»*** у формі прикметника ***«fearsome»*** додає ще більшої емоційності та ефективно впливає на емоційний стан реципієнта інформації, насаджуючи, таким чином, уявлення про вірус, як про страшного ворога та, можливо, маніпулюючи мисленням та поведінкою споживача інформації.

Одним із синонімічних номінантів концепту «Virus» в контексті медійного дискурсу є безпосередня назва вірусу «Coronavirus», «Covid-19» або просто «Covid». Цей концепт червоною стрічкою проходить крізь тексти новинних повідомлень та часто фігурує у поєднанні з досліджуваним нами концептом «Fear», оскільки саме концепт «Coronavirus»\«Covid-19»\«Covid» є основною причиною виникнення та поширення концепту «Fear». Через їх тематичну спорідненість, вважаємо доцільним розглянути взаємодію цих концептів на прикладі фрагментів новинних статей медійного дискурсу BBC:

* *«Dr Alan Wightman, who lost his mother Helen to* ***Covid*** *at a care home in May 2020, thanked Lord Brailsford for meeting the group and for explaining how it would address the* ***concerns*** *of the bereaved relatives in a timely manner»* [45], (Доктор Алан Вайтман, який втратив свою матір Гелен через Ковід у будинку для людей похилого віку в травні 2020 року, подякував лорду Брейлсфорду за зустріч із групою та за пояснення, як це вчасно вирішить занепокоєння родичів, які померли.)

Досліджуваний концепт «Fear» реалізується у фрагменті через синонімічний номінант «***concerns»*** в значенні «*worry about a situation*»(хвилювання спричинені якоюсь ситуацією), «worries» (хвилювання) у поєднанні з дієсловом «address», що має значення «звертатися до» або, як в нашому випадку - «вирішувати щось», що є частиною стійкого сполучення слів «to address concerns» в значенні «вирішувати питання, що викликають занепокоєння».

Попри це, розглянуте сполучення слів має радше не метафоричне, а фразеологічне забарвлення, що також, певним чином, слугує підсилюючим елементом впливу. Проте, цей фрагмент все-таки має метафору, реалізовану у рядках «*Dr Alan Wightman, who lost his mother Helen to* ***Covid***…», що перекладаються як *«Доктор Алан Вайтман, який втратив свою матір Гелен через Ковід».*

Для визначення необхідної нам метафори, варто звернути увагу саме на частину «*lost his mother Helen to* ***Covid»,*** де ми одразу ж помічаємо вже згаданий раніше концепт-назву вірусу **«Covid»** у зв’язці із фразовим дієсловом «lose to» в минулому часі – «lost to» у значенні «бути переможеним кимось або чимось», «програти комусь». При чому, цікавим з точки зору лінгвокультурології є порівняння оригіналу та перекладу цього вислову, в якому дійова особа не «програє» матір у боротьбі з Covid, а «втрачає» її, що говорить про різницю сприйняття цього процесу в англійській та українській лінгвокультурах. Поєднавши ці знання та проаналізувавши запропонований фрагмент, можна стверджувати про наявність тут метафор COVID IS A PLAYER, COVID IS A WINNER(COVID – цільовий домен, PLAYER\ WINNER – вихідні домени), оскільки «*Dr Alan Wightman»(Доктор Алан Вайтман)* немов «програє» –«loses to» свою матір *«to Covid»(Ковіду)*, а отже, можна розглядати концепт **«Covid»** як «гравця, який переміг у боротьбі або ж грі за життя». З цієї метафори, логічним чином випливає й інше, досить відоме метафоричне утворення – LIFE IS A GAME, оскільки LIFE (життя), як показує приклад, можна програти такому явищу, як вірус Covid. Зчитування читачем цих метафор з контексту може викликати у читача страх або ж занепокоєння за власне життя, шляхом відтворення у мисленні емоційного концепту «Fear» та безпосереднього викликання емоції страху і впливу на свідомість.

Емоції – це складне, абстрактне і комплексне явище, що досить часто, не підлягає повному осмисленню і саме тому люди намагаються осмислити їх шляхом метафоризації – поєднання з чимось конкретним і знайомим та розуміння одного концепту, шляхом зіставлення або ж порівняння його з іншим.

Дослідження метафоричної складової емоційного концепту «Fear» дало змогу виявити основні шляхи метафоричного осмислення емоції страху в англійській мові на основі медійного дискурсу. Наявність великої кількості метафоризацій цієї емоції пояснюється її складністю, універсальністю, важливістю її усвідомлення та вираження шляхом вербалізації.

**2.4. Невербальні маркери страху в англомовному медіа дискурсі**

У сучасному інформаційному столітті, де ЗМІ стали впливовими важелями впливу на суспільство, особливо актуальним є вивчення медіапростору. Емоції є одним із головних способів для досягнення цілей у медіа. Особливе місце займають емоції, пов'язані зі станом страху – однією з базових і сильних емоцій людини. У повсякденному житті, емоції знаходять свої вираження не тільки шляхом вербалізації, а й, в першу чергу, завдяки невербальній сфері. Оскільки англомовний медійний дискурс є явищем лінгвальним, основне вираження емоцій відбувається за допомогою вербалізації емоційних концептів, таких як «Fear», «Happiness», «Anger» та ін. проте, невербальні маркери втілення емоції страху, також відіграють вагому роль у здійсненні інформаційного та емоційного впливу на споживача медіа-контенту.

Розповсюдженими прикладами є використання фото- та відео фрагментів у англомовних новинних повідомленнях. Зосередимося саме на фото, оскільки це є найбільш поширеним, серед медіа, способів невербальної комунікації.

Дослідження великої кількості англомовних статей дає змогу виділити основні невербальні фото-маркери та тематично їх об’єднати.

Найбільш поширеною темою з моменту появи коронавірусу у медійному просторі стали «мапи на позначення зон заражень», де кожна зона, позначена своїм кольором (зелений, жовтий, помаранчевий, червоний, синій і навіть фіолетовий), відповідала стану епідеміологічної ситуації в різних країнах та їхніх регіонах. Кожен колір репрезентує різну ступінь зараження, відповідно до кількості виявлених випадків зараження на Covid-19 та по своїй суті є колоронімами. (Див. Додаток Б)

Більшість мап сходяться на класифікації зон зараження за допомогою таких колоронімів:

**«Зелений»** – зона найменшого ризику, де передбачено значне послаблення карантинних обмежень. Цей колір слугує маркером, що демонструє безпеку та, певним чином, є антиподом емоційного концепту «Fear».

**«Жовтий»** – зона з більшим ризиком зараження, а отже – із сильнішими обмеженнями. Якщо спробувати вербалізувати цей колоронім, то в парадигмі вираження емоційного концепту «Fear», її відповідником були б лексеми **«nervousness» та «trepidation»,** оскільки, як ми визначили в одному із попередніх розділів, вони несуть найменшу ступінь інтенсивності переживання емоції страху та мають найменший влив на свідомість та емоційний стан споживача ЗМІ.

**«Помаранчевий» -** слугує для демаркації зони підвищеного ризику зараження вірусом та посилення карантинних обмежень в регіоні. Цей колір символізує більшу небезпеку і, як наслідок, більш інтенсивне переживання страху, що, у випадку його мовної репрезентації, може бути співставним таким лексемам як: **«dread»** та **«anxiety».**

**«Червоний**» – використовується для позначення найвищого рівню зараження та загрози для здоров’я і життя людей, які знаходяться у цій зоні. Червоний колір символізує найбільшу небезпеку(реальну і потенційну) та може відображати у свідомості реципієнта певні страхи і викликати різноманітні негативні емоційні стани, які, на нашу думку, можуть бути відтворені у мові та мовленні за допомогою лексем з найвищою емоційною інтенсивністю та конотацією, таких як: «desperation», «panic», «horror», «terror» або ж прямим номінантом емоційного концепту **«Fear»**.

Наразі, під час повномасштабної війни Росії проти України, цей колір також активно використовується в ЗМІ для демаркації зон активних бойових дій, позначення ворожих влучань і обстрілів та тимчасово окупованих ворогом територій, та є не тільки репрезентатором емоційного концепту **«Fear»,** а й також концепту «Ворог» поширеному в українському медійному дискурсі з очевидних причин.

Окрім згаданих вище мап заражень, ретрансляторами страху також можна вважати виявлені нами зображення шприців (Див. Додаток В), медичних халатів (Див. Додаток Г), апаратів ШВЛ (Див. Додаток Д) та хворих та мертвих людей (Див. Додаток Е). Під час дослідження англомовних статей, що висвітлювали та активно пропагували вакцинацію від коронавірусу, було підмічено деякі тенденції у поданні інформації та використанні лексики та матеріалів, які слугують або можуть слугувати репрезентаторами концепту страху.

Перша – уникання лексики та зображень, які могли б викликати у свідомості читача страх, тривогу або побоювання та заміну їх на слова та зображення з позитивною конотацією: «черги на вакцинацію» (додаток7), «люди, що вже зробили вакцину» (додаток 8), «ампули з вакциною» (додаток 9). На нашу думку, використання такого прийому має заохотити читача до вакцинації, продемонструвавши, в першу чергу, що це - не страшно.

Друга тенденція полягає у зворотному – насиченні новинних повідомлень зображеннями, що можуть викликати страх, тривогу, занепокоєння, відчай чи паніку, щоб показати, що «Covid – це страшно, це небезпека, загроза» а вакцина – це засіб, який може захистити людину від Covid та всіх інших наслідків, забезпечивши безпеку, психологічна потреба в якій, беззаперечно, є в кожного з нас.

Таким чином, зображення вказаних вище об’єктів та мап заражень, що містять визначені нами колороніми, у англомовних новинних повідомленнях, можуть також слугувати невербальними репрезентаторами емоційного концепту «Fear» та прямо чи опосередковано впливати на свідомість та емоційний стан читача, маніпулюючи та визначаючи його поведінку.

**ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2**

Існує велика кількість емоцій та їх проявів. Страх є однією з найбільш поширених природніх, базових або ж фундаментальних людських емоцій і відіграє важливу роль в нашому житті.

Страх виникає із появою загрози чи шкоди для нас, шкоди фізичної, емоційної чи психологічної, реальної чи уявної. Попри те, що страх традиційно вважається «негативною» емоцією, він, насправді, відіграє важливу роль у забезпеченні нашої безпеки, мобілізуючи тіло і психіку для подолання потенційної загрози.

Як і більшість емоцій, емоція страху знаходить своє відображення у нашій свідомості, формуючи уявлення про страх і концептуалізуючи його, та мові, що виражається у вербалізації цього емоційного концепту лексичними засобами.

Лексикалізована емоція є емоційним концептом, оскільки вона існує як символічне утворення, функціонує в лінгвокультурі і категоризує та концептуалізує емоційний досвід індивіда, віддзеркалюючи суспільство в цілому та оцінюючи навколишній світ. Емоційний концепт «Страх\Fear» має поняттєвий, цінніcний та обрaзний зміст і, як і більшість емоційних концептів знаходить свою реалізацію в дискурсі засобами номінації, дескрипції та експресії.

Було виявлено, що прямою номінацією або ж «іменем» концепту «Страх» в англійській мові є лексема Fear, оскільки саме вона надає найповнішу номінацію цього концепту, найкраще описує емоцію страху, а також є найбільш показовою та уживаною в контексті медійного дискурсу.

Аналіз словникових дефініцій «імені» концепту «Страх\Fear», показав, що в сучасній англійській мові лексема fear здебільшого визначається як «an unpleasant emotion\feeling\thought that you have when you are frightened\afraid\concerned or worried\alarmed\distressed by something dangerous, painful, or bad that is happening or might happen». У той самий час, українські тлумачні словники трактують «Страх» майже ідентично до англійських, і це дає нам змогу визначити головні смислові властивості ядра емоційного концепту «Страх\Fear».

Окрім безпосереднього імені концепту, вираженого лексемою «Fear», одними із важливих засобів його лексичної репрезентації є синоніми. Нами було визначено, що концепт ««Страх\Fear» має широке синонімічне поле значень. До базових синонімів можна віднести наступні: «Terror», «Horror», «Panic», «Desperation», «Dread», «Anxiety», «Nervousness», «Trepidation». Саме за допомогою них емоційний концепт «Страх\Fear» знаходить свою мовну реалізацію у англомовному медійному дискурсі.

Емоції – це складне, абстрактне і комплексне явище, що досить часто, не підлягає повному осмисленню і саме тому люди намагаються осмислити їх шляхом метафоризації – поєднання з чимось конкретним і знайомим та розуміння одного концепту, шляхом зіставлення або ж порівняння його з іншим.

Дослідження метафоричної складової емоційного концепту «Fear» дало змогу виявити основні шляхи метафоричного осмислення емоції страху в англійській мові на основі медійного дискурсу: FEAR IS A HIDDEN ENEMY, FEAR IS A SUPERNATURAL BEING, FEAR IS A PLANT\TREE, FEAR IS A MOUNTAIN, FEAR IS UP. Наявність великої кількості метафоризацій цієї емоції пояснюється її складністю, універсальністю, важливістю її усвідомлення та вираження шляхом вербалізації. Нами також було виявлено та досліджено й інші концепти, з якими почасти взаємодіє концепт «Страх\Fear», такі як: «Death», «Virus», «Vaccine», «Illness», що, в свою чергу, підсилюють емоційну складову концепту «Страх\Fear» та збільшують його вплив на реципієнта – споживача новин. Дослідивши їх на предмет метафоризації, ми виявили такі метафори: VIRUS IS THE ENEMY, COVID IS A PLAYER, COVID IS A WINNER, LIFE IS A GAME.

У повсякденному житті, емоції знаходять свої вираження не тільки шляхом вербалізації, а й, в першу чергу, завдяки невербальній сфері. Невербальні маркери втілення емоції страху, також відіграють вагому роль у здійсненні інформаційного та емоційного впливу на споживача медіа-контенту. Дослідження великої кількості англомовних статей дає змогу виділити основні невербальні фото-маркери та тематично їх об’єднати.

Найбільш поширеною темою з моменту появи коронавірусу у медійному просторі стали «мапи на позначення зон заражень», де кожна зона, позначена своїм кольором (зелений, жовтий, помаранчевий, червоний), відповідала стану епідеміологічної ситуації в різних країнах та їхніх регіонах. Кожен колір репрезентує різну ступінь зараження, та, відповідно до цього, співвідноситься нами з дослідженими раніше синонімічними відповідниками емоційного концепту «Страх\Fear». Окрім згаданих вище мап заражень, невербальними ретрансляторами страху також можна вважати виявлені нами зображення шприців, медичних халатів, апаратів ШВЛ, та хворих людей.

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

Концепт є невід'ємною складовою нашого життя та фундаментальною одиницею лінгвокультурології та когнітивної лінгвістики. Ми мислимо, любимо, радіємо і боїмося за допомогою концептів. А наше мислення знаходить своє відображення в мові і мовленні: як усному, так і писемному.

Важливим аспектом дослідження поняття «концепт» є його визначення. Власне термін «концепт» походить від латинського «conceptus», що означає «думка» або «поняття». У сучасному мовознавстві існує декілька поглядів на вивчення концептів, кожен з яких характеризує цей феномен як «логоепістему», «лінгвокультурему» або «міфологему». Однак, найбільш уживаним є саме термін «концепт».

Не зважаючи на велику кількість розвідок, відкритим залишається питання типології концептів, серед різновидів яких, як демонструє аналіз останніх досліджень з цієї теми, виділяється саме «емоційний концепт». Емоційні концепти відіграють важливу роль у людському житті, адже саме вони відображають його емоційну складову, регулюють процеси сприйняття та усвідомлення дійсності, формуючи в індивіда ставлення до певних явищ та предметів, світогляд і погляди на реальність

Одним з найбільш показових, концентрованих та масштабних репрезентаторів сьогоденню концептів є медійний дискурс, що визначається як зв’язний вербальний чи невербальний, усний або письмовий текст разом із соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами, що виражений за посередництвом засобів масової комунікації. Він узятий у подієвому аспекті, являє собою дію, бере участь у соціокультурній взаємодії та відображає механізм свідомості комунікантів.

Сучасний англомовний медіа-дискурс подає тексти про події, пов’язані з базовими потребами людини, виділеними А. Маслоу: фізіологічними (в їжі, повітрі, здоров’ї тощо), у безпеці, належності до суспільних груп, визнанні, самоактуалізації та чуттєвому задоволенні. За А. Маслоу, незадоволення потреб сприяє появі негативний емоцій, наприклад, незадоволення потреби у безпеці викликає емоцію страху, чим вдало користуються автори медійних текстів з метою маніпулювання думкою аудиторії та привернення уваги до їхнього повідомлення.

Концепт «Страх\Fear» є прикладом концептуалізації так званих восьми фундаментальних емоцій багатовимірної моделі, однією з яких є страх. Страх — це природна, потужна, універсальна та базова емоція, яку відчувають люди, зазвичай викликана неприємним сприйняттям реальної чи уявної небезпеки, страх викликає психологічні та, зрештою, поведінкові зміни людей, що, почасти, знаходять своє вираження саме в мовній картині світу, зокрема, шляхом втілення їх за допомогою емоційного концепту «Страх\Fear»

В ході дослідження, нами було виявлено, що прямою номінацією або ж «іменем» концепту «Страх» в англійській мові є лексема Fear, оскільки саме вона надає найповнішу номінацію цього концепту, найкраще описує емоцію страху, а також є найбільш показовою та уживаною в контексті медійного дискурсу.

Важливою частиною розвідки було також дослідження синонімічного поля значень емоційного концепту «Страх\Fear», до базових синонімів якого можна віднести: «Terror», «Horror», «Panic», «Desperation», «Dread», «Anxiety», «Nervousness», «Trepidation».

Дослідження метафоричної складової емоційного концепту «Fear» дало змогу виявити основні шляхи метафоричного осмислення емоції страху в англійській мові на основі медійного дискурсу: FEAR IS A HIDDEN ENEMY, FEAR IS A SUPERNATURAL BEING, FEAR IS A PLANT\TREE, FEAR IS A MOUNTAIN, FEAR IS UP. Наявність великої кількості метафоризацій цієї емоції пояснюється її складністю, універсальністю, важливістю її усвідомлення та вираження шляхом вербалізації.

Нами також було виявлено та досліджено й інші концепти, з якими почасти взаємодіє концепт «Страх\Fear», такі як: «Death», «Virus», «Vaccine», «Illness», що, в свою чергу, підсилюють емоційну складову концепту «Страх\Fear» та збільшують його вплив на реципієнта. Дослідивши їх на предмет метафоризації, ми виявили такі метафори: VIRUS IS THE ENEMY, COVID IS A PLAYER, COVID IS A WINNER, LIFE IS A GAME.

Невербальні маркери втілення емоції страху, також відіграють вагому роль у здійсненні інформаційного та емоційного впливу на споживача медіа-контенту. Дослідження великої кількості англомовних статей дає змогу виділити основні невербальні маркери втілення емоційного концепту «Страх\Fear», до яких належать: колороніми: зелений, жовтий, помаранчевий та червоний, зображені на багаточисельних «мапах заражень», а також зображення різноманітних об’єктів, пов’язаних з пандемією: шприців, медичних халатів, апаратів ШВЛ, та хворих людей.

З початком повномасштабної війни Росії проти України, концепт «Fear» знову посів одне з центральних місць у світовому медійному дискурсі, адже відлуння нашої війни є актуальним для всього світу. У свою чергу, вживання концепту «Fear» у цьому контексті відкриває нові перспективи та можливості для майбутніх досліджень.

Отже, враховуючі вказані вище результати та висновки, можна впевнено сказати, що нам вдалося успішно дослідити основні шляхи та способи вербалізації концепту «Страх\Fear» в англомовному медійному дискурсі та закласти підґрунтя для нових досліджень з цієї теми.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бехта І. А. Дискурс наратора в англомовній прозі: Грамота, Київ, 2004. 304 с.
2. Близнюк О.О. Концепти ЖИТТЯ і СМЕРТЬ: лінгвокультурологічний аспект (на матеріалі паремійного фонду української та італійської мов) : автореф. дис. … канд. філол. наук : спец. 10.02.17. Київ, 2008. 20 с.
3. Борисов О.О. Мовні засоби вираження емоційного концепту СТРАХ: лінгвокогнітивний аспект (на мат. суч. англомовн. худ. прози) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Донецьк, 2005. 253 с.
4. Ботвінко О. М. Лексичні засоби вираження презирства в сучасній англійській мові. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Сер.* *Граматична семантика.* 2011. Вип. 3, (ч.2). С. 14–16.
5. Вишневська, Г. Б. Співвідношення концепту і суміжних понять. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*, 2012. Вип. 9,  ­С. 77–82.
6. Воробйова О. П. Концептологія в Україні : здобутки, проблеми, прорахунки. *Вісник КНЛУ. Сер. Філологія*. 2011. № 2, т. 14. С. 53–63.
7. Голубовська І. О. Лінгвокультурні концепти у мовній картині світу українського етносу ХХ-ХХІ століття: жанрово-стильові й лінгвістичні метаморфози в українській мові та літературі. 2016. С. 71–93.
8. Голубовська І.О. Етноспецифічні константи мовної свідомості: автореф. дис. на здобуття ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.15 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2004. 38 с.
9. Качмар О. Ю. Концепт як об‘єкт дослідження когнітивної лінгвістики і лінгвокульторології: до постановки проблеми. *Проблеми романо-германської філології* / за ред. М. М. Полюжина. Ужгород: Ліра, 2010. С. 32–38.
10. Качмар О. Ю. Дискурс як простір реалізації ментальних структур. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Сер. Філологія*. 2014. № 2, т. 14. С. 70–76.
11. Кисельова А. Л. Концепт Жіночість у вікторіанській лінгвокультурі : автореф. дис. … канд. філол. наук : 10.02.04 / Київ, 2007. 21 с.
12. Кононенко В. І. Концепти українського дискурсу. Івано-Франківськ : Плай, 2004. 245 с.
13. Кононенко В.І. Концептологія в лінгвістичному аспекті. *Мовознавство.* 2006. Вип. 2–3. С. 111–117.
14. Корольов І. Р. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія. *Studia Linguistica*. Вип. 6. 2012. С. 285–305.
15. Коротич К. В. Асоціативно-семантичне поле «безпека / небезпека» в дискурсі української преси XX–XXI століть: дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 / Харків, 2007. 221 с.
16. Космеда Т. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2000. 350 с.
17. Крисанова Т. А. Емоційний концепт, лінгвістичні підходи до вивчення. *Наукові записки. Серія «Філологічна*». 2013. С. 72–79.
18. Крисанова Т. А. Емоційний концепт, лінгвістичні підходи до вивчення. *Наукові записки. Серія «Філологічна*». 2013. Вип. 33 С. 74–75.
19. Літяга В. В. Поняття “концепт” у парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка.* *Сер. Іноземна філологія*. 2013. Вип 6. С. 48–60.
20. Малярчук О. В. Емоційний концепт щастя: етимологічні та структурні характеристики. *Вісник Житомирського державного університету. Сер. Філологічні науки.* 2014. Вип. 2. С. 132–138.
21. Мартинюк А. П. Лінгвістична концептологія: методологічні платформи, методики аналізу, перспективи розвитку. *Науковий Вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Сер. Філологічні науки.* 2012. Вип. 23. С. 35–38.
22. Мартинюк А. П. Когнітивно-дискурсивний напрям дослідження концептів у сучасній лінгвістиці. *Проблеми романо-германської філології*: Зб. наук. пр. Ужгород, 2006. С. 92–107.
23. Марченко В. В., Хмельницький Р.В. Засоби вираження емоційних концептів у творах Люсі Мод Монтгомері. *Молодий вчений.* 2018. № 10. С. 204–208.
24. Мізін К. І., Петров О. О Морально-етичний параметр концепту «ЩЕДРІСТЬ» у британській, німецькій, українській і російській лінгвокультурах. *Мовознавство*. 2014. № 5. С. 71–80.
25. Мірошниченко І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку*: матеріали ІІ Всеукраїнської наук.-практ. конф., Вінниця, 12–13.10.2016. Вінниця, 2016. С. 227–231
26. Огар А. О. Суперечливі аспекти поняття “концепт” *Проблеми гуманітарних наук* : зб. наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / ред. кол. Надія Скотна, Марія Федурко. 2013. Вип. 33, С. 242–252
27. Петренко Є.М. До проблеми вербалізації емоцій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* 2018. № 37. С. 81–84.
28. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс : монографія. Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
29. Потапенко С.І. Сучасний англомовний медіа-дискурс як процес і результат конструювання реальності: лінгвокогнітивний підхід. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка.* 2007. Вип. 11. С. 275–281.
30. Потапенко, С. I.  Вербальні ефекти публічного виступу: когнітивнориторичний ракурс (на матеріалі інавгураційних звернень Барака Обами та Віктора Януковича). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Сер. Філологія*, 2011. Вип. 14, С. 102­–108.
31. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивнодискурсивній парадигмі лінгвістики, Запоріжжя: Прем’єр, 2008. С. 324–331.
32. Приходько А.М. Концептологія дискурсу: апелювання концепту до дискурсів. *Англістика та американістика*. Дніпропетровськ, 2013. Вип. 10. С. 43–50.
33. Радзієвська Т. В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст — соціум — культура — мовна особистість : монографія. Київ : ДП “Інформ.-аналіт. агенство”, 2010. 491 с.
34. Розвод Е. Концептуальний аналіз як стрижневий метод дослідження концепту. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.* 2017. С. 61–67.
35. Серебрянська І. М. Концепт ОСВІТА в дискурсивних вимірах: дис. … канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2019. 525 с.
36. Тлумачний словник української мови в 20-ти томах(електронна версія Українського мовно-інформаційного фонду НАН України) URL: <http://sum.in.ua/s/Strakh> (дата звернення: 14.10.2022)
37. Слухай Н. В. Когнітологія та концептологія в лінгвістичному висвітленні : навчальний посібник. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 367 с.
38. Цинтар Н. Аналіз культурної специфіки емотивності в міждисциплінарній парадигмі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. № 34. С. 55–58.
39. Шевченко І. С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / за заг. ред. Шевченко І. С. Харків : Константа, 2005. С. 9–20.
40. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: монографія / за ред. І. С. Шевченко: Харків: Константа, 2005. С. 233−236.
41. Шепель Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.* Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2017. Вип. 3. С. 302–307.
42. Шепітько С. В. Науковий via академічний дискурс: питання типології. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.* *Сер. Романо-германська філологія*. *Методика викладання іноземних мов.* 2014. № 1102. Вип. 77. С. 76–80.
43. Шидловська В. О. Поняття емоції, емоційності та емотивності у сучасній лінгвістиці. VI Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих науковців за міжнародної участі *"Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації"*. 2014. С. 292–295.
44. Baker and Ellece *Key Terms in Discourse Analysis*. 2013, 33 p.
45. BBC News [Електронний ресурс] URL: <https://www.bbc.com/news/coronavirus> (дата звернення: 20.10.2022)
46. Burke M. Rhetoric and Persuasion. *The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences*. Cambridge : Cambridge University Press, 2007. P. 43–45.
47. Cambridge Dictionary [Електронний ресурс] URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fear?q=Fear> (дата звернення: 14.10.2022)
48. Chambers’s Twentieth Century Dictionary of the English Language [Електронний ресурс] URL:https://archive.org/details/chambersstwentie00daviiala/page/430/mode/2up (дата звернення: 14.10.2022)
49. Collins English Dictionary[Електронний ресурс] *URL:* [*https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fear*](https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fear)(дата звернення: 14.10.2022)
50. Crystal, D. A Dictionary of Linguistics and Phonetics. (6th ed.). London: Blackwell Publishing. 2006. 243 p.
51. Ekman Paul Atlas of emotions [Електронний ресурс] URL: [Atlas of Emotions | Map of Emotions | Paul Ekman Group](https://www.paulekman.com/blog/atlas-of-emotions/)] (дата звернення: 18.10.2022)
52. Ekman P. C. Facial expressions and emotion, *American Psychologist. 1993.* 48(4). 384–392 p.
53. Gee, J. P. Literacy, discourse and linguistics: Introduction. *Journal of Education*, 1989. 171, 1, P. 5–17.
54. Izard C. E. The psychology of emotions. *Springer Science & Business Media,* 1991. 464 p.
55. Izard C. E. The Psychology of Emotions. *Springer Science & Business Media*, 1991. 452 p.
56. Kaufman, Elliott & Shmueli. Frames, framing and reframing. 2013. P.152–155.
57. Kovecses Z. Metaphor and Emotion. New York, Cambridge : Cambridge University Press, 2000. P. 66–67.
58. Kovecses Z. Metaphor and Emotion. New York, Cambridge : Cambridge University Press, 2000. P. 44 – 45.
59. Lakoff G. Metaphors We Live By [2nd ed.] : *Chicago University Press,* Chicago. 2003. 256 p.
60. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. *The University of Chicago Press,* Chicago. 1980. 242 p.
61. Lakoff G., Kövecses Z. The cognitive model of anger inherent in American English. Cultural models in language and thought. *Cambridge : Cambridge Univ. Press,* 1987. P. 195–221
62. Longman Dictionary of Contemporary English[Електронний ресурс]

*URL:* [*https://www.ldoceonline.com/dictionary/fear*](https://www.ldoceonline.com/dictionary/fear)(дата звернення: 14.10.2022)

1. Oatley K. Best Laid Schemes: The psychology of emotions. *Cambridge: Cambridge University Press,* 1992. 544 p.
2. Oxford English Dictionary[Електронний ресурс] *URL:* [*https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fear\_1?q=Fear*](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fear_1?q=Fear)
3. Plamper J. The history of emotions: An introduction. *Oxford University Press*. 2015. P. 34-35.
4. Reuters [Електронний ресурс] URL: [Fear and dread haunt COVID-19 'long-haulers' | Reuters](https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-long-fear-feature-idUSKBN25U0ET) (дата звернення: 25.10.2022)
5. Rhees, Rush. Wittgenstein and the Possibility of Discourse. Cambridge University Press. 1998. 145 p.
6. Rosch E. Principles of categorization, *Cognition and categorization*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1978. P. 37-39.
7. Sharma, C.K. A discursive dominance theory of economic reform sustainability: The case of India. India Review, 2011. Vol, 2, P. 126-134.
8. Teun van Dijk Discourse as social interaction. Discourse studies: a multidisciplinary intriduction. London: SAGE Publications. 2006. 319 p.
9. The Britannica Dictionary[Електронний ресурс] *URL:* [*https://www.britannica.com/dictionary/Fear*](https://www.britannica.com/dictionary/Fear)(дата звернення: 15.10.2022)
10. The Guardian [Електронний ресурс] URL: [‘What do I have to lose?’: desperate long Covid patients turn to ‘miracle cures’ | Coronavirus | The Guardian](https://www.theguardian.com/world/2022/jun/02/long-covid-patients-alternative-medicine-coronavirus-cures) (дата звернення: 11.11.2022)
11. The New York Times [Електронний ресурс] URL: [Depression After Covid: Symptoms to Watch for and How to Treat It - The New York Times (nytimes.com)](https://www.nytimes.com/2022/11/12/well/long-covid-depression-symptoms-treatment.html) (дата звернення: 16.11.2022)
12. The Washington Post [Електронний ресурс] URL: [Covid long-haulers turn to unproven treatments in desperation - The Washington Post](https://www.washingtonpost.com/health/2022/11/25/long-covid-treatments-unproven-brain-fog/) (дата звернення: 16.11.2022)

**ДОДАТОК А**

**Діаграма: Класифікація різновидів страху відповідно до емоційної інтенсивності: «Atlas of Emotions»**



**ДОДАТОК Б**

**Карта: Карта розповсюдження Covid-19 у США з демонстрацією поділу країни на «зони» за допомогою колоронімів.**



**(Forbes)**

**ДОДАТОК В**

**Ілюстрація: Приклад зображення шприців в медіа.**



**[The Guardian. Photograph: LM Otero/AP**]

**ДОДАТОК Г**

**Ілюстрація: Приклад зображення медичних халатів та костюмів в статтях, пов’язаних з пандемією коронавіруса.**



**[BBC NEWS]**

**ДОДАТОК Д**

**Ілюстрація: Зображення апаратів ШВЛ в статтях англомовного медіадискурсу**



**[BBC NEWS]**

**ДОДАТОК Е**

**Ілюстрація: Зображення мертвої людини у англомовних новинних повідомленнях**



**Credit: Andrew Caballero-Reynolds/AFP via Getty**

**ДОДАТОК Є**

**Ілюстрація: Зображення тяжкохворої людини у англомовних новинних повідомленнях**



**Credit: Andrew Caballero-Reynolds/AFP via Getty**

**SUMMARY**

The processes of interaction of consciousness, culture, emotions and language have attracted the attention of scientists for quite a long time. One of the central and important topics of modern linguistics is the notion of concept. Modern linguistics pays a lot of attention to the study of concepts, their place and role in the language paradigm and their connection with other areas. It is used and studied together with such concepts as "discourse", "linguistic personality", "linguistic picture of the world", etc.

The complexity of this phenomenon is caused by the lack of a single, unified interpretation of the term "concept" and the presence of various variations of its names in linguistics: "concept", "logoepisteme", "linguacultureme" or "mythologeme". In a broad sense, a concept is "a verbally expressed meaningful unit of consciousness, enriched with cultural meanings and individual associations, which are realized in language with the help of a certain set of words in the context and reflect the main stages of the development of a particular language and culture."

The works of such Ukrainian scientists as: A. D. Belova, L. I. Belekhova, I. O. Golubovska, O. Yu. Kachmar, A. M. Prykhodko, T. V. Radzievska, I. M. Serebryanska and representatives of the Western Scientific League: M. Johnson, J. Lakoff, L. Talmy, C. Fillmore, J. Fauconnier, and others are devoted to the study of concepts.

It is in the concepts that the connection between language, thinking, culture, psychological and emotional states is reflected. The conceptual realization of emotions, psychological and emotional states is manifested in a separate variety of concepts – emotional concept, to which, in fact, the emotional concept "Fear", that we are studying, belongs.

Fear is one of the most common natural, basic or fundamental human emotions that plays an important role in our lives. Fear arises when there is a threat or harm to us: physical, emotional or psychological, real or imagined. Although fear is traditionally thought of as a "negative" emotion, it actually plays an important role in keeping us safe by mobilizing our body and mind to deal with a potential threat. Like most emotions, the emotion of fear finds its reflection in our consciousness, forming an idea about fear and conceptualizing it, and the language that is expressed in the verbalization of this emotion or rather, this emotional concept by lexical means.

**The relevance of the study** is determined by the fact that concepts, especially those used to denote emotions, are an integral part of anthropocentric studies. The concept of "Fear" has attracted the attention of scientists for a relatively long time, as it belongs to the basic, fundamental concepts that serve as the driving force of the processes of cognition and conscious understanding of the surrounding world. The relevance is also determined by the need to research the concept of "Fear" during modern global events, in particular the coronavirus pandemic and war, which are actively covered in the English-language media discourse.

**The object of the research** is the texts of English-language news discourse related to the coronavirus pandemic.

**The subject** of direct analysis is language units that verbalize the concept "Fear".

**The research materials** are English-language news reports that reflect the current events of today, in particular the events of the Covid-19 pandemic

The **purpose** of the scientific research is to analyze the lexical means used in the English-language media discourse to denote the concept "Fear" and to identify the peculiarities of its verbalization.

The set goal presupposes the following specific **tasks**:

- define the concepts of "concept", "emotional concept", "emotion", "discourse" and "media discourse";

- to establish the linguistic and cultural and cognitive-discursive specificity of the concept "Fear";

- to find out the main mechanisms of verbalization of the concept "Fear" in the English-language media discourse;

- to reveal the peculiarities of the implementation of the "Fear" concept in the conditions of the pandemic;

The following **methods** were used during the research:

- general scientific methods - observation, generalization, induction;

- continuous sampling method (selection of research materials);

- method of theoretical analysis of sources;

- the method of analysis of dictionary definitions (definition of the main studied concepts);

- method of contextual analysis;

- the method of studying the concept through the lexical-semantic field of the lexeme that represents it;

- the method of analysis of the associative field of the concept;

- descriptive method (for describing language units that represent the researched concept);

During the research, we discovered that the direct nomination or "name" of the concept "Fear" in the English language is the lexeme Fear, since it provides the most complete nomination of this concept, as well as gives the best description of the emotion of fear, and is also the most indicative and used in the context media discourse.

An important part of the work was also the study of the synonymous field of meanings of the emotional concept "Fear\Fear", the basic synonyms of which include: "Terror", "Horror", "Panic", "Desperation", "Dread", "Anxiety", "Nervousness" ", "Trepidation".

The study of the metaphorical component of the emotional concept "Fear" made it possible to identify the main ways of metaphorical interpretation of the emotion of fear in the English language on the basis of media discourse: FEAR IS A HIDDEN ENEMY, FEAR IS A SUPERNATURAL BEING, FEAR IS A PLANT\TREE, FEAR IS A MOUNTAIN, FEAR IS UP. The presence of a large number of metaphors of this emotion is explained by its complexity, universality, and the importance of its awareness and expression through verbalization.

We also discovered and researched other concepts with which the "Fear\Fear" concept partially interacts, such as: "Death", "Virus", "Vaccine", "Illness", which strengthen the emotional component of the concept "Fear" and increase its impact on the recipient. After examining them for metaphorization, we discovered the following metaphors: VIRUS IS THE ENEMY, COVID IS A PLAYER, COVID IS A WINNER, LIFE IS A GAME.

Non-verbal markers of embodying the emotion of fear also play an important role in the implementation of informational and emotional influence on the consumer of media content. The study of a large number of English-language articles makes it possible to identify the main non-verbal markers of the embodiment of the emotional concept "Fear\Fear", which include: coloronyms: green, yellow, orange and red, depicted on numerous "infection maps", as well as images of various objects, related to the pandemic: syringes, medical gowns, ventilators, and sick people.

With the beginning of a full-scale war between Russia and Ukraine, the concept of "Fear" once again occupied one of the central places in the world media discourse, because the echoes of our war are relevant for the whole world. In turn, the use of the concept of "Fear" in this context opens up **new perspectives and opportunities for future researches.**

So, taking into account the above results and conclusions, we can confidently **conclude** that we have successfully explored the main ways and methods of verbalizing the concept of "Fear" in the English-language media discourse and laid the foundation for new researches on this topic.