

ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ФУРМАН ОКСАНА МИКОЛАЇВНА

УДК 811.111'42:616.98

ДИСЕРТАЦІЯ

МУЛЬТИМОДАЛЬНІ ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ

ПРЕВЕНТИВА В ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ

(на матеріалі англомовних ресурсів на тематику COVID-19)

Спеціальність 035 Філологія

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



О. М. Фурман

Науковий керівник: **МАКАРУК Лариса Леонідівна**, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри прикладної лінгвістики, декан факультету іноземної філології Волинського національного університету імені Лесі Українки

Луцьк–2024

АНОТАЦІЯ

Фурман О. М. Мультимодальні засоби актуалізації превентива в текстах малої форми (на матеріалі англомовних ресурсів на тематику COVID-19) – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю – 035 Філологія. Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2024.

Роботу присвячено вербальним та невербальним засобам актуалізації превентива в текстах малої форми з урахуванням структурно-функційних та комунікативно-прагматичних параметрів в площині кінесики, такесики й проксеміки. Корпус англомовних ресурсів, присвячених COVID-19, сформовано шляхом суцільної вибірки на основі електронних періодичних видань, вебсайтів медичних установ, центрів та спілок, громадських та адміністративних організацій, закладів освіти, соціальних мереж “*Facebook*”, “*Instagram*”, “*Twitter*”, “*Pinterest*”.

Результати аналізу дають підстави стверджувати, що англомовні тексти малої форми на тематику COVID-19 характеризуються мультимодальністю, що свідчить про співіснування множинних семіотичних ресурсів вербальної та невербальної природи (пиктограм, ідеограм (математичних символів, цифр, амперсандів, хештегів), типографічних знаків, логотипів, емблем, мап, таблиць, діаграм, графіків, схем, світлин, зображень ілюстративного характеру, емотиконів, додаткових графічних засобів (стрілок, ліній), специфічних графічних символів (галочок, хрестиків)) в єдиній текстовій канві.

Установлено, що досліджувані тексти містять широкий спектр мультимодальних засобів актуалізації превентива, комунікативно-прагматична природа якого репрезентована вербальними та невербальними засобами у формі застереження, прохання, поради, вимоги, наказу, рекомендації, заборони, інформування адресатів щодо необхідності профілактичних заходів задля ефективних методів лікування чи уникнення інфікування COVID-19. Обґрунтовано, що сукупність досліджуваних мультимодальних засобів та

способів їх кореляції потребує переосмислення традиційних бачень та залучення інноваційних методик, що уможлиблюють належне комплексне висвітлення структурного, семантичного та функційного потенціалів означеного матеріалу.

На підставі досліджуваного корпусу виявлено, що диференційними ознаками текстів малої форми медичної тематики є інформаційна насиченість, стислість, лаконічність, персуазивність, структурна цілісність, ресурсна гетерогенність, графічна компресія. У рамках досліджуваного матеріалу виокремлено тексти, які мають заголовок; заголовок та підзаголовок; які не мають ні заголовку, ні підзаголовку.

Спостережено, що англomовні тексти малої форми на тематику COVID-19 варіативні та насичені знаками різних семіотичних систем, у т. ч. й невербальними з множинними варіаціями їх розміщення на сторінці. За структурною ознакою диференційовано п'ять типів текстів: гетерографічні, піктографічні, вербально-залежні, ілюстративні, графічно-схематичні. За локативною ознакою у досліджуваному корпусі виокремлено тексти з вертикально-лінійною, горизонтально-лінійною, змішаною (вертикально-горизонтальною), круговою, симетричною та асиметричною локацією компонентів на сторінці. Чітке структурування контенту досліджуваних текстів досягається завдяки блоковій репрезентації інформації.

Дослідження засвідчує, що превентив актуалізовано вербальними засобами, переважно дієсловами у формі наказового способу стверджувальної або ж заперечної форми, що репрезентують алгоритми правильних дій, або ж навпаки, інструкції заборонного характеру для уникнення інфікування вірусом. Виявлено, що емпатичність імперативних конструкцій у досліджуваних текстах підсилюється вживанням повної форми наказового способу за допомогою частки *not*. Установлено, що превентив експліцитно об'єктивується за допомогою вербалізаторів-репрезентативів та їх синонімів “*stay safe*”, “*keep you safe*”, “*protect*”, “*prevent*”, “*protect yourself*”, “*Coronavirus safe*”, “*Be COVID safe*” тощо.

Виявлено, що серед невербальних складників досліджуваних текстів ключову роль у репрезентації превентивних заходів з метою запобігання поширення коронавірусної хвороби відіграють піктограми, серед яких виокремлено два типи: вербально-залежні (38%) та вербально-незалежні (62%), останні з яких значно превалюють. Аналіз досліджуваних текстів дозволив ідентифікувати три групи піктограм (на позначення індивідів, предметів чи об'єктів; поведінкових дій; симптомів коронавірусу), які загалом репрезентують понятійну, предметну чи функційну подібність позначуваних явищ.

Піктографічний сегмент характеризується інформативною насиченістю та ілюстративністю об'єкта, явища чи дії, які він денотує. Завдяки зображальним характеристикам та універсальності піктограм їх зміст декодується. Виявлено випадки, коли одне й те саме явище, об'єкт чи процес репрезентується серією графічно-синонімічних/антонімічних піктограм. У результаті аналізу синтаксичних особливостей піктограм встановлено, що серед множинності їх форм превалюють круглі, з чітким контуром та поліхромною гамою.

Доведено, що мультимодальним засобом, які формують тексти малої форми, властива поліфункційність, що полягає в полегшенні розуміння змісту повідомлюваного; акцентуванні уваги на ключовому значенні інформації; доповненні; дублюванні; інформуванні за рахунок їх варіативності. Загалом встановлено, що аналізованим текстам малої форми притаманна типова семантика кольорової гама, у якій превалюють сині, зелені, червоні та жовті відтінки. Колір, варіації шрифтів та їх розмір виконують атрактивну та змістовидільну функції в аналізованих текстах. Аналіз ілюстративного матеріалу засвідчив випадки конвергенції мовних знаків та знаків немовної природи: вживання мультимодальних графем, мультимодальних лексем та мультимодальних синтаксичних конструкцій.

Виявлено, що кінесичні, такесичні та проксемічні графічні маркери активно залучені до продукування означуваних текстів задля актуалізації семантики превентива. Частотним графічним маркером є кінема-жест відкритої

долоні з надписом-закликом “*Stop COVID-19*”, що покликаний унаочнити шляхи запобігання зараженню та спроби не допустити інфікування. Вагомим сегментом виявилися також тексти, в яких головними дійовими особами є пересічні індивіди та медичні працівники (в типових/нетипових образах супергероїв), які, послуговуючись жестовою кінемою роблять все можливе задля того, щоб наочно продемонструвати людству безапеляційну необхідність дотримання норм та правил поведінки у період пандемії.

Рекомендоване уникнення тактильних контактів (дотиків, обійм, поцілунків, рукостискань тощо) також відображено у текстах малої форми як стратегічно важливий крок запобігання коронавірусу, що передається не лише повітряно-крапельним шляхом, але й внаслідок швидкоплинного торкання. Серед текстів малої форми, що вирізняються такесичними графічними маркерами, виокремлено групу, що висвітлює альтернативи традиційним способам вітання: «ударом ліктями» (“*elbow bump*”), «потисканням ступнями» (“*foot shake*”), «потисканням по-уханськи» (“*Wuhan shake*”), «потисканням щиколотки» (“*ankle shake*”). Ще одну групу актуалізують тексти, що мають на меті подолати стрес як результат впливу ковіду на індивідів.

Виявлено, що залучення невербальних засобів для репрезентації проблеми безпечного дистанціювання при COVID-19 має потужний змістовий потенціал. У мультимодальних текстах, реалізованих сукупністю вербальних та невербальних модусів, що експлікують проксемічні обмеження, засвідчено різний ступінь взаємодії означуваних одиниць: превалювання; симбіотичного поєднання; повного чи часткового дублювання; підсилення змісту та семантики іншого компонента; контрастування.

Виокремлено три групи текстів малої форми на позначення проксемічних обмежень: мультимодальні тексти, до складу яких входять виключно невербальні складники (рисунок реальних та уявних подій, об’єктів тощо; фотофакти (світлина), що засвідчують певні процеси, явища, дії; мультимодальні тексти, доповнені одиницями виміру безпечної дистанції;

мультимодальні тексти, що поєднують вербальні та невербальні складники, останні з яких превалюють.

Зафіксовано низку семантично містких візуальних маркерів, що репрезентують безпечну відстань. Ідентифіковано серію зразків візуального дистанціювання у шість футів, в основі яких лежать предмети, використовувані реципієнтами в повсякденному житті та зображення яких визначають локальну прив'язаність до конкретного штату США. Декодування інформації таких невербальних засобів зрозуміле лише для потенційних адресатів (місцевих мешканців цих територій) з урахуванням соціокультурного контексту.

Ключові слова: мультимодальність, семіотичний ресурс, кінесика, проксеміка, персуазивність, комунікативна стратегія, адресант і адресат, перцептивність, вербальні та невербальні засоби, соціальні мережі, періодичні видання, текст малої форми, *COVID-19*, пандемічна лексика, структурна побудова.

SUMMARY

Furman O. M. Multimodal Means of Prevention Actualization in Short Texts (a Case Study of the English-Language COVID-19 Resources) – Qualifying Scientific Work as a Manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in Specialty – 035 "Philology". Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, 2024.

This research focuses on verbal and non-verbal methods of prevention actualization in short texts accounting for such parameters as structure, function, communication, and pragmatics of body language, communication tactics, and social distance. The corpus of English-language resources used in this research has been gathered by continually sampling electronic periodicals, websites of medical institutions, unions, and centers, public and administrative organizations, educational institutions, and popular social networks such as *Facebook, Instagram, Twitter, and Pinterest* on the topic of COVID-19.

The analysis results suggest that English-language short texts on the topic of COVID-19 are characterized by the multimodal semiotic resources, both verbal and non-verbal. These resources include pictograms, ideograms (such as mathematical symbols, numbers, hashtags, and ampersands), typographic signs, logos, emblems, maps, tables, charts, graphs, diagrams, photographs, illustrative images, emoticons, additional graphic means (such as arrows and lines), and specific graphic symbols (such as ticks and crosses), all coexisting in a single textual canvas.

The texts under analysis contain a variety of verbal and non-verbal means of prevention actualization, such as warning, request, advice, requirement, order, recommendation or prohibition. Their communicative and pragmatic aim is to inform the audience about the importance of preventive measures to effectively treat or avoid COVID-19 infection. It has been established that the combination of the analyzed multimodal means and their correlations require a rethinking of traditional approaches and the use of innovative methods to fully explore the structural, semantic, and functional potentials of the material.

After analyzing a corpus of medical texts, it was determined that short medical texts possess such differentiating features as information density, succinctness, persuasiveness, structural coherence, varied resources, and graphical compression. Within the research the texts can also be categorized into those that have a title, heading, and subheading, and those that lack them.

It has been noticed that English-language short texts on the topic of COVID-19 contain a variety of signs from different semiotic systems, including non-verbal ones with different placements on the page. Based on their structure, these texts can be classified into five types: heterographic, pictographic, verbally dependent, illustrative, graphic, and schematic. Depending on the location or placement of text components, the corpus under study contains texts that are vertically-linear, horizontally-linear, mixed (vertical-horizontal), circular, symmetrical, and asymmetrical. Clear structuring of the content in these texts is achieved through block representation of information.

According to the study, prevention is actualized by verbal actualization means, particularly by using verbs in the imperative mood, either in affirmative or negative form, which represent algorithms of correct actions or prohibitive instructions to avoid infection. The study has found out that the use of the full form of the imperative mood with the particle *"not"* enhances the emphatic nature of imperative constructions in the texts studied. Moreover, the study has established that prevention is explicitly expressed through representative verbalizers such as *"stay safe"*, *"keep you safe"*, *"protect"*, *"prevent"*, *"protect yourself"*, *"Coronavirus safe"*, *"Be COVID safe"*, and their synonyms.

It has been discovered that pictograms play a crucial role in representing preventive measures to stop the spread of coronavirus disease. These pictograms can be categorized into two types: verbally dependent (38%) and verbally independent (62%), with the latter being more prevalent. The analysis of the studied texts has helped to identify three groups of pictograms: those representing individuals, things, or objects; those representing behavioral actions; and those representing symptoms of coronavirus. These groups of pictograms generally represent the conceptual, subject,

or functional similarity of the phenomena denoted.

The pictographic segment is specific in its informative and illustrative nature in representing objects, phenomena, or actions. Pictograms are versatile and easy to decipher due to their pictorial characteristics. The research reveals that, in some cases, the same phenomenon, object, or process is represented by a series of graphically synonymous/antonymous pictograms. Through the analysis of syntactic features, it has been found out that round pictograms with clear outlines and polychrome ranges are the most prevalent.

It has been proven that short texts that use various multimodal means of communication, such as images and text, are multifunctional. They help readers understand the message, focus on key information, supplement the text, and provide information through their variability. The analyzed short texts are often characterized by the use of certain colors, such as blue, green, red, and yellow, as well as different fonts and sizes that serve an attractive and meaningful function. The analysis of the illustrative material has shown that they often use a combination of linguistic and non-linguistic signs, such as multimodal graphemes, multimodal lexemes, and multimodal syntactic constructions.

It has been discovered that kinetic, taciturn, and proxemic graphic markers play an active role in conveying the semantics of the preventive. The most commonly observed graphic marker is the kinema-gesture of an open palm with the words "*Stop COVID-19*" written on it, which is used to illustrate ways to prevent infection and encourage people to take precautions. Another important aspect of these texts is the use of ordinary people and healthcare workers portrayed as typical/non-typical superheroes, who use their gestures and movements to emphasize the importance of following safety guidelines during the pandemic.

The recommended way to prevent the spread of coronavirus is by avoiding tactile contact such as touching, hugging, kissing, shaking hands, etc. This is not only transmitted through the airborne droplets but also through fleeting touch. Some short texts feature tactile graphic markers and suggest alternatives to traditional ways of greeting such as "elbow bump", "foot shake", "Wuhan shake", and "ankle shake".

There are also texts that aim to reduce stress caused by the impact of COVID-19 on individuals.

The research has shown that using non-verbal means to depict the issue of safe distancing during the COVID-19 pandemic has a strong potential to convey meaning. Multimodal texts that involve both verbal and non-verbal modes to express physical distancing measures demonstrate varying degrees of interrelation among the different components. These include prevalence, symbiotic combination, full or partial duplication, reinforcement of content and semantics of another component, and contrasting.

There are three different types of short texts that refer to proxemic constraints. The first type is multimodal texts that only include non-verbal components such as drawings of real and imaginary events or objects, and photographic evidence of certain processes, phenomena, and actions. The second type is multimodal texts that provide units of measuring safe distance. The third type is multimodal texts that combine both verbal and non-verbal components, where the non-verbal components are prevalent.

A number of semantically capacious visual markers that represent safe distance have been identified. Based on objects commonly used by people in their everyday lives and which have a strong association with specific US states, a set of visual distancing patterns has been identified. However, understanding the meaning of these non-verbal cues is only possible for people familiar with the socio-cultural context of those states.

Keywords: multimodality, semiotic resource, kinesics, proxemics, persuasiveness, communication strategy, addressor and addressee, perceptuality, verbal and non-verbal means, social networks, periodicals, a short text, COVID-19, pandemic vocabulary, structural construction.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Фурман О. М. Диференційні ознаки сучасних англомовних текстів малої форми. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського: науковий журнал*. Серія «Філологія. Журналістика». 2021. Том 32 (71). № 2. Ч. 1. С. 230–236.

2. Фурман О. М. Засоби візуалізації дистантних позицій при COVID-19 в англомовних масмедійних текстах малої форми. *Науковий вісник гуманітарного ун-ту*. Серія «Філологія». 2023. № 62. С. 15–21.

3. Фурман О. М. Тракткування мультимодальності у сучасних лінгвістичних студіях. *Нова філологія: зб. наук. пр. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика»*, 2021. № 82. С. 315–320.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

Публікації в наукових періодичних виданнях інших держав

4. Фурман О. М. Архітектоніка і семантика складників англомовних масмедійних медичних текстів малої форми на тематику COVID-19. *Science and Education. A New Dimension. Philology*. 2021. IX (76). Issue: 260. Budapest, P. 23–26.

Тези доповідей на наукових конференціях

- Фурман О. М. Актуалізація семантики превентива в період пандемії в англомовних масмедійних медичних текстах. *Сучасна філологія: тенденції та пріоритети розвитку*. Одеса: Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2021. С. 98–101.

- Фурман О. М. Вербальні та невербальні засоби репрезентації COVID-19 в англомовних масмедійних інфографічних текстах. *Актуальні проблеми іншомовної комунікації: лінгвістичні, методичні та соціально-психологічні аспекти: зб. матеріалів IV Всеукраїнської наук.-метод. інтернет-конференції Луцьк*, 2021. С. 227–231.

- Фурман О. М. Графічна синонімія у сучасних англомовних мультимодальних масмедійних медичних текстах на тематику COVID-19. *Актуальні проблеми міжкультурної комунікації*: зб. матеріалів I Міжнародної наук.-практ. конференції. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2022. С. 97–101.
- Фурман О. М. Засоби репрезентації семантики превентива в англомовних медичних текстах малої форми. *Сучасні проблеми германського та романського мовознавства*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конференції. Рівне, 2021. С. 119–124.
- Фурман О. М. Засоби субституції графем у термінології COVID-19. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали XVII Міжнародній наук.-практ. конференції аспірантів і студентів», 16-17 травня 2023 року). Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2023. С. 314–317.
- Фурман О. М. Ключові підходи до дослідження піктограм (на матеріалі англомовних масмедійних медичних текстів малої форми). *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали XV Міжнародної наук.-практ. конференції аспірантів і студентів. Луцьк, 2021. С. 667–670.
- Фурман О. М. Піктограми як ключові семіотичні ресурси масмедійних медичних текстів малої форми на тематику COVID-19. *International scientific and practical conference «Philological Sciences and Translation Studies: European Potential»*: conference proceedings. Wloclawek: Baltija Publishing, 2021. P. 170–174.
- Фурман О. М. Роль графічних засобів у сучасних англомовних масмедійних текстах на тематику COVID-19. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*: матеріали X Всеукраїнської наук.-практ. конференції молодих науковців (19 травня 2023 р.) / упоряд.: М. Рожило, Н. Шульська. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. С. 241–244.
- Фурман О. М. Симбіоз вербальних та невербальних засобів в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику COVID-19. *Взаємодія журналістики, реклами та PR у сучасному медійному просторі*: матеріали Міжнародної наук. конф. в м. Ченстохова (Республіка Польща), 12-13 жовтня 2022 р. С. 42–46.

- Фурман О. М. Типи англомовних масмедійних текстів на тематику COVID-19. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: матеріали XVI Міжнародної наук.-практ. конференції студентів, аспірантів та молодих вчених.* Луцьк, 2022. С. 386–388.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРЕВЕНТИВА В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ НА ТЕМАТИКУ COVID-19	15
1.1 Ключові підходи до дослідження текстів малої форми та їх диференційні ознаки	15
1.2 Мультимодальність як характерна ознака сучасних англomовних текстів малої форми на тематику COVID-19	24
1.3 Способи та засоби актуалізації превентива в англomовних текстах малої форми на тематику COVID-19.....	37
1.4 Методологічний алгоритм дослідження превентива в англomовних текстах малої форми на тематику COVID-19.....	45
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	49
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНІ, СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ АКТУАЛІЗАЦІЇ ПРЕВЕНТИВА В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ НА ТЕМАТИКУ COVID-19	52
2.1 Архітекtonіка англomовних текстів малої форми на тематику COVID-19.....	52
2.2 Піктограми як ключові конститyенти англomовних текстів малої форми на тематику COVID-19	69
2.3 Функціювання мyльтимодальних лексем та мyльтимодальних синтаксичних конструкцій в англomовних текстах малої форми на тематику COVID-19.....	79
2.4 Функції семіотичних ресурсів в англomовних текстах малої форми на тематику COVID-19.....	86
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	90

РОЗДІЛ 3. НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ПРЕВЕНТИВА В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ НА ТЕМАТИКУ <i>COVID-19</i>	94
3.1 Кінесичні засоби актуалізації превентива в англomовних текстах малої форми на тематику <i>COVID-19</i>	94
3.2 Такесичні засоби актуалізації превентива в англomовних текстах малої форми на тематику <i>COVID-19</i>	112
3.3 Проксемічні засоби актуалізації превентива в англomовних текстах малої форми на тематику <i>COVID-19</i>	121
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	163
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	166
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	171
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	211
ДОДАТКИ	225
ДОДАТОК А. СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ	225
ДОДАТОК Б. ДОДАТКОВИЙ ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ.....	227
ДОДАТОК В. АНАЛІЗОВАНІ ЗРАЗКИ	252

ВСТУП

Глобальний вимір пандемії, спричиненої поширенням *COVID-19*, колосально вплинув на усі життєві цикли суспільства, заповонивши сучасний англomовний масмедійний простір та спричинивши появу інфомедії, що асоціюється зі швидким та далекосяжним поширенням інформації щодо коронавірусної інфекції. В умовах надзвичайних ситуацій, яскравим прикладом яких є світова епідемія, що масово уразила людей вірусом *COVID-19*, писемне мовлення виявилось чи не єдиним можливим і безпечним способом комунікації для цивілізації. Беручи до уваги той факт, що писемне мовлення розраховане на зорову перцептивність, сучасний масмедійний комунікативний простір послуговується допоміжними візуальними можливостями, розширюючи спектр засобів спілкування завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям. У період пандемії *COVID-19* застосування інфографіки як ефективного інструменту візуальної комунікації з цільовою аудиторією призвело до появи чисельної кількості текстів з семіотично гетерогенними складниками.

У період неспинного розвитку сучасних інформаційних технологій та викликів, пов'язаних з глобальними епідеміологічними кризами, англomовний масмедійний комунікативний простір відіграє важливу роль у формуванні здоров'язберігаючої компетентності людини. Вдале використання превентивного масмедійного контенту дає змогу підвищити рівень обізнаності суспільства щодо потенційних небезпек завдяки високовізуалізованому контенту. Симбіотичне використання лінгвальних та цифрових інструментів дає можливість сучасним медіа створити такий візуальний контент, що слугує потужним джерелом превентивної медичної інформації.

Аналіз зібраних інфографічних текстів виявив наявність у них мультимодальних ресурсів, що потребують усебічного вивчення. Актуальність обраної проблематики підтверджується й тим фактом, що у травні 2020 року лінгвісти у галузі семіотики у всьому світі об'єдналися, щоб розпочати проєкт

“*PanMeMic*” (Пандемічне значення взаємодії та спілкування), метою якого стало формування наукових парадигм, що ґрунтуються на спостереженні та фіксації змін у спілкуванні та взаємодії, спричинених *COVID-19* [203]. Реагуючи на глобальну епідемію, більшість закладів освіти, медичних установ та організацій створили тематичні розділи на своїх вебсайтах з метою інформування суспільства про перебіг поширення вірусу та його вплив на життя, зосередивши також увагу й на можливих шляхах запобігання зараження.

Пандемія *COVID-19* спричинила продукування значної кількості масмедійних текстів, що мали на меті інформаційно попередити та убезпечити життя людства від інфікування смертоносною хворобою. Неординарність та динамічність текстів малої форми на тематику *COVID-19* слугували вагомими підставами для їх докладного вивчення з урахуванням мультимодальних парадигм.

Дослідженню різних аспектів мультимодальності присвячені численні праці зарубіжних лінгвістів (Л. Ансворт [378–381], А. Арчер [205], Р. Барт [216–217], Дж. Беземер [267], Дж. Бейтман [220–221], А. Болдрі [207–210], М. Волш [389], А. Гіббонс [242], Г. К. Джевіт [263–271], Х. К. Джон [273], Г. Кресс [280–286], А. Лайонс [303], Дж. Лемке [291–294], В. Дж. Т. Мітчел [328–330], Н. Норгаард [337], С. Норріс [339], Ф. Серафіні [363], Х. Стокл [368], Г. Тонфоні [374], Ч. Форсвіл [237–238], М. А. К. Халлідей [248], К. О’Халлоран [340–351], Дж. Халл [256], М. Нельсон [356], К. Е. Питаш [354]).

Мультимодальність як лінгвальне явище аналізували й вітчизняні вчені (Т. О. Анохіна [1–2], І. М. Артамонова [3], І. А. Бехта [12–13], І. Л. Білюк [19 – 20], Я. В. Бистров [14], О. П. Воробйова [29; 387], О. О. Гаврилюк [16], Н. Я. Град [34], Н. О. Гудзь [35], Л. К. Гливінська [33], В. А. Єфименко [44–45], М. Р. Івасишин [51–52], М. А. Карп [54–55], Т. Г. Лук’янець [91; 302], Л. Л. Макарук [93–136; 304–320], І. Г. Мірошніченко [139] та ін.).

У сучасних лінгвістичних студіях дослідження взаємозв’язку вербальних та невербальних конститuentів здійснено у розвідках М. Р. Івасишин [51–52], В. Ю. Герус [31], А. О. Цапів [189] (на матеріалі англомовних коміксів),

Н. Є. Кащишин [56–58; 276] (у дипломатичному дискурсі), І. В. Ущатовської [173], (на зразках брендів кави), І. А. Бехти [12–13], М. А. Карп [54–55] (у літературних казках), І. Л. Білюк [19–20] (на прикладах брендингу міст), М. О. Кузнецової [81–82] (на матеріалах текстів жанру фентезі), Я. В. Бистрова [14], О. В. Білецької [15] (у художніх текстах), В. А. Єфименко [44–45] (на матеріалі казкових наративів), Л. В. Солощук [161–162] (на прикладах діалогічного дискурсу), Т. О. Білецької [16], О. О. Гаврилюк [16], Ю. І. Рогач [145] (у медіа), Т. А. Безуглої [9–10], О. Є. Ткачук-Мірошніченко [171] (у рекламному дискурсі), Т. А. Крисанової [77–78; 287–289], І. С. Шевченко [198] (у кінодискурсі), Ю. Дж. Сімармата [367], Н. В. Суастіні [367] (у постерах Уолта Діснея). Лише незначна кількість праць стосується окремих аспектів мультимодальності у масмедійних медичних текстах. Дослідження Л. Л. Макарук [93; 97; 101; 104; 110; 128; 132] присвячені масмедіа та англомовним текстам на тематику COVID-19. Л. А. Білоконенко використала мультимодальний підхід до аналізу полікодових текстів постерів із концептом «коронавірус» [18]. Однак, питання функціонування мультимодальних засобів, які репрезентують семантику та прагматику превентива в англомовних масмедійних медичних текстах, залишаються майже недослідженими.

Актуальність дослідження зумовлена загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних студій на вивчення англомовного масмедійного комунікативного простору на основі мультимодальних парадигм, опису вербальних і невербальних конститuentів із залученням структурно-семантичних, комунікативно-прагматичних та функційних параметрів. Важливість комплексного аналізу також зумовлена потребою розгляду мовних і позамовних явищ в англомовних масмедійних медичних текстах малої форми на тематику *COVID-19* в антропоцентричній парадигмі. Також постає необхідність пояснити механізми та прийоми впливу завдяки притаманним цим текстам засобам мультимодальності, усебічно обґрунтувати специфіку вербальних та невербальних складників як засобів об'єктивації семантики та прагматики превентива в аналізованих текстах.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана в межах комплексної науково-дослідної теми кафедри прикладної лінгвістики Волинського національного університету імені Лесі Українки «Функціонування мовних одиниць у когнітивно-дискурсивній парадигмі», затвердженої вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 9 від 2 березня 2011 року). Тему дисертації затверджено вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 15 від 24.12.2020 року) та уточнено вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 14 від 20.12.2023 року).

Мета роботи полягає в ідентифікації мультимодальних засобів актуалізації превентива в англomовних масмедійних медичних текстах малої форми та виявленні кореляції вербальних та невербальних складників крізь призму структурно-семантичних, комунікативно-прагматичних та функційних параметрів. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань:**

- узагальнити розмаїття наукових парадигм до вивчення невеликих за обсягом текстів та визначити диференційні ознаки англomовних текстів малої форми на тематику *COVID-19*;

- здійснити критичний огляд наукової літератури з проблем мультимодальності тексту та обґрунтувати категорійно-поняттєвий апарат дослідження вербальних та невербальних засобів актуалізації превентива в англomовних медичних текстах малої форми;

- з'ясувати сутність превентива як лінгвістичного поняття, схарактеризувати його функційну та комунікативно-прагматичну природу, виокремити семантичні різновиди превентива в аналізованих текстах, виявити вербальні та невербальні засоби експлікації превентива;

- дослідити архітектоніку аналізованих текстів;

- ідентифікувати мультимодальні засоби, що функціують в англomовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19*, проаналізувати їх

природу, структуру та семантику;

- схарактеризувати комунікативно-прагматичні параметри невербальних конститuentів, що репрезентують превентив в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19* в площині кінесици, такесици, проксемики;

- дослідити функційне навантаження немовних складників в означуваних текстах, окреслити характер їх взаємозв'язку з вербальними засобами, встановити взаємодію мультимодальних засобів актуалізації превентива в аналізованих текстах.

Об'єктом дослідження є англомовні мультимодальні тексти малої форми на тематику *COVID-19*.

Предмет дослідження становлять структурно-семантичні, комунікативно-прагматичні, функційні, кінесичні, такесичні й проксемічні параметри мультимодальних засобів актуалізації семантики та прагматики превентива в англомовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*.

Матеріалом дослідження слугували англомовні онлайн-ресурси: періодичні видання ("*BBC News*", "*CBC News*", "*CDC News*", "*CNN Health*", "*CTV News*", "*Forbes*", "*The Economic Times*", "*USA Today*"), вебсайти установ, центрів та спілок ("*American Red Cross*", "*Centers for Disease Control and Prevention*", "*European Centre for Disease Prevention and Control*", "*John Hopkins Medicine*", "*World Health Organization*"), громадських та адміністративних організацій ("*Broward County Organization*", "*Cecil County*", "*Global Disaster Preparedness Center*", "*Government of Canada*", "*NYC. City of New York*", "*Unicef*"), закладів освіти ("*University of Cambridge*", "*University of Oxford*"), соціальні мережі ("*Facebook*", "*Instagram*", "*Twitter*", "*Pinterest*") та ін., на сторінках яких репрезентовано превентивний контент на тематику *COVID-19* за 2020–2023 роки. Загалом корпус ілюстративного матеріалу складає 500 текстів малої форми на тематику *COVID-19*, відібраних методом суцільної вибірки в сучасному англомовному масмедійному комунікативному просторі.

Теоретико-методологічні основи дослідження складають парадигми мультимодальної лінгвістики з урахуванням структурно-семантичних, комунікативно-прагматичних та функційних підходів, які уможливають дослідження мультимодальних засобів актуалізації семантики та прагматики превентива в англомовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*.

Робота ґрунтується на здобутках візуальної лінгвістики (Б. С. Барнес [213], Р. Джейкоб [260], В. Мітчел [328–330]), мультимодальної лінгвістики (А. Болдрі [207–210], Дж. Бейтман [220–221], Дж. Вілдфер [221], К. Джевїт [263–271], К. Форсвіль [237–238], Л. Л. Макарук [93–136; 304–320]), прагмалінгвістики (Ф. С. Бацевич [6–8], А. В. Боцман [23], Т. Т. Врабель [30], С. І. Гулуєва [36]), графічної лінгвістики (О. В. Білецька [15], Я. В. Бистров [14], Р. А. Кросланд [230], Л. Л. Макарук [100–101; 115]).

Для усебічного вивчення обраної проблематики використано як загальнонаукові, так і конкретнонаукові методи. Для добору мультимодальних засобів, які функціують в англомовних текстах малої форми на тематику коронавірусної хвороби, застосовано *метод суцільної вибірки*. Для опрацювання теоретико-методологічного підґрунтя роботи використано *дефініційний аналіз*, що сприяв уточненню та генералізації понять, які слугували базисом подальших пошуків. На основі *методів індукції та дедукції, аналізу та синтезу* виявлено диференційні ознаки аналізованих текстів шляхом дослідження окремих одиниць, а також виявлених груп. *Описовий метод* слугував підґрунтям для обґрунтування та систематизації засобів, якими послуговуються продуценти досліджуваних текстів. *Кількісний аналіз* дозволив визначити продуктивність невербальних конститuentів аналізованих текстів. Комунікативно-прагматичне навантаження вербальних та невербальних конститuentів в аналізованих текстах виявлено на підставі *прагмасемантичного та контекстуального аналізів*. *Системно-функційний аналіз* був спрямований на виявлення функцій та залежностей вербальних та невербальних засобів, які експлікують превентив в досліджуваних текстах. Застосування інноваційного *методу графічної композиції* уможливило

ідентифікацію типів текстів та дослідження мультимодальних графем, лексем й синтаксичних конструкцій у площині мультимодальності. *Метод мультимодального синтаксису* використано для дослідження мультимодальних лексем та синтаксичних конструкцій, що сприяють випрацюванню цілком нових підходів до дослідження одиниць в сучасному англomовному комунікативному просторі, який успішно інтегрується в середовище текстів малої форми.

Наукова новизна полягає в тому, що мультимодальні засоби актуалізації превентива в англomовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19* ще не були предметом комплексного аналізу з урахуванням сучасних лінгвістичних парадигм. У роботі вперше виокремлено низку диференційних ознак текстів малої форми медичної тематики; ідентифіковано типи текстів з урахуванням превалюючого складника; окреслено специфіку піктограм, як провідних комунікативних сегментів; зафіксовано кілька тематичних груп піктограм, що експлікують превентив. Новаторським також вважаємо дослідження текстів малої форми на тематику *COVID-19* в кінесичній, такесичній та проксемічній площинах, які дотепер докладно вивчалися в царині усного мовлення.

Наукову новизну одержаних результатів узагальнюють такі **положення, що виносяться на захист**:

1. Англomовні масмедійні тексти малої форми на тематику *COVID-19* – це мультимодальні візуально-графічні конструкти, насичені гетерогенними семіотичними ресурсами, що покликані актуалізувати превентив.

2. Комунікативно-прагматичний потенціал мультимодальних засобів реалізується завдяки поєднанню вербальних та невербальних конститuentів, що по-різному корелюють між собою та виконують атрактивну, текстоформуючу та змістоутворюючу функції. Синтез вербальних та невербальних складників уможливорює різноманіття способів досягнення прагматичного ефекту досліджуваних текстів.

3. Диференційними ознаками англomовних масмедійних текстів малої

форми на тематику *COVID-19* є цілісність та зв'язність, стислість, інформативність, чіткість композиції, однозначність та точність викладу, візуальна атрактивність, прагматична спрямованість, мовна компресія.

4. Превентив – особливий тип виявлення інтенцій, який в аналізованих текстах має спеціалізований інвентар засобів вираження, що засвідчують і виявляють комунікативно-прагматичний потенціал застереження щодо небезпеки захворювання. В англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19* превентиву притаманна дифузність семантичної структури, що відображається у семантиці застереження, прохання, поради, вимоги, заборони, рекомендації, наказу чи персуазивності.

5. Англомовні масмедійні тексти малої форми, присвячені *COVID-19*, варіативні за своєю архітектонікою.

6. До невербальних засобів, що продуктивно використовують продуценти текстів, належать піктограми, ідеограми (математичні символи, цифри, амперсанд, хештег), типографічні знаки, логотипи, емблеми, мапи, таблиці, діаграми, графіки, схеми, світлини, зображення ілюстративного характеру, емотикони, додаткові графічні засоби (стрілки, лінії, риски, хвильки, блискавки), специфічні графічні символи (галочки, хрестики). В аналізованих текстах активно функціують мультимодальні графеми, що входять до складу мультимодальних лексем, мультимодальних синтаксичних конструкцій.

7. Ключовими засобами, які лежать в основі побудови досліджуваних текстів, є піктограми, яким притаманна універсальність, уніфікованість, синонімічність, антонімічність.

8. Вербальні та невербальні конституенти досліджуваних текстів можуть дублювати семантику один одного, доповнювати її або ж підсилювати. Деякі тексти, перенасичені знаками різних семіотичних систем, набувають ознак семіотично ускладнених, важкозрозумілих з огляду на декодування інформації та потребують високого рівня візуальної грамотності.

Теоретичне значення роботи полягає у тому, що результати дисертації сприяють стандартизації досліджуваних понять та диференційних ознак текстів

малої форми шляхом уточнення розуміння структурно-семантичного, комунікативно-прагматичного та функційного потенціалу мультимодальних засобів. Ідентифіковані характерні ознаки уможливили розширення існуючих парадигм у сфері невербаліки та мультимодальності завдяки кінесичному, такесичному та проксемічному вимірам досліджуваного матеріалу, зокрема його графічної площини.

Одержані результати аналізу мультимодальних засобів актуалізації превентива в англomовних текстах малої форми на тематику *COVID-19* слугують внеском у візуальну лінгвістику (лінгвістику семіотично ускладненого тексту); мультимодальну лінгвістику (дослідження симбіозу вербальних та невербальних засобів, що репрезентують феномен *COVID-19*); прагмалінгвістику (вивчення контекстуального значення невербальних складників, що породжуються продуцентами англomовних текстів малої форми для впливу на реципієнтів).

Практична цінність роботи полягає у тому, що досліджуваний матеріал увиразнює емпіричну базу мультимодальності та невербаліки та може бути використаним під час дослідження усного та писемного мовлення. Значущість основних положень дисертації полягає у можливості їх використання у процесі викладання таких курсів у сфері германістики: комунікативної лінгвістики прагмалінгвістики, візуальної лінгвістики, мультимодальної лінгвістики, графічної лінгвістики, соціолінгвістики, теорії мовної комунікації, а також у процесі підготовки словників, довідників та граматик, присвячених знакам та знаковим системам, у тому числі й піктограмам. Здобутками можуть послуговуватися медичні фахівці, журналісти, вчені-семіотики задля продукування ефективного інфографічного контенту.

Апробація результатів дисертації. Результати роботи представлено авторкою на таких науково-практичних конференціях: «Актуальні проблеми філології та лінгвістики – 2021» (Будапешт, Угорщина 2021); «Сучасні проблеми германського та романського мовознавства» (Рівне, 2021); «Актуальні проблеми іншомовної комунікації: лінгвістичні, методичні та соціально-

психологічні аспекти» (Луцьк, 2021); «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (Луцьк, 2021-2023); «Сучасна філологія: тенденції та пріоритети розвитку» (Одеса, 2021); «Philological Sciences and Translation Studies: European Potential» (Вроцлавек, Польща, 2021); «Актуальні проблеми міжкультурної комунікації» (Луцьк, 2022); «Взаємодія журналістики, реклами та PR у сучасному медійному просторі» (Ченстохова, Польща, 2022); «Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи» (Луцьк, 2023). Основні положення дисертації щосеместрово обговорено на засіданнях кафедри прикладної лінгвістики та щорічно на засіданнях вченої ради факультету іноземної філології Волинського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 2020-2023).

Публікації. Основні положення та результати дослідження викладено у 14 одноосібних публікаціях, серед яких 3 наукові статті у фахових наукових виданнях України, 1 стаття у зарубіжному спеціалізованому виданні, 10 тез доповідей на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях. Загальний обсяг публікацій, присвячених темі дослідження, становить 3, 86 друк. арк.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу та додатків. Загальний обсяг роботи становить 283 сторінки, основний текст дисертації – 170 сторінок.

У **Вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми дослідження, сформульовано його мету та завдання, окреслено об'єкт, предмет, матеріал та методологічний апарат наукового пошуку, розкрито наукову новизну, сформульовано основні положення, винесені на захист, теоретичне й практичне значення отриманих результатів, наведено відомості щодо апробації результатів дослідження, перераховано основні публікації автора, описано структуру дисертації.

У першому розділі «Теоретичні передумови дослідження превентива

в англомовних текстах малої форми на тематику COVID-19» розглянуто дискусійні питання щодо дефініцій текстів малої форми та їх обсягу, окреслено диференційні ознаки англомовних текстів малої форми на тематику COVID-19 та обґрунтовано поняття мультимодальності як характерної ознаки досліджуваних текстів. Визначено способи та засоби актуалізації превентива в аналізованих текстах. У цьому ж розділі описано методологію дослідження та обґрунтовано вибір загальнонаукових та лінгвістичних методів.

У другому розділі **«Структурні, семантичні та функційні особливості актуалізації превентива в англомовних текстах малої форми на тематику COVID-19»** викладено аналіз структури досліджуваних текстів, окреслено спектр засобів, їх диференційні ознаки, симбіоз та семантичне навантаження. Обґрунтовано доцільність використання піктограм, їх типи, роль та варіативність. Висвітлено нові типи лексем та синтаксичних конструкцій, що мають статус мультимодальних. Окреслено функції вербальних та невербальних конститuentів англомовних текстів малої форми на тематику COVID-19.

У третьому розділі **«Невербальні засоби актуалізації превентива в англомовних текстах малої форми на тематику COVID-19»** зосереджено увагу на невербальних засобах репрезентації інформації в аналізованих текстах. З'ясовано, що важливу роль відіграють графічні кінесичні засоби, покликані привернути увагу реципієнтів до проблеми COVID-19 та у сконденсованій формі репрезентувати застереження. Докладно схарактеризовано інструменти такесики у графічному вимірі, мета яких транслювати аудиторії усі можливі небезпеки й вплинути на її поведінку та дії. Висвітлено проксемічні маркери в графічній площині, їх види, семантику та шляхи сполучуваності. Зосереджено увагу на міжкультурному аспекті проксеміки.

У **Висновках** презентовано основні теоретичні та практичні результати дослідження, сформульовано перспективи подальших наукових пошуків.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРЕВЕНТИВА В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ НА ТЕМАТИКУ *COVID-19*

1.1 Ключові підходи до дослідження текстів малої форми та їх диференційні ознаки

Лінгвістика ХХІ століття характеризується спрямованістю на вивчення цілісності й зв'язності текстів малої форми, їх структурно-функційних та комунікативно-прагматичних параметрів. Ураховуючи специфіку досліджуваних текстів, їх справедливо вважають найзатребуванішими та найдоступнішими у плані писемного спілкування. Значна увага суспільства до масмедіа, у тому числі й періодичних видань та соціальних мереж, можливості яких часто обмежені кількістю використовуваних символів, сприяє популяризації текстів малої форми як легкодоступного джерела інформації. Інтенсивний та динамічний розвиток суспільства, його діджиталізація та мобільність спричинили появу значної кількості текстів, які характеризуються лаконічністю та експресивністю і в той же час інформативністю та множинністю вербальних та невербальних засобів, що й привертає увагу лінгвістів та потребує усебічного аналізу.

Сучасні тенденції текстотворення свідчать про прагнення до скорочення обсягу тексту зі збереженням діапазону інформаційного поля. Компресія текстового простору досягається шляхом симбіозу знаків різної природи. Дослідженню текстів малої форми у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці присвячено низку праць, що сфокусовані на аналізі загадок, прислів'їв, анекдотів, жартів, коротких оповідань, коміксів, біблеїзмів, прогнозів погоди, інструкцій, оголошень, рецептів, афоризмів, автобіографій, малоформатних казок, а також невеликих за обсягом притч, новел, міфів тощо. Однак і дотепер маловивченими залишаються питання витоків, особливостей генезису, поглиблення концептуально-теоретичних узагальнень щодо аналізу текстів

малої форми, систематизації їх семантичних, структурних і функційних особливостей.

У сучасній лінгвістиці існує значна кількість різних термінів на позначення невеликих за обсягом текстів. Так, Д. В. Заєць [49], О. Б. Каневська [53], І. К. Кобякова [62], послуговуються поняттям «малі жанри», О. В. Бабенко [4], Л. Т. Кияк-Редькович [60–61], Л. Р. Кузнецова [81], А. О. Кузьменко [83] – «малоформатний текст»; В. А. Дмитренко [40], Л. С. Козуб [64–65], К. І. Панченко [141], Л. І. Тараненко [166–170; 371] – «тексти малої форми»; С. І. Гулуєва [36], К. С. Ломоносова [90], – «малі тексти»; К. І. Кубишкіна [80] – «малі епічні жанри»; С. В. Ленська [85] – «малі епічні форми»; К. С. Ломоносова [90] – «міні-тексти»; Дж. Еллен [233], К. О. Рябова [147] – «мікротексти»; І. О. Денисюк [37], С. В. Ленська [86–87], У. В. Соловій [160] – «мала проза», «коротка проза», Н. І. Зикун [50] – «малі жанрові форми»; І. Г. Мірошниченко [139], О. І. Панченко [142], К. Ю. Шевчик [142] – «стислий текст»; Г. Е. Бейтс [222], О. Б. Дерикоз [38], Ф. Інграм [259], Ч. Мей [323], П. Марч-Расел [321], В. Патеа [353], М. Скофілд [360], І. Рейд [359], С. Фергюсон [235], Д. Хед [250], А. Хантер [257], М. В. Шувалова [199] – «short story», Н. О. Висоцька [26] – «тексти-примітиви», О. М. Образцова [140] – «мінімальний текст», О. М. Гінда [32], Г. С. Дзись [39] – «прозова мініатюра», Н. М. Прокопенко [144] – «малі текстові форми», О. В. Багацька [63], М. Ю. Ковальова [63] – «короткі оповідання» тощо.

Вдаючись до еволюції означеного питання, зауважимо, що кінець ХІХ – початок ХХ століття характеризується появою значної кількості творів малої прози. Чимало авторів експериментували з текстом, поєднуючи вірші і прозу. Збільшення кількості періодичних видань сприяли також розвитку малої форми прози, адже короткі есе та нариси із задоволенням сприймалися читацькою аудиторією.

Звернемо увагу на дефініції понять, якими послуговуються сучасні дослідники на позначення малих текстових форм та одну з їх вагомих диференційних ознак – обсяг. Так, К. С. Ломоносова стверджує, що «міні-

тексти – це зафіксовані на письмі продукти мовленнєвої діяльності, що характеризуються інформаційною насиченістю, лаконізмом, комунікативною завершеністю, компресією та виразністю мовних засобів» [90, с. 3].

У різні періоди літературознавці зараховували до малої форми прози тексти обсягом від 2000 до 9000 знаків. У сучасному вебсуспільстві малу форму прози науковці трактують як текст «завбільшки з екран», тобто той, який не вимагає при читанні з монітора вертикальної прокрутки. Звісно, що такий підхід не можна вважати пріоритетним, ураховуючи відмінності у форматі тексту при читанні з монітора та його друкованому паперовому варіанті. Межі допустимого обсягу тексту малої форми наразі залишаються нечіткими. Р. Ф. Флеш зазначає, що саме від кількості лексем у реченні і складів з розрахунку на кожні 100 одиниць залежить те, як розуміють тексти [236].

Поліфонічність бачень щодо обсягу текстів малої форми спостерігаємо й у поглядах В. А. Дмитренко та Л. М. Григор'євої, які стверджують, що комічний афоризм, анекдот, загадка, лимерик, міні-казка та прислів'я відрізняються від інших текстів малої форми архітектонікою, стандартністю композиційної моделі, простими синтаксичними конструкціями та меншим обсягом (в середньому 3-10 рядків тексту, що не перевищує 1-2 абзаци) [40, с. 83]. Л. С. Козуб пропонує визначати приналежність текстів до малоформатних за кількістю лексем у них [65, с. 6]. І такий підхід вважаємо цілком виправданим. Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що обсяг текстів малої форми переважно варіюється від невеликої кількості знаків до сторінки друкованого тексту формату А4.

Продовжуючи теоретичний екскурс означеного питання зазначимо, що більшість науковців наголошують на очевидній спільній ознаці усіх текстів малої форми – невеликому обсязі. Водночас, учені фокусують увагу на ключових та характерних параметрах текстів досліджуваного різновиду. У. В. Соловій зазначає, що тексти «малої прози» з мінімальним обсягом мовного матеріалу покликані створити відповідний психологічний фон розгортання подій, передати динамізм, незвичайність ситуації, почуття і

дії [160, с. 5].

Дж. Еллен вважає, що мікротекст – це короткий за розміром, напівструктурований та граматично неформальний текст [233, с. 32]. Лінгвіст зазначає, що мікротекст має три основні характеристики: текст малого формату, зазвичай 1-2 речення, але можливо навіть одна лексема; текст, написаний у неформальному стилі, невідредагований, у ньому не можна прослідкувати граматичні особливості; він також характеризується розмовним стилем, наявністю орфографічних помилок, незвичною аббревіацією та акронімією; це одноструктурний текст, який може містити додаткові метадані (час або авторство) [233, с. 329].

Наявність поліфонії термінів на позначення текстів малої форми є природньою, адже під час обґрунтування диференційних ознак цих текстів їх фундатори використовують різні критерії. Тому, предметом дискусійного обговорення серед вітчизняних і зарубіжних вчених залишається не лише дослідження цих понять, а й можливих досліджуваних параметрів.

Так, К. С. Ломоносова вивчає жанрові та лінгвальні особливості міні-текстів, функційно-комунікаційну систему малих текстових форм у масмедіа [90]. К. І. Панченко вивчає використання експресивних засобів в англомовних текстах малої форми [141]. Л. С. Козуб висвітлює особливості використання експресивних засобів в англомовних текстах малої форми та соціолінгвальні особливості просодичної організації тексту англійської комерційної телереклами [64]. Н. М. Прокопенко фокусується на специфіці малих текстових форм гумористичного дискурсу [144]. Праці Н. В. Захарової присвячені вивченню композиційної організації та структурно-типологічних особливостей загадок як різновиду текстів малої форми. Л. Т. Кияк-Редькович досліджує структурно-семантичні та прагматичні особливості креолізації малоформатних текстів дитячої літератури, аналізуючи їх у трьох вимірах – лексичному, синтаксичному та композиційному [61]. Апелюючи до композиційного аналізу, авторка звертає увагу на їх прагматичний потенціал, який реалізується завдяки поєднанню тексту і зображення. А. В. Боцман розглядає англомовні тексти-

інструкції лікарських препаратів з урахуванням їх структурно-семантичних та прагматичних параметрів [23]. Загальновідомо, що головне у мові медицини – адекватно й достовірно передати інформацію, використовуючи при цьому максимально спрощені схеми та моделі.

Як бачимо, характерними ознаками текстів малої форми є образність, символічність, стислість, інформаційна місткість, розмовна спрямованість, зосередженість на дрібних деталях, тематичність, довершеність сюжетної структури. У цьому ракурсі підтримуємо О. І. Панченко та К. Ю. Шевчик у тому, що стислість – це структурно-семантична «щільність» тексту з мінімальною формальною структурою та максимальним смисловим наповненням [142, с. 9].

І. Г. Мірошніченко зазначає, що «стиснення» тексту відбувається за рахунок мовної компресії, під якою розуміють передачу певного обсягу інформації з використанням «стислих» мовних одиниць, що мають однакове інформаційне навантаження порівняно зі схожими повними, розгорнутими формами [139, с. 53]. У результаті з'являється текст, за своєю формальною структурою коротший, ніж він міг би бути без застосування прийомів мовної компресії. Текст, що виникає внаслідок використання таких прийомів, дослідниця вважає «стислим текстом», який сприймають як вторинний, похідний, утворений завдяки цілеспрямованій діяльності продуцента. У ньому використовують різноманітні прийоми і засоби для спрощення його структури та конденсації інформації. Для текстів такого типу характерні мовні одиниці різних рівнів, які обираються продуцентом із синонімічного ряду за принципом лаконічності та структурної згорнутості [139, с. 53].

Ураховуючи зазначене вище, маємо підстави стверджувати, що тексти малої форми в масмедійному просторі характеризуються формальною, змістовою самодостатністю, тематичною визначеністю, завершеністю, цілісністю, особливою прагматичною спрямованістю, високою інформаційною насиченістю, візуальною атрактивністю та є легко запам'ятовуваними.

Ефективність комунікації при цьому реалізується завдяки мовній

економії, що ґрунтується на вилученні надлишкових, зайвих елементів формальної структури та поданні інформації за допомогою найлаконічніших лексичних, граматичних, стилістичних та графічних засобів. Таким чином, є підстави стверджувати про наявність потужного інструментарію для створення інформативно-містких малоформатних текстів.

Л. І. Тараненко схильна вважати, що у комунікативному аспекті текст малої форми набуває певних специфічних ознак: компактності стилістичних прийомів і засобів виразності, лаконічності й логічності викладу етичної ідеї, відсутності надлишкової інформації, простоти композиційної будови, які й забезпечують його лапідарність [166, с. 9].

Будучи за своєю природою поліфункційними та політематичними, малоформатні тексти попередньо вивчали у лінгвостилістичному, лінгвокогнітивному, лінгвопрагматичному та лінгвосинергетичному аспектах. Тексти малої форми характеризуються контекстуальністю, змістовою, комунікативною і структурною цілісністю, тематичною визначеністю, завершеністю, семантичною самодостатністю, модальністю і особливою прагматичною функційністю. У них чітко диференціюється початок і кінець, прослідковуються текстові категорії, що «відображають найсуттєвіші закономірності їх творення та репрезентації» [158, с. 18]. Однак у них іноді нечітко виражені структурно-композиційна й образна когезія (на відміну від стилістичної і ритмічної зв'язності), членування тексту, структурність, інтертекстуальність, лінійність та інші текстові категорії.

Аналізуючи тексти малої форми, науковці приділяють велику увагу поняттю *інформативної насиченості*. Структура малоформатних текстів ґрунтується на такому обсязі інформації, якого буде достатньо для їх інформативності. У зв'язку з тим, що кількість знаків у таких текстах обмежена, виникає необхідність ретельного добору засобів доречно використаних засобів, які сприятимуть стислості викладу й одночасно забезпечуватимуть цілісність, зв'язність, завершеність і модальність малих текстових форм. Інформативність текстів малої форми досягається завдяки підтекстовій інформації, яка

забезпечується додатково маркованими мовними засобами: відхиленням від стандартного функціонування мовних засобів, що призводить до порушення певних текстових структур; вживанням окремих одиниць тексту в нестандартних позиціях; використанням мовних засобів без видимих порушень вербальних норм, але з певною комунікативною перенасиченістю тощо [158, с. 88].

К. І. Панченко зазначає, що текст малого формату, деталізація якого з легкістю прослідковується, диференціюється відокремленістю, інтертекстуальністю, особливою прагматичною функційністю, формальною та семантичною самодостатністю, тематичною визначеністю та завершеністю [141]. Завдяки стислості малоформатних текстів маємо підстави говорити про можливість варіювання засобами, що входять до їх складу. Лінгвісти виокремлюють два види мовної варіативності: внутрішню і зовнішню.

В. А. Дмитренко та Л. М. Григор'єва зазначають, що тексти малої форми мають певну структурно-інваріантну організацію. На прикладах текстів анекдотів автори виокремлюють заголовок і три блоки: інтродуктивний (вступний), комплікативний (той, що розкриває тему, наведену в інтродуктиві) та експлозивний (той, що несе основне інформативне навантаження анекдоту). У таких текстах структура варіюється за рахунок використання факультативних елементів. Під зовнішньою організацією текстів малої форми лінгвісти розуміють структурно-композиційну побудову, а під внутрішньою – специфіку організації змісту повідомлюваного, його смислового розгортання, взаємодію між окремими частинами тексту [40].

Зовнішня варіативність актуалізується у зовнішній організації текстів малої форми та характеризується наявністю іконічних засобів. Внутрішню варіативність пов'язують з вибором мовних засобів. Завдяки внутрішній варіативності з'являється можливість урізноманітнити виклад інформації в кожному окремому тексті. Важливим при вивченні текстів малої форми є опис мовних та немовних засобів і їх основних функцій, які залежно від ситуації

використовують продуценти для досягнення поставленої мети.

Тексти малої форми, незалежно від виконуваної ними функції, повинні зацікавити реципієнтів, вплинути на них завдяки зрозумілості та доступності. До прикладу, зазначимо, що у цьому аспекті до текстів малої форми, що виконують інформативну функцію, належать: оголошення, інструкції, прогнози погоди, інтерв'ю, реклама, листи, блоги, які, залежно від змісту тексту, транслюють об'єктивну інформацію про предмет, явище, або ту чи іншу особу. Текстам листів, блогів, афоризмів притаманна соціально-регуляторна функція, адже вони забезпечують оптимізацію процесу адаптації людей у суспільстві, соціальному середовищі.

Оскільки тексти малої форми є зафіксованими продуктами мовленнєвої діяльності комунікантів та результатом їх взаємодії у різних ситуаціях, вони виконують комунікативно-прагматичні функції. Перевагою текстів такого типу є можливість для автора варіювати емоційний наголос на різних знакових системах, обираючи в певному контексті той чи інший елемент залежно від його прагматичної спрямованості. Функційні особливості текстів малої форми залежать від цілей їх продуцента та каналів, якими їх транслюють. Розмитість жанрових рамок текстів малої форми зумовлює той факт, що іноді складно визначити їх приналежність до певного жанру, тому спостерігаємо так звану конвергенцію жанрів.

Зростання інтересу до дослідження малоформатних текстів, ефективність впливу яких залежить від вдалого поєднання кодів різних знакових систем, зумовлене їх полісеміотичним характером, синтезованістю складників. Отже, інформація у таких текстах має бути виражена стисло для швидкої перцептивності та реагування. Мета текстів малої форми – інформування про актуальні події та здійснення впливу на реципієнта за допомогою низки засобів.

Ступінь експресивності та емотивного забарвлення тексту малої форми залежить від вибору засобів, що входять до його складу. Тексти малої форми характеризуються мовною економією, що покликана ущільнити великий потік інформації. Інформаційна компресія є одним із способів підсилення

інформативності одиниць, що сприяє спрощенню тексту та його стислості задля збереження бажаного обсягу інформації з мінімальним використанням доступних засобів.

Текстам малої форми властива семантична самодостатність, тематична визначеність, специфічна прагматична спрямованість. Як бачимо, їм притаманні ті ж самі характеристики, що й текстам великого формату: когезія, когерентність, інформативність, ситуативність, інтертекстуальність. Єдиною відмінною ознакою таких текстів є їх обсяг.

Тексти малої форми переважно прагматично-орієнтовані. Завдання адресантів полягає в створенні таких текстів, що відповідатимуть критеріям інформативності, читабельності, цілісності, доступності, а також переконливості. Обмежений текстовий простір змушує продуцентів використовувати мінімум мовних засобів. Водночас, стислість текстів малої форми вимагає додаткових стратегій в доборі засобів їх творення, причому не лише вербальних. Виходячи з вищезазначеного, вибір засобів репрезентації інформації особливо важливий при створенні текстів малої форми.

Лімітованість текстового простору зумовлює потребу в пошуку гетерогенних ресурсів, що генерують різні способи представлення інформації, в тому числі й в англомовних медичних текстах малої форми, що перебувають у фокусі нашої уваги. Вони підлягають опису та ідентифікації основних функцій засобів, завдяки яким їх актуалізовано, шляхом попередження читачів про небезпеку захворювання й задля здійснення позитивного впливу на їх психоемоційний стан. Незважаючи на те, що такі тексти обмежені за обсягом і мають на меті передати максимум інформації мінімальною кількістю засобів, цього критерію не завжди дотримано, оскільки на основі досліджуваного корпусу ілюстративного матеріалу маємо підстави стверджувати, що незначний відсоток текстів інформаційно перенасичені кількістю ресурсів, що відповідно, дозволяє класифікувати їх як малоефективні, складні для читання, які не викликають інтересу та легко зникають з поля зору в об'ємному інформаційному потоці.

Ураховуючи обраний матеріал дослідження, зазначимо, що чимало масмедійних текстів медичної тематики відповідають критеріям малоформатності. З очевидних причин кількість означуваних текстів значно збільшилася упродовж останніх трьох років у зв'язку з пандемією *COVID-19*. Значному сегменту означених медичних текстів характерна композиційна чіткість (лаконічність), точність викладу, логічність, семіотична дивергенція, блокове представлення інформації, високий ступінь візуалізації, превалювання невербальних складників над вербальними. Кількість знаків, за допомогою яких їх сформовано, варіюється від 50 до 2791 (Додаток В, рис. В 1).

Беручи до уваги означені параметри та цільове призначення аналізованих текстів, зазначимо, що саме у них, на нашу думку, успішно експліковано усі можливі засоби та способи превентива задля запобігання поширенню коронавірусної інфекції. Це досягається завдяки симбіозу доступного інвентарю, що здатний коротко і зрозуміло графічно унаочнювати складні концептуальні явища і процеси. Особливість цих текстів полягає в можливості швидко ознайомитися з повідомлюваним і належним чином зреагувати. Найчастіше це актуалізується завдяки графічному мінімалізму зображального характеру, невеликому за обсягом вербалізованому складнику, що свідчить про успішну реалізацію явища мовної економії за рахунок немовних засобів.

1.2 Мультиmodalність як характерна ознака сучасних англомовних текстів малої форми на тематику COVID-19

Сьогодні характеризується бурхливим розвитком новітніх цифрових технологій, що впливає на характер комунікативного простору та відображається у сучасному мовознавстві тенденцією до поліпарадигмальності. Візуалізація, естетичність та різноманітні засоби унаочнення – це ті параметри, які притаманні сучасним англомовним масмедійним текстам малої форми, що функціують на сторінках періодичних видань, у соціальних мережах, на вебсайтах. Інтегрованість різних семіотичних ресурсів, взаємодія вербальних та

невербальних компонентів у сучасному комунікативному просторі свідчать про його мультимодальний характер.

Найпоширенішим джерелом інформації в масмедіа є мультимодальні тексти (англ. *multimodal*, від лат. *multum* – багато і *modus* – міра, спосіб), які мають складний та гетерогенний семіотичний характер, симбіоз яких уможлиблює їх полівекторне декодування. Інформація в мультимодальних текстах закодована одразу кількома модусами, або режимами, – природною мовою (вербальним компонентом) та іншими знаковими системами (аудіальною, кінесичною, такесичною, проксемічною тощо). У мультимодальних текстах лексеми виразняють шрифтовими варіаціями, анімаціями тощо. Закономірно, що мультимодальний характер комунікації, властивий сферам політики, освіти, медицини, мистецтва, культури, призвів до появи низки наукових розвідок у царині психології, філософії, культурології, мовознавства, зокрема у лінгвосеміотиці та привернув увагу багатьох вчених.

На теренах зарубіжжя мультимодальність досліджують Л. Ансворт [378–381], А. Арчер [205], Д. Н. Аїланда [206], Р. Барт [216–217], Дж. Беземер [267], Дж. Бейтман [220–221], Н. О. Бернсен [228], А. Болдрі [207–210], М. Волш [389], А. Гіббонс [242], Р. Іедема [258], Г. К. Джевіт [263–271], Х. К. Джон [273], Дж. Кресс [280–286], А. Лайонс [303], Дж. Лемке [291–294], Т. ван Люен [382–386], В. Дж. Т. Мітчел [328–330], М. Нельсон [356], Н. Норгаард [337], С. Норріс [339], К. Е. Питаш [354], Ф. Серафіні [363], Р. Сколлон [361], Х. Стокл [368], Г. Тонфоні [374], Ч. Форсвіл [237–238], Дж. Халл [256], М. А. К. Халлідей [248], К. О'Халлоран [340–350] та ін.

У вітчизняній лінгвістиці в мультимодальному ракурсі працюють Т. О. Анохіна [1–2], І. М. Артамонова [3], І. А. Бехта [12–13], І. Л. Білюк [19–20], Я. В. Бистров [14], О. П. Воробйова [29; 387], О. О. Гаврилюк [16], Н. Я. Град [34], Н. О. Гудзь [35], Л. К. Гливінська [33], В. А. Єфименко [44–45], М. Р. Івасишин [51–52], М. А. Карп [54–55], Н. Є. Кашишин [56–58; 276], Т. А. Крисанова [77–78, 288–289], Ю. В. Літкович [27; 88–89], Т. Г. Лук'янець [91; 302], Л. Л. Макарук [93–136; 304–320], І. Г. Мірошниченко [139],

Т. П. Семенюк [151–155; 362], А. О. Цапів [189; 375–377] та ін.

У працях зазначених вчених висвітлено сутність мультимодальності та схарактеризовано особливості мультимодальної репрезентації інформації. Мультимодальні дослідження передбачають вивчення усіх форм і засобів комунікації та стосуються текстів, у яких інтегровано два або більше семіотичних ресурси, що належать до різних знакових систем.

У сучасних лінгвістичних студіях частково здійснено мультимодальний аналіз англomовних коміксів (М. Р. Івасишин [51–52], В. Ю. Герус [31]), текстів дипломатичної тематики (Н. Є. Кащишин [56–58; 276]), інфографічних текстів (на матеріалі ресурсів, присвячених *COVID-19* (Л. Л. Макарук [93; 97; 101; 104; 110; 122; 127], Т. П. Семенюк [155; 362])), масмедіа (Т. О. Білецька [16], О. О. Гаврилюк [16], Л. Л. Макарук [93–136; 304–320], Ю. І. Рогач [145], Т. П. Семенюк [151–155; 362]); брендів кави (І. В. Ущаровська [173]); літературних казок (І. А. Бехта [12–13], М. А. Карп [12]); казкових наративів (В. А. Єфименко [44–45], А. О. Цапів [189; 375–377]); брендингу міст (І. Л. Білюк [19–20]); текстів жанру фентезі (М. О. Кузнецова [82]); художніх текстів (Я. В. Бистров [14], О. В. Білецька [15]); діалогічного дискурсу (Л. В. Солощук [161–162]); рекламного дискурсу (Т. А. Безугла [9–10], О. Є. Ткачук-Мірошниченко [171]); кінодискурсу (Т. А. Крисанова [77–78; 287–288], І. С. Шевченко [197–198]); постерів Уолта Діснея (Д. П. Ека Пратіві, Ю. Дж. Сімармата, Н. В. Суастіні [367]).

Актуальність тематики також пояснюється появою у світовому науковому просторі значної кількості лінгвістичних студій, присвячених мультимодальності. Слід звернути увагу на те, що на різних ареалах планети активно функціують інститути, лабораторії, проводяться форуми, семінари, симпозіуми, конференції, орієнтовані на дослідження мультимодальної інтеракції. Яскравим прикладом є програма “*Multimodality Talk Series*” [334], онлайн-майданчик для дослідників мультимодальності усього світу, що працює у тандемі з онлайн-воркшопами “*The Bremen-Groningen Online Workshops on Multimodality*” [372], які стали продовженням бременських конференцій,

присвячених мультимодальності в Університеті Бремена, Німеччина (2014–2019 pp.). Онлайн-платформи “*The UCL Visual and Multimodal Research Forum*” [373], “*Multimodal Analysis Lab*” [333] мають на меті забезпечити простір для діалогу та співпраці лінгвістів-дослідників з метою розвитку міждисциплінарних мультимодальних досліджень. Більше того, проєкт “*PanMeMic*” (*Pandemic Meaning Making of Interaction and Communication*) створений з метою розвитку лінгвістичних досліджень та вивчення змін мультимодальної комунікативної взаємодії, спричинених *COVID-19* [352]. Британське видавництво *Routledge* [357] опублікувало серію книг, присвячених мультимодальності: “*The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*”, “*Multimodal Studies*”, “*Exploring Issues and Domains*” (за ред. К. О’Халлоран, Б. А. Сміт), “*Working with Multimodality. Rethinking Literacy in a Digital Age*” (автор Дж. Ровсел), “*Multimodal Theory and Methodology for the Analysis of (Inter)action and Identity*” (автор С. Норпик), “*Multimodal Stylistics of the Novel. More than Words*” (автор Н. Норгаард), “*Multimodality in Practice Investigating Theory-in-Practice-through-Methodology*” (автор С. Норпик), “*New Perspectives on Narrative and Multimodality*” (за ред. Р. Пейдж [336; 357]) тощо.

Апелюючи до витоків мультимодальності як лінгвістичного феномену, зазначимо, що вони сягають кінця ХХ століття. Удаючись до термінологічних тонкощів, зазначимо, що термін «мультимодальність» уведено до наукового вжитку австралійським лінгвістом британського походження М. А. К. Халіддеєм, якого вважають засновником системно-функційної лінгвістики та системно-функційної граматики. Перші ґрунтовні дослідження мультимодальності асоціюються з іменами англійських науковців Г. Кресса та Т. ван Люена, які у своєму доробку “*Reading Images – the Grammar of Visual Design*” стверджували про значимість візуальної репрезентації ідей та розглянули зображення як форму комунікації й частково описали яким чином продуценти візуальної інформації можуть сконфігурувати модальність того, що вони мають на меті висловити [286].

Слід також наголосити, що в ХХІ ст. у лінгвістиці відбувається перехід

від аналізу однієї семіотичної системи, якою є мова, до вивчення кількох (тексто-аудіо-візуальної). Варто зауважити, що термін *мультимодальність* вживають у вузькому значенні на позначення об'єкта напряму дослідження та у широкому значенні – методології, наукової парадигми, окремого напряму лінгвістичних досліджень – мультимодалістики.

Значний інтерес до цього лінгвістичного явища підтверджується різноманітням термінологічного апарату: окрім, мультимодальності (Дж. Бейтман [220–221], Дж. Віддфер [221], Л. Л. Макарук [93–136; 304–320] та інші вчені) на позначення цього феномену лінгвісти використовують терміни «креолізація» (З. Р. Батринчук [5], Т. А. Безугла [9–10], К. М. Білик [17], В. Ю. Герус [31], О. В. Завадська [46], І. С. Загазей [47], Л. Т. Кияк-Редькович [60–61], М. А. Костенко [74]), «полікодовість» (Т. А. Безугла [9–10], Л. А. Білоконенко [18], Д. М. Добровольська [41], І. М. Колегаєва [66], Ю. В. Кононець [72], М. О. Кузнецова [82], Н. І. Лютянська [92], В. В. Марченко [137], М. О. Нікитюк [139], Ю. І. Рогач [145], О. В. Сподарик [164] та інші).

Чимало праць присвячено проблемі диференціації термінів «мультимодальний», «креолізований», «полікодовий» (О. В. Завадська [46], Л. Л. Макарук [109; 111; 114; 131], І. Г. Мірошніченко [139]). Водночас слід зазначити, що відсутність чіткого розмежування понять *мультимодальність*, *креолізованість* та *полікодовість* пояснюється тим, що деякі науковці ототожнюють ці терміни.

У розвідці Т. Г. Лук'янець здійснено інтерпретацію змісту полікодового тексту шляхом дослідження інтерсеміотичних (репрезентативного, модального та композиційного) значень вербальних і візуальних знаків [91].

Поліфонічність номінації мультимодальних текстів дослідила Л. Л. Макарук, запропонувавши узагальнений перелік термінів, що функціують у науковому просторі: авербальні; аудіовізуальні; багатоканальні; вербальні й іконічні комплекси; відеовербальні; візуально залежні; гібридні/ізовербальні; ізоверби, іконотексти; іконічні; інтерсеміотичні; лінгвовізуальні комплекси;

монокодові; негомогенні; паралінгвістично активні; полісеміотичні; змішаного типу; семіотично ускладнені; мультимодальні [112, с. 112).

У цьому ракурсі варто акцентувати увагу на тому, що досліджуючи мовні та позамовні параметри казок, реклами, карикатур, коміксів, афіш, плакатів тощо, науковці уточнювали терміни та дефініції таких типів текстів, надаючи їм нових номінацій й ознак, що відображали їх ті чи інші характерні особливості. Ураховуючи множинність вищезазначених термінів маємо підстави резюмувати, що окремі терміни на позначення текстів такого типу утворені за принципом номінації знакових систем, які входять до їх складу, або каналу передачі завдяки якому їх транслюють.

Звернемо увагу на те, що під терміном «мультимодальний» маємо на увазі когерентне ціле, що складається з кількох семіотичних кодів (вербальних та зображальних), яким притаманні різні види кореляції.

М. В. Воробйова відношення між знаками різних семіотичних систем (а також між текстами, створеними за допомогою цих знаків) номінує «інтерсеміотичністю». Дослідниця пропонує таку номінацію як для позначення відношень між вербальними знаками та знаками живопису, так і для позначення відношень між вербальними та музичними знаками [29].

Схиляємося до бачень більшості сучасних дослідників, які послуговуються терміном «мультимодальність». Ґрунтовні дослідження мультимодальності здійснила Л. Л. Макарук, запропонувавши інтегрований аналіз структурно-функційного, комунікативно-прагматичного, лінгвостилістичного та соціокультурного аспектів англomовного масмедійного мультимодального комунікативного простору. Учена розробила стратегії мультимодального текстотворення, ввела до наукового обігу нові поняття мультимодальної лінгвістики: мультимодальна графема, мультимодальна лексема, мультимодальна синтаксична конструкція; обґрунтувала та проілюструвала їх типи, специфіку; виокремила найхарактерніші явища мультимодальної стилістики [112].

Мовлячи про мультимодальний аналіз, наголосимо на окремих аспектах.

Так, у працях Л. К. Гливінської схарактеризовано мультимодальну сутність спілкування та синкретичну природу комунікативних артефактів, розкрито специфіку відношень між елементами інтерсеміотичного ресурсу [33]. І. А. Бехта вважає, що саме текстотворець визначає знакову структуру твору і формує сприйняття образної системи, у якій наявні та безпосередньо «ословеснені» образи складнішої семантики [12]. Н. Я. Град апелює до поняття *модусу* як невід'ємної частини мультимодальності та виокремлює типи мультимодальних текстів [34].

І. М. Колегаєва у своїй розвідці звернула увагу на «зорову модальність», що передбачає сприйняття інформації в монокодовому вербальному повідомленні та обмежується виключно сприйняттям друкованого тексту. Усе решта відбувається в уяві читача. Інакші ролі відводять читачеві тексти, що мають форму полікодового повідомлення, тобто сполучають вербальну й іконічну частини комунікативного цілого. Малюнок, фотографія, репродукція живописного полотна інтегрують в рамки цілісного тексту, транслюючи власну інформацію. Актуалізація цієї моделі значно підвищує ефективність комунікації [66]. У сучасній лінгвістиці значний інтерес становлять структурно-семантичні, комунікативно-прагматичні та функційні параметри англомовних мультимодальних текстів малої форми.

Дж. Люк застосовував мультимодальний аналіз до вивчення графічних засобів у художній літературі, зазначаючи, що кореляція знаків вербальної та невербальної природи впливає на те, як читачі інтерпретують елементи гетерогенних текстів по відношенню один до одного. Крім того, у своїх працях Дж. Люк стверджує, що візуальні зображення та типографіка можуть посилити, змінити чи навіть вплинути на розуміння читачем оповіді. Значної уваги заслуговують також дослідження аспектів стилю та медійної ідеології в інтерпретації мультимодальних текстів [300].

Особливості функціонування означених текстів у сучасному англомовному епістолярному дискурсі вивчала З. Р. Батринчук, яка сфокусувалася на детальному аналізі кореляції вербальних та невербальних складників на

прикладних листів [5].

Такі тексти досліджено у роботі О. В. Завадської, яка виокремлює функції зображень: інформативну, атрактивну, експресивну, естетичну, символічну, ілюстративну, аргументативну, евфемістичну, характерологічну, сатиричну, функцію створення іміджу [46]. Різні підходи до аналізу текстів, що містять вербальний та іконічний складники застосувала І. С. Загазей [47]. Проаналізувавши взаємодію між вербальними та невербальними елементами коміксів, дослідниця виявила декілька типів вербально-візуальних графічних моделей, які використовують для ілюстрування коміксів та резюмувала, що поєднання цих двох компонентів сприяє кращому розумінню тексту.

М. Р. Івасишин висвітлює взаємозв'язок лінгвальних та екстралінгвальних елементів в англомовному коміксі, що забезпечує когерентність текстового простору в стилістичному аспекті, удосконалює структуру, цілісність та зв'язність коміксу, посилює інформативність [51; 52]. Мультимодальні засоби когезії та когерентності у сучасних літературних казках докладно обґрунтували І. А. Бехта та М. А. Карп [12].

Вивченню семіотичних особливостей текстів друкованої реклами, що поєднують елементи різних знакових систем, присвячено праці М. А. Костенко [74]. Дослідниця простежила закономірності використання шрифтових варіацій як візуальних маркерів рекламного тексту, виявила специфіку семантичного навантаження кожного виду графічного виділення та проаналізувала особливості їх функціонування.

На матеріалі британської художньої прози початку ХХІ ст. О. В. Сподарик дослідила специфіку реалізації низки функцій (атрактивної, смисловидільної, експресивної, асоціативної, сатиричної, естетичної, символічної). У цій розвідці дослідниця виявила, що використання прийомів пунктуаційної, шрифтової, графічної образності в полікодовому тексті дає змогу авторам посилити загальну експресивність тексту та залучити читача до рецепції й інтерпретації написаного [163]. Параграфемні засоби у постмодерністському художньому тексті вивчала Н. М. Влох [28]. Графіка

сучасної поезії та поетичних видань детально окреслена О. В. Кицан [59].

Отже, розвідки дослідників варіюються, як і застосовувані параметри, проте у роботах усіх лінгвістів акцентовано увагу на симбіозі вербальних та невербальних засобів, їх взаємозв'язку та взаємозалежності й можливному спектрі виконуваних функцій. Досить побіжно окреслено питання структурних особливостей текстів малої форми та векторів перцептивності, а також оптимальних моделей їх продукування й найшвидших каналів поширення та виявлення можливих реакцій на такого роду контент.

Як бачимо, тексти з вербальними та невербальними компонентами аналізують з урахуванням кількості цих компонентів та ступеня їх кореляції. Деякі зображальні засоби не мають прямого відношення до змісту тексту, але створюють оптимальні умови для його перцепції. Функціуючи та взаємодіючи в єдиному семантичному просторі, вербальні та невербальні компоненти забезпечують цілісність та зв'язність мультимодального тексту, гарантують його комунікативний ефект.

Ураховуючи це, вважаємо за доцільне зосередити увагу на графічних складниках невербальної природи, сфокусувавшись на специфіці саме тих типів знаків, які в досліджуваних текстах найчастотніші. Йдеться про піктограми, ідеограми, типографічні знаки, логотипи, емблеми, мапи, таблиці, діаграми, графіки, схеми, світлини, зображення ілюстративного характеру, емотикони, додаткові графічні засоби (стрілки, лінії, риски, хвильки, блискавки), специфічні графічні символи (галочки, хрестики) тощо.

Загальновідомо, що сучасне суспільство живе у світі знаків та символів, створених людством упродовж його існування. Продукування та декодування знаків відбувається постійно та продовжуватиметься доти, доки існуватиме людство. У семіотичі термін «знакова система» використовують на позначення будь-якої системи знаків та зв'язків між ними.

Як ми уже зазначали, у лінгвістичному науковому середовищі випрацьовано різні підходи до дослідження візуального контенту сучасних масмедійних текстів, які створені завдяки різним знаковим системам. Аналіз

зображальних компонентів, що функціують в масмедіа, здійснено у працях Т. Ангелікі [204], І. М. Артамонової [3], А. Белла [224], А. Болдрі [207–210], Л. Гудінгса [243], П. М. Лестера [295–297], В. В. Марченко [137], Л. Л. Макарук [93–136; 304–320], М. Г. Мюллер [331–332], М. О. Нікитюк [137], О. А. Світліковської [148–150], Т. П. Семенюк [151–155], Н. Ферклафа [234], Ч. Форсвіля [237–239], Л. М. Хавкіної [188], С. Хелфман [251], М. Г. Швецової [195], І. М. Шукало [200] та інших. Піктограми як засоби ілюстративної графіки перебували у фокусі уваги М. Ю. Бірюкова [21], П. Баркера [211–212], М. Гаусмана [240], Дж. Кінга [277], М. П. Кочергана [76], Л. Круікшанка [231], Л. Л. Макарук [93; 97; 103; 129], С. Мілінга [324–325], В. Мітчела [328–330], К. Накагави [335], Дж. Роское [356], Т. Самояулт [359], Дж. Тонфоні [374], М. Яздані [389] та ін.

Семантичний потенціал зображень та їх валоративність під час декодування невербального складника обґрунтовано у працях Р. Бартеса [216–217], Дж. Бейтмана [220–221], Ш. Гудман [244], Д. Джуліана [275], В. Мітчела [328–330], Х. Стокла [368], К. О'Халлоран [340–351], Т. Хіппала [253], М. Шапіро [364] та ін.

Графічні засоби (піктограми, ідеограми, типографічні знаки, логотипи, емблеми, мапи, таблиці, діаграми, графіки, схеми, світлини, зображення ілюстративного характеру, емотикони, додаткові графічні засоби (стрілки, лінії, риски, хвильки, блискавки), специфічні графічні символи (галочки, хрестики) тощо), потенціал яких суттєво відрізняється від традиційних вербальних знаків, швидше привертають увагу, активуючи в ментальності візуальні образи через апеляцію до органа сенсорики. Питання візуальної комунікації, візуальної перцепції, візуальної лінгвістики та візуальної грамотності перебували у фокусі уваги таких науковців, як Б. Барнес [213], А. Барскі [215], А. М. Баррі [214], П. Бартоломео [218], А. Бергер [226], Б. Бергстром [227], М. Гріффін [245], Т. Джанзен [262], К. Джевїт [263–271], Л. Джінг [272], Е. К. Коляда [67; 69; 71; 279], К. Леборг [290], П. М. Лестер [295–297], М. Лістер [298], Т. ван Люен [382–386], Л. Л. Макарук [95; 96; 109; 309; 310], Я. А. Міакі [327],

В. Дж. Т. Мітчел [328], Б. Стріт [369], Дж. Холсанова [254–255], К. Хендерсон [252] та ін.

Залучення невербальних засобів для створення стилістичного забарвлення тексту були предметом дослідження багатьох учених, зокрема Т. О. Анохіної [1], Е. Барзіні [219], Ф. С. Бацевича [6], Н. Белічко [11], Н. М. Влох [28], Дж. Гельба [241], В. Н. Гірі [387], Л. Гуерро [247], Р. Джейкобсона [361], Л. М. Казначеевої [172], М. Л. Кнапп [278], Е. К. Коляди [68; 70], Н. В. Космацької [73], І. М. Кочан [75], Р. А. Кросленда [230], Н. Люкмана [301], Л. Л. Макарук [93; 94; 105; 134; 136; 305], Н. Марченко [11], А. Мехрабіана [326], С. Мілінга [324–325], Т. Ройса [358], І. І. Сєрякової [365–366], О. В. Сподарик [164], Н. Сукаріні [249], Л. Ф. Трачук [172], Г. Халл [256], Дж. Н. І. Хартаді [249] та ін. Чимало праць також присвячено дослідженню семантики кольору у текстах з гетерогенними складниками (Л. Л. Макарук [108], Ю. Дж. Сімармата [367], Г. Кресс та Т. ван Люен [285], Л. М. Хавкіна [188]).

У розвідці Л. М. Хавкіної на матеріалах текстів реклами обґрунтовано значення кольору для формування асоціацій і створення іміджу. Дослідниця описала значимість використання колірних контрастів, важливість символіки кольору та асоціації, які виникають на підставі аналізу рекламного тексту [188].

Г. Кресс та Т. ван Люен розглядають колір як семіотичний ресурс, багатофункційний у використанні саме при продукуванні знаків комунікації. Автори виокремлюють семіотичну ресурсність кольору у плані диференціації відтінків, насиченості, чистоти, модуляції тощо [285].

Як стверджує Ф. С. Бацевич, невербальні засоби є рівноправними носіями значної кількості прагматичної інформації. Мовознавець вважає, що невербальні засоби спілкування – елементи комунікативного коду, які мають немовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду слугують для створення, передачі і перцептивності повідомлень та можуть транслювати (а часто і несуть) різноманітну семантико-прагматичну інформацію [8, с. 204].

Сучасні інфографічні тексти на тематику коронавірусу, що є об'єктом

нашого аналізу, частково вивчали як українські, так і зарубіжні науковці такі, як С. Н. Бахаром [370], С. Беене [223], Ю. С. Бокарева [22], Ж. В. Дейнеко [22], Дж. Коеллінг [223], Л. Л. Макарук [93; 97; 102; 111; 122; 127; 132], Н. Паділ [370], Абд. Рашід [370], Х. Тахір [370], Р. А. Черемський [22] та інші. Дослідженню інфографіки як різновиду текстів малої форми, у тому числі й у сучасних медіа на тематику *COVID-19*, присвячено роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Г. О. Цуканової [190], М. В. Чабаненко [191], О. В. Швед [194], А. О. Шевченко [197].

Серед українських науковців, що вивчали особливості інфографіки як засобу медичного інформування у період пандемії *COVID-19* провідна роль належить Я. В. Яненко, який окреслив можливості представлення теми коронавірусу в інфографіці та чинники впливу візуалізованого контенту на цільову аудиторію. Учений описав особливості репрезентації *COVID-19* в українських інтернет-ЗМІ та з'ясував основні можливості застосування інфографіки у період епідемії, зокрема використання інфографіки як інструменту комунікації з цільовою аудиторією та її впливу на вирішення соціальних проблем [201].

У дослідженнях Я. В. Яненка значну увагу приділено «особливостям інфографіки як складовій візуальної комунікації у період пандемії, зокрема домінуючим в інфографіці кольорам, використанню гістограм, діаграм і карт, співвідношенню «текстоцентричної» та «графікоцентричної» інфографіки, використанню в інфографіці переважно зображень індивідів певної статі, а не гендерно-нейтральних символів» [202, с. 9].

Сучасні англомовні масмедійні тексти на тематику *COVID-19*, характерною ознакою яких є мультимодальність, перенасичені широким спектром різних знаків, в тому числі візуальних, вивчення та інтерпретація яких викликає значний інтерес у вчених-лінгвістів. Ефективність візуалізації тексту пов'язана з умінням їх продуцентів включати у графічну площину знаки різної природи. Ефективний візуалізований контент – ключ до швидкого розуміння інформації.

Отже, англomовні тексти малої форми на тематику *COVID-19* характеризуються наявністю в них невербальних засобів, які превалюють або використані як допоміжні щодо вербальних і збагачують зміст додатковими семантичними й експресивними відтінками. Це актуалізовано завдяки піктограмам, ідеограмам (математичним символам, цифрам, амперсанду, хештегам), типографічним знакам, логотипам, емблемам, мапам, таблицям, діаграмам, графікам, схемам, світлинам, зображенням ілюстративного характеру, емотиконам, додатковим графічним засобам (стрілкам, лініям, рискам, хвилькам, блискавкам), специфічним графічним символам (галочкам, хрестикам), кольору, шрифту (курсиву), підкресленню, розрядці, написанню лексеми великими літерами тощо. Частина цих засобів не має прямого стосунку до змісту тексту, але створює оптимальні умови для його сприйняття (наприклад, формат аркуша, якість та колір паперу).

У процесі сприйняття мультимодального малоформатного тексту на тематику *COVID-19* реципієнтом відбувається подвійне декодування інформації, що міститься в ньому. У результаті формується єдиний загальний концепт (зміст) мультимодального тексту. Це пояснюється тим фактом, що міжмовна універсальність різних кодів дозволяє зрозуміти зміст повідомлюваного без знання мови.

Крім цього, можна вести мову про те, що саме невербальний знак дублює вербальну одиницю, доповнює її, і зрідка суперечить їй. Для аналізованого сегменту малоформатних текстів характерними є: кореляція вербальних і візуальних елементів, коли вони не можуть бути повністю декодовані окремо; дублювання значення, доповнення значення одного елемента за рахунок іншого; протиставлення значень між вербальними і візуальними елементами; створення підтексту; композиційне та графічне виділення важливої інформації за допомогою знаків різних семіотичних систем.

Актуалізуючи інформацію різними знаковими системами, мультимодальні тексти здійснюють комплексний комунікативний і прагматичний вплив на читача, привертаючи додаткову увагу до інформації,

закодованої різними кодами та стимулюючи його пізнавальну активність.

Використовуючи класифікацію невербальних одиниць, запропоновану Л. Л. Макарук [112, с. 95] та проаналізувавши композиційні складники медичних текстів малої форми, маємо підстави стверджувати, що усі вони мультимодальні, оскільки сформовані внаслідок симбіозу вербальних та невербальних компонентів.

Як бачимо, мультимодальність не втрачає своєї актуальності, а набуває все більших вимірів і збільшує коло науково зацікавлених осіб, дослідження яких спрямовані на полівекторне вивчення мультимодальних засобів, що різняться структурою, семантикою та комунікативно-прагматичним навантаженням.

Англомовні медичні тексти малої форми, присвячені *COVID-19*, слугують вагомим сегментом для дослідження способів та засобів передачі медичної професійно-орієнтованої інформації, яку транслюють масмедіа (періодичні видання, соціальні мережі, вебсайти). Шляхом креативного та тематично доцільного поєднання у них різних семіотичних ресурсів забезпечується щоденна комунікація між світом медицини та суспільством. Завдання сучасних лінгвістичних студій – окреслити стратегічне використання множинних мультимодальних засобів у таких текстах, дослідити полівекторність їх декодування, функції та роль задля успішної комунікації.

1.3 Способи та засоби актуалізації превентива в англомовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*

Сьогодні можна безсумнівно стверджувати, що пандемія коронавірусу *COVID-19* стала переломним моментом розвитку суспільства. Масмедіа першими миттєво відреагували на новий виклик XXI століття – *COVID-19* та пріоритезували свою діяльність у напрямку інформування людей щодо профілактики інфікування, шляхів зараження, симптомів ковіду, дій у разі проявів хвороби та застереження суспільства щодо негативних та почасти

життєво небезпечних наслідків коронавірусної інфекції. Насиченість англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19* медичною інформацією, їх превентивний характер та прагматична спрямованість – це ті реалії, які стали підґрунтям для наукових розвідок у лінгвістичній парадигмі сьогодення.

У контексті сучасних антропоцентричних тенденцій у мовознавстві з'явилася низка праць, спрямованих на дослідження засобів репрезентації інтенцій задля запобігання поширенню *COVID-19*. У рамках сучасного комунікативно-прагматичного підходу у лінгвістиці маємо можливість розглядати англомовні масмедійні тексти на тематику коронавірусної інфекції з урахуванням прагматичного потенціалу вербальних та невербальних одиниць з огляду на їхні функційні можливості.

Витоки дослідження одиниць на позначення застереження (превентива) пов'язані з розглядом імперативних конструкцій, які власне покликані репрезентувати запобігання чомусь у певних ситуаціях. Поняття *превентив* у лінгвістиці характеризується термінологічною розмаїтістю. Крім терміну *превентив* також використовують терміни *попередження* та *застереження* [42].

Превентив, експлікований вербально, неодноразово розглядався ученими. Принагідно зауважимо, що превентив є складним лінгвістичним явищем, що застерігає, спонукаючи до дій, інформуючи про можливі наслідки. Превентивні конструкції досить ґрунтовно описані вітчизняними та зарубіжними науковцями як в граматичному, так і в семантичному аспектах. Відповідно до загальноприйнятої точки зору на рівні граматики превентивні висловлювання часто розглядають як імперативи. Їх вважають специфічними синтактичними конструкціями, які за своєю типологічною семантикою є засобами вираження заперечення, заборони, застереження, персуазивності.

У вітчизняному мовознавстві вивченню семантики превентива як засобу вираження волевиявлення присвячено праці Н. Ю. Куравської, яка досліджувала сутність, семантичну і функційну своєрідність превентива на тлі

інших модальних виявів. Дослідниця з'ясувала, що превентив є складним лінгвістичним явищем, виникнення якого пов'язане з необхідністю оформлення одного із видів модальних значень, а саме застереження [84, с. 175]. Г. Г. Дрінко порівняла превентивні спонукальні конструкції в англійській та українській мовах [42].

Структуру семантичної моделі превентива досліджено у працях Г. О. Васильєвої, яка характеризує превентив як мовленнєвий акт та аналізує основні комунікативні параметри застереження як мовленнєвого жанру з виявом його діагностичних величин, визначає принципи виділення мовленнєвого жанру застереження у структурі розмовного дискурсу [24, с. 4]. Досліджуючи взаємодію факторів, які спричиняють появу та функціонування превентива Т. А. Мирончук та Н. А. Одарчук обґрунтували особливості функціонування превентива як поліллокутивної одиниці мовлення, його смислотворчий фундамент, місце превентивів у площині спонукальності та описали роль категорії заперечення й опозитивних відношень у формуванні превентивних мовленнєвих актів. Дослідниці виявили, що семантичною основою превентивів є категорія заперечення. Авторки ствержують, що висловлення, що складають клас превентива ємні за своїм потенціалом впливу [138].

Превентивні висловлення як найрелевантніші синтаксичні конструкції для вербалізації інтенції застереження також досліджувала С. Т. Шабат-Савка. У своїй роботі науковиця трактувала превентиви як важливі комунікативні настанови, що відображають прагнення мовця застерегти адресата від виконання певних дій, попередити про можливі негативні наслідки, запобігти розгортанню якоїсь прикрої ситуації, уникнути конфлікту тощо. Дослідниця зазначає, що превентивні висловлення слугують реплікою стимулу в діалогічному дискурсі, що дає змогу мовцеві як основному суб'єктові комунікації здійснювати цілеспрямований вплив на адресата за допомогою превентивних предикатів, перформативів, низки фразем, стереотипних моделей, які експлікують інтенцію застереження. Авторка насамперед акцентує

увагу на граматичному (синтаксичному) векторі у дослідженні інтенції, який стосується системи мовних засобів та їх валентнісного потенціалу виражати інтенційні потреби мовця [192].

У лінгвістичних студіях семантику превентива також розглядали у контексті спонукальної модальності (Г. Г. Дрінко [42], С. Т. Шабат-Савка [193]). Науковці вбачають комунікативно-прагматичну інтенцію превентивів у попередженні адресата мовлення про можливі несприятливі для нього наслідки в разі ігнорування висловленого адресантом застереження.

Н. Ю. Куравська зауважує, що превентивна семантика актуалізується тоді, коли мовець попереджає адресата про небезпеку, говорить про можливість неприємних наслідків як результату дії адресанта або третьої особи й намагається переконати співрозмовника в необхідності запобігти цим діям [84, с. 175–176]. Дослідниця дефініціює превентив як особливий тип волевиявлення, що характеризується самостійністю семантичної структури, функційною і комунікативно-прагматичною специфікою, різноманітністю структурних моделей та виокремлює такі типи превентива:

- власне превентив;
- превентив+наказ;
- превентив+напучування;
- превентив+погроза;
- превентив+прохання;
- превентив+порада;
- превентив+вимога.

Досліджуючи імперативні речення у площині спонукальності та інтенсивності виконання тих чи інших дій, Н. В. Швидка виокремлює категоричну імперативність (вимогу, заборону, наказ, розпорядження, команду); пом'якшену – прохання, благання, переконання; нейтральну – пропозицію, пораду, рекомендацію, застереження, запрошення, дозвіл [196, с. 9–10].

На матеріалі сучасного німецькомовного діалогічного дискурсу

Т. В. Крупкіна проаналізувала структурно-семантичні засоби вираження мовленнєвого акту застереження [79].

Опираючись на дефініції *застереження* у роботах німецьких дослідників, Х. Ю. Дяків трактує застереження як виявлення бажання мовця, щоб адресат виконав/не виконав якусь певну дію (у розумінні мовця – скеровану на позитив для адресата), яку мовець від нього має повні підстави очікувати і яку адресат повинен виконати. Основними ознаками застереження дослідниця вважає «волевиявлення мовця; спонукання до певної дії або обов'язку; апелювання до чогось; адресант має право, відповідні уповноваження застерігати адресата; очікувана обов'язковість виконання дії адресатом; можливе використання у писемній формі, особливо у правовому дискурсі; наголошена суворість та серйозність вираження застереження; негайність, нагальність виконання дії з боку адресата» [43, с. 305].

У роботі поділяємо підхід Т. Т. Врабель, який зазначає, що превентив є опосередкованим спонуканням, пропозиційний зміст якого вказує на очевидну особливість чи на можливі негативні наслідки певного впливу на адресата. Мовознавець зазначає, що превентивне висловлення полягає у: 1) спонуканні адресата до виконання дії; 2) повідомленні про можливі наслідки [30, с. 97].

В англomовних медичних текстах малої форми *превентив* актуалізується *експліцитно* та *імпліцитно*. Здійснений аналіз імперативних конструкцій в англomовних масмедійних медичних текстах на тематику *COVID-19* свідчить про наявність у них конотацій щодо запобігання небезпеці зараження вірусом. Таким чином, засоби превентивного імперативу аналізують у тісному зв'язку з актуалізацією значення загрози та страху. Вербалізацію превентивної семантики такого типу прослідковуємо у наступних прикладах: “*Go out only for essentials. Isolate yourself from others in your home* [617]”.

Проаналізований корпус матеріалу дає підстави вести мову про те, що значна частина текстів малої форми на тематику *COVID-19* містить підзаголовки *do's and don'ts*, які специфікують певні правила, інструкції, застереження, недозволені дії та алгоритми правильної поведінки у період

COVID-19. Саме у таких текстах чітко прослідковуємо вживання наказового способу для репрезентації семантики превентива.

Також спостерігаємо функціонування превентивних конструкцій, у яких застереження виражене пандемічною лексикою. Передусім, це лексеми та словосполуки зі значенням «безпечний» – “*safe*”, «захистити» – “*to protect*”; «уберегти» – “*to keep safe*”, «попередити» – “*to prevent*”; «захист» – “*safety*”, «захисний» – “*protective*”, «залишатися в безпеці» – “*staying secure*”. Наприклад: “*How you can stay safe at home*”. “*What we are doing to keep you safe*” [510]. “*Protect yourself and others*” [418]. “*Help prevent the spread of infection*” [417]. “*Personal protective equipment (PPE)*” [617]. “*Coronavirus safety*”. “*Follow these easy steps to prevent the spread of COVID-19*” [390]. “*My mask protects you, your mask protects me*”. “*Protecting each other*” [482]. “*Be COVID safe*” [472]. “*Keep your community safe*” [472]. “*Staying COVID-19 secure*” [448]. “*Stay home. Save lives*” [404].

У досліджуваних нами текстах виявлено значну кількість превентивних висловлювань у заперечній формі наказового способу. Наприклад: “*Don’t risk your life!*” [402]. “*Don’t touch your or your child’s mask while it is being worn*”. “*Don’t wear the mask under your chin with your nose and mouth exposed*”. “*Don’t leave your nose or mouth uncovered*”. “*Don’t remove the mask while around others in public*”. “*Don’t share your mask with family members or friends*” [404].

Трапляються випадки коли семантика заборони у превентивних конструкціях підсилюється часткою *not*. Наприклад: “*Do not touch your face, especially your eyes, nose and mouth*” [508], “*PLEASE DO NOT ENTER WITHOUT A FACE MASK.*” [507]. Використання повної заперечної форми імперативних конструкцій забезпечує реалізацію їх емпатичної функції та є необхідним в англомовних медичних текстах на тематику *COVID-19*, оскільки виражає заборонні міри з метою уникнення зараження коронавірусною інфекцією.

Як бачимо, у сучасному мовознавстві ведеться чимало наукових дискусій не лише щодо трактування форми превентивних висловлювань, але й функціують різні підходи щодо їх експлікації. Семантика превентива в

імперативних конструкціях не завжди чітко диференційована та характеризується доволі нечіткою функційною опозицією «превентив vs прохібітив». Така розмитість семантичного поля превентивів та прохібітивів свідчить про синкретичне поєднання обох значень в одній формі. Уважаємо, що імперативна конструкція, що експлікує заборону в англомовних медичних текстах малої форми на тематику *COVID-19*, теж репрезентує застереження. Наприклад: “*Don’t remove your mask while around others in public!*” [511].

У досліджуваних текстах спостерігаємо превентивні висловлювання, у яких семантика застереження виражена лексичними та графічними засобами. Семантика превентива виявляється в тому, що мовець попереджає адресата про небезпеку, говорить про можливість неприємних наслідків як результату дії адресата, намагається переконати читача в необхідності запобігти цим діям: попередити виникнення того чи іншого захворювання, проінформувати про етіологію хвороб та їх наслідки.

Як бачимо, аналізованим текстам властива інтенція застереження як особливий вияв наказової семантики, яку репрезентують за допомогою пандемічної лексики у наказовому способі (стверджувальної або ж заперечної форми) й різноманітних зображень. Безсумнівно, переконливість застережень посилюють й мультимодальні засоби. У результаті аналізу англомовних медичних текстів малої форми встановлено, що різні семіотичні невербальні модуси в поєднанні з вербальним сегментом є поширеними у текстах такого типу.

Диференційною ознакою досліджуваних текстів є також те, що у них, переважно, успішно поєднують засоби принаймні двох семіотичних систем. І один, і інший модус, застосовано з метою формування правил поведінки задля збереження життя в умовах *COVID-19*. Усвідомлюючи наслідки означеної хвороби, спостерігаємо приклади успішного поєднання вербальних та невербальних знаків, завдяки яким наголошують на тому, як запобігти зараженню та поширенню інфекції. Особливо частотними є тексти, в яких використано піктограми як засоби, що експлікують заборону та застереження.

Крім того, послуговуються й іншими одиницями, спектр яких необмежений. Серед них: ідеограми (математичні символи, цифри, амперсанд, хештег), типографічні знаки, логотипи, емблеми, мапи, таблиці, діаграми, графіки, схеми, світлини, зображення ілюстративного характеру, емотикони, додаткові графічні засоби (стрілки, лінії, риски, хвильки, блискавки), специфічні графічні символи (галочки, хрестики) тощо.

Отже, превентив – особливий тип волевиявлення, експлікований сукупністю вербальних та невербальних засобів. Головне призначення превентива полягає не лише в тому, щоб проінформувати адресата про можливість неприємних наслідків, але й в тому, щоб скорегувати його поведінку, що допоможе уникнути небезпеки та у конкретному випадку летальних наслідків. Функційно превентив виражає застереження щодо небажаних дій, які можуть здійснюватися за умови нехтування певними правилами безпекової поведінки.

Виходячи з вищезазначеного, витлумачуємо превентив у досліджуваних текстах як застереження, що есплікується проханням, порадою, вимогою, заборонаю, рекомендацією, наказом чи персуазивністю. В англійських медичних текстах малої форми на тематику коронавірусної хвороби адресант повідомлюваного спонукає адресатів відмовитися від небезпечних дій, що можуть призвести до інфікування вірусом та має на меті уберегти їх від небезпечних наслідків.

Уважаємо за доцільне акцентувати увагу на тому, що превентив також актуалізовано за допомогою широкого спектра графічних засобів у кінесичній, такесичній та проксемічній площинах. Такий вектор аналізу вперше задекларований у нашій роботі та має на меті докладно обґрунтувати не лише структурні й функційні особливості графічних засобів, використаних на позначення жестів, дотиків та відстані, але й їх потенціалу, зокрема візуальної значущості та семантичної місткості.

Підсумовуючи зазначимо, що превентив в англійських медичних текстах малої форми є особливим типом виявлення інтенцій адресанта та

характеризується дифузністю структури, поєднуючи застереження, прохання, пораду, вимогу, заборону, рекомендацію, наказ чи персуазивність. Превентив має власний спеціалізований інвентар засобів вираження, які засвідчують і виявляють комунікативно-прагматичний потенціал, що й зумовлює підґрунтя для фундаментального аналізу мультимодальних засобів в англomовних медичних текстах малої форми.

1.4 Методологічний алгоритм дослідження превентива в англomовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*

Наукова діяльність вимагає ретельного планування та продуманої організації. Успіх того чи іншого дослідницького проекту залежить від чітко сформульованої концепції і правильно підібраних методів [156, с. 5]. Науково обґрунтована концепція проведення лінгвістичного аналізу забезпечує отримання об'єктивної, точної і систематизованої інформації про досліджувані лінгвістичні процеси та явища, гарантує точність і об'єктивність отриманих результатів. Методологія проведення лінгвістичних пошуків ґрунтується на класичних та інноваційних парадигмах та залежить від поставлених завдань, параметрів об'єкта вивчення та векторів аналізу предмета дослідження.

Ключовим фактором у формуванні методологічного підходу в лінгвістиці є відсутність протиріч положень у рамках заданих теорією критеріїв. Наукові парадигми лінгвістики ХХІ століття характеризуються антропоцентричною спрямованістю та дослідженнями мови як форми репрезентації людської свідомості та продукту творчості мовної особистості, тобто вивченням людського фактора в мові. Відповідно наукові пошуки у площині невербальних засобів чи кореляції вербальних і невербальних зосереджені на дослідженні мови в контексті мовленнєвої діяльності особистості, з урахуванням когнітивних, соціальних, комунікативних, функційних та прагматичних особливостей кодування та декодування змісту.

З метою аналізу мовних процесів у період пандемії *COVID-19* у поєднанні

з уже традиційним структурно-семантичним підходом використовують комунікативно-прагматичний і функційний [76]. Комплексний прагматичний аналіз інтенцій та намірів продуцентів англomовних масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19* здійснено на основі вербального і невербального модусів. Аналіз кореляції вербальних та невербальних компонентів у текстах малої форми означуваної тематики, дослідження їх прихованого впливу на свідомість уможлиблюється у рамках сучасної мультимодальної парадигми.

Комплексне дослідження структурних, семантичних і прагматичних особливостей функціонування вербальних і невербальних засобів в англomовному масмедійному просторі, які продуценти використовують, щоб апелювати до емоцій та почуттів реципієнтів з метою запобігання інфікуванню коронавірусною хворобою, передбачає використання загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Розв'язання поставлених у роботі завдань потребує залучення різних методів задля поетапного вивчення корпусу ілюстративного матеріалу.

У роботі застосовано комплексну методу крокового аналізу структурно-семантичних та комунікативно-прагматичних особливостей вербальних і невербальних засобів репрезентації превентива у текстах малої форми на тематику *COVID-19*, що функціують у сучасному англomовному комунікативному просторі, що охоплює п'ять послідовних етапів.

На першому етапі дослідження опрацьовано теоретичні джерела та підібрано емпіричний матеріал, на основі якого встановлено особливості текстів малої форми на тематику *COVID-19* та засобів мовної й немовної репрезентації семантики превентива. Досліджено мультимодальну природу масмедійних текстів, які відіграють важливу роль у формуванні превентивного контенту масмедійного комунікативного простору періоду пандемії *COVID-19*. З'ясовано, що базовими категоріями вербального модусу репрезентації превентива є стверджувальні або ж заперечні речення, ужиті в наказовому способі, особливості яких описано в першому розділі. Комплексно проаналізовано специфіку вербальних і невербальних складників репрезентації

семантики превентива у досліджуваних текстах як засобів впливу на адресатів. Простежено структурні та функційні особливості знаків різних семіотичних систем та способи їх можливої взаємодії. На цьому етапі дослідження застосовано *метод дефініційного аналізу* для вивчення основних лінгвістичних понять (текст малої форми, мультимодальність, превентив).

На другому етапі за допомогою *методу суцільної вибірки* сформовано корпус мультимодальних текстів на тематику *COVID-19*, які утворені на основі семіотичних ресурсів різних знакових систем. Матеріалом для створення корпусів слугували масмедійні тексти, виокремлені з інформаційних вебсайтів періодичних видань, медичних установ, центрів та спілок; громадських та адміністративних організацій; закладів освіти; соціальних мереж *Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest*. Дослідження невербальних засобів репрезентації превентива в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику коронавірусної хвороби здійснено на матеріалі 500 інфографічних текстів. Фактичним матеріалом слугували мультимодальні тексти, що містять семіотичні ресурси різних знакових систем.

На третьому етапі досліджено структурні і семантичні особливості функціонування вербальних засобів репрезентації семантики превентива в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19*. Елементи *структурного аналізу* використано для виявлення структурних та функційних особливостей англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19*. За допомогою *кількісного аналізу* визначено мінімальну та максимальну чисельність компонентів в означуваних текстах. Дослідження особливостей репрезентації семантики превентива в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19* відбувалося шляхом *контекстуального аналізу*.

На четвертому етапі за допомогою *прагмасемантичного, системно-функційного та контекстуального аналізів* з урахуванням комунікативних намірів продуцентів досліджуваних текстів, фонових знань реципієнтів інформації та соціокультурного контексту з'ясовано комунікативно-

прагматичне навантаження вербальних та невербальних складників текстів малої форми на тематику *COVID-19*.

У роботі також послуговуємося *методом графічної композиції*, запропонованим Л. Л. Макарук [112], сутність якого полягає у виявленні спектра ресурсів та можливих шляхів їх сполучуваності задля побудови текстів малої форми, їх композиційної чіткості, семіотичної дивергенції, блоковості, що є частково співзвучним з мультимодальною грамотністю та передбачає вміння декодувати зміст інформації незалежно від ступеня складності модусної експлікації.

Задля полівекторного дослідження атипових синтаксичних конструкцій застосовано *метод мультимодального синтаксису*, що дозволяє простежити специфіку поєднання вербальних та невербальних засобів в лексемах, словосполучах та реченнях з метою продукування цілісного конструкту.

На п'ятому етапі описовий метод застосовано з метою дослідження графічних засобів, їх дескрипції та інтерпретації. Для систематизації отриманих результатів залучено *загальнонаукові методи індукції та дедукції, аналізу і синтезу*. Методи індукції та дедукції уможливили виявлення семантичних і структурних особливостей невербальних одиниць та їхніх кореляційних залежностей з вербальними. Диференціація значення окремих елементів мультимодальних текстів здійснювалася за допомогою методів аналізу і синтезу.

З метою дослідження прагматичного потенціалу кожного окремого елементу тексту здійснено компонування різних елементів за допомогою методу синтезу. На цьому етапі з'ясовано структурні, функційні, кореляційні та комунікативно-прагматичні особливості невербальних складників репрезентації превентива в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19*; виявлено типи означуваних текстів, простежено взаємозв'язок та взаємозалежність вербальних і невербальних складників. Окреслено базові функції невербальних засобів репрезентації превентива в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику коронавірусної хвороби.

Встановлено та проаналізовано стратегії, якими послуговуються продуценти з метою прямого чи прихованого комунікативно-прагматичного впливу.

Отже, комплексне покрокове дослідження ілюстративного матеріалу уможливили такі методи: суцільної вибірки, системно-функційний, графічної композиції, мультимодального синтаксису, описовий, індукції та дедукції, аналізу і синтезу, а також дефініційний, кількісний, прагмасемантичний та контекстуальний аналізи.

Висновки до розділу 1

Значний відсоток сучасного англомовного масмедійного комунікативного простору складають тексти малої форми як оперативний, потужний та ефективний комунікаційний інструмент-стимул на реакцію *COVID-19*. Інтеграція означеного комунікаційного сегменту до щоденного вжитку слугувала підґрунтям для чергового переосмислення, уточнення та узагальнення понять *текст малої форми*, *мультимодальність*, *превентив* й обґрунтування основних теоретичних парадигм дослідження.

Унаслідок систематизації виокремлених диференційних ознак текстів малої форми різних жанрів, стилів, тематичної спрямованості у вітчизняному та зарубіжному наукових просторах й аналізу інноваційного корпусу ілюстративного матеріалу на тематику *COVID-19* встановлено, що переважній більшості таких комунікаційних одиниць (конструктів) характерна діапазонна варіативність, композиційна чіткість й ресурсна гетерогенність.

До ключових характеристик текстів малої форми відносимо компактність, що досягається за рахунок невербальної семіотичної дивергенції, що є беззаперечною альтернативою вербальним складникам. Водночас, на підставі ретельного аналізу корпусу ілюстративного матеріалу видається доречним апелювати до неправомірності окремих узагальнень щодо стислості й сконденсованості інформації загалом, що можна вважати цілком релевантним лише для вербальних конститuentів, що відповідає принципам мовної економії.

Натомість, говорячи про невербальні засоби, встановлено високий ступінь їх смислової наповненості, що досягається шляхом увиразнення архітектоніки й з кількох об'єктивних причин неможливості включення об'ємної інформації, у т. ч. й із-за лімітованості простору. Внаслідок цього актуалізується принцип мовної економії, однак виникає протилежний ефект – графічно гетерогенний лаконізм за рахунок спрощеної структури задля зміщення уваги з вербального складника на невербальний.

Отже, серед ключових ознак текстів малої форми слід виокремити значне превалювання невербальних складників над вербальними, що уможлиблюється завдяки успішному поєднанню невербальних семіотичних ресурсів, за допомогою яких можна експлікувати складні концептуальні явища і процеси. Ефективність таких текстів досягається завдяки графічному мінімалізму зображального характеру, невеликому за обсягом вербалізованому складнику та свідчить про успішну реалізацію явища економії за рахунок немовних засобів.

Аналіз ілюстративного матеріалу масмедійних медичних текстів малої форми дає можливість стверджувати про мультимодальний характер досліджуваного матеріалу. Мультимодальність розглянуто як процес і як результат взаємодії множинності семіотичних ресурсів (вербальних та невербальних). Установлено, що візуальна атрактивність досліджуваних текстів досягається за рахунок полісеміотичності та кореляції вербальних та невербальних складників.

У результаті дослідження превентивних конструкцій в англomовних текстах малої форми на тематику *COVID-19* встановлено, що превентив в означуваних текстах є особливим типом вивлення інтенцій продуцентів, якому властива синкретична семантична структура, що поєднує застереження, прохання, пораду, вимогу, заборону, рекомендацію, наказ чи персуазивність. Обґрунтовано інвентар засобів вираження превентива у граматичному, лексичному та семантичному аспектах. Виявлено, що семантика та прагматика превентива в досліджуваних текстах актуалізується граматично у

стверджувальній або ж заперечній формі наказового способу дієслів та полягає у спонуканні реципієнта до виконання дії та дотримання профілактичних заходів. Ідентифіковано, що вербальні засоби вираження превентива марковані пандемічною лексикою “*safe*”, “*keep safe*”, “*protect*”, “*prevent*”, “*protective*”, “*safety*”, “*staying secure*”. Маркери реалізації інтенцій застереження в означених текстах експліковані семіотично дивергентними одиницями.

Описано поетапний алгоритм дослідження англомовних текстів малої форми на тематику *COVID-19* з урахуванням загальнонаукових та лінгвістичних методів: суцільної вибірки, системно-функційного, графічної композиції, мультимодального синтаксису, описового, індукції та дедукції, аналізу і синтезу, а також дефініційного, кількісного, прагмасемантичного та контекстуального аналізів.

Основні положення та результати розділу викладено в таких працях авторки [174; 178; 180; 187].

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНІ, СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ АКТУАЛІЗАЦІЇ ПРЕВЕНТИВА В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ НА ТЕМАТИКУ *COVID-19*

2.1 Архітектоніка англомовних текстів малої форми на тематику *COVID-19*

Стан здоров'я людства в глобальному вимірі зазнав значного впливу в результаті безпрецедентного спалаху *COVID-19*. Серед заходів, спрямованих на подолання поширення вірусу стало усебічне інформування громадськості щодо ризиків та наслідків зараження небезпечною хворобою. Як результат, всесвітня мережа інтернету, найпотужніше джерело інформації у наш час, переповнена превентивним контентом, пов'язаним з боротьбою з коронавірусною інфекцією. Спеціальні тематичні рубрики з'явилися також на вебсторінках та вебсайтах офіційних урядових інституцій, у соціальних мережах, періодичних виданнях, які поклали на себе функцію попередження суспільства щодо ризиків захворювання.

Множинність інфографіки та безперервне продукування нових мультимодальних конструктів на тематику коронавірусної інфекції зумовлює лінгвістичний інтерес та створює передумови для дослідження англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику коронавірусної хвороби та аналізу гетерогенних елементів, їх інтерпретації й взаємозв'язку. Поява значної кількості інфографічних текстів малої форми на тематику *COVID-19* у масмедіа слугувала підґрунтям для досліджень засобів та способів репрезентації семантики превентива в означуваних текстах.

Сучасні лінгвістичні пошуки характеризуються актуалізацією досліджень, у фокусі яких перебувають візуально-графічні засоби, зокрема їх структурні, семантичні та функційні особливості. Стрімкий розвиток інформаційних технологій уможлиблює появу конвергентних текстових

продуктів, що інтегрують різні семіотичні ресурси та характеризуються інфографічністю.

Підвищення інтересу до використання інфографіки є наслідком безперервного стиснення вербальної інформації через збільшення обсягу контенту, що закономірно призводить до переважання графіки над текстом. Сучасна інфографіка – це інформація, яка легко читається, наочно подана у доступній для сприйняття формі та допомагає читачам швидко сприймати дані. До основних властивостей англомовних текстів можна віднести інформативність, понятійність, наочність, зрозумілу композицію, естетичну привабливість. Сучасна інфографіка характеризується мультимодальністю, оскільки у структурі англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19* дедалі частіше використовують невербальні засоби, що свідчить про мультимодальний характер сучасних ЗМІ. Поділяємо підхід К. С. Серажим, щодо того, що текст (з урахуванням семіотичного параметра) – це комунікативна одиниця, представлена як семіотичне (знакове) утворення вербальної та невербальної фактури, що становить зв'язне ціле, об'єднане спільною метою, авторською інтенцією, текстовою модальністю і має свої межі [157].

Невербальні елементи в означуваних текстах є значимими не лише у плані оформлення тексту, але й у їх змістотворенні та важливі для загальної правильної інтерпретації семіотично ускладнених текстів на тематику коронавірусної інфекції. Семіотичні ресурси, до яких належать піктограми, ідеограми (математичні символи, цифри, амперсанд, хештег), типографічні знаки, логотипи, емблеми, мапи, таблиці, діаграми, графіки, схеми, світлини, зображення ілюстративного характеру, емотикони, додаткові графічні засоби (стрілки, лінії, риски, хвильки, блискавки), специфічні графічні символи (галочки, хрестики); варіювання шрифтами та кольорами, є тими засобами, які визначають зовнішню організацію повідомлюваного, його оптичну форму та мають потужні комунікативно-прагматичні функції, спрямовані на посилення впливу на читача, забезпечення ефективної візуалізації, передачі та сприйняття

інформації, а також слугують засобом компресії. Завдяки широкому використанню графічного інвентарю досягаються атрактивний і експресивний ефекти [232].

Невербальні компоненти англомовних текстів малої форми на тематику *COVID-19* – потужні зорові стимулятори, які привертають увагу реципієнтів, зацікавлюють та сприяють усвідомленню їх комунікативних інтенцій. Вивчення графічних компонентів досліджуваних нами текстів є особливо вагомим, оскільки корпус ілюстративного матеріалу характеризується багатогранністю та особливим зв'язком між формою та змістом. Насамперед, вважаємо за доцільне проаналізувати англомовні масмедійні тексти малої форми на тематику *COVID-19* та систематизувати їх на основі низки ознак, які їм характерні.

Ураховуючи їх структуру, наповнення та функційне призначення, виокремлюємо кілька параметрів, що підлягатимуть докладному аналізу. Серед них: типи текстів; наявність чи відсутність заголовків/підзаголовків чи виключно останніх; розміщення тексту; сегментарність (блоковість)/несегментарність; ідеографічний контент; додаткові невербальні засоби; шрифтові та кольорові варіації; особливості вербальних засобів, які їх складають. Отож, на підставі корпусу ілюстративного матеріалу виокремимо типи текстів та здійснимо детальний опис їх інвентарю, узагальнивши їх ознаки з урахуванням мультимодальних критеріїв. Зауважимо, що компоненти, які утворюють текст, є формотворчими та змістотворчими елементами одночасно.

Аналіз англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19* засвідчує різноманіття засобів, що формують їх структуру. Очевидно, що досліджувані тексти – різнотипні, адже їх конституенти, форма, розмір та розміщення компонентів не є чітко диференційованими, тому кількість їх варіацій невичерпна. Це дає підстави виокремити кілька різних типів текстів з урахуванням певних критеріїв та складників:

- *гетерографічні*, до складу яких входить широкий спектр засобів у різних комбінаціях та кількості (пиктограми, ідеограми (математичні символи,

цифри, амперсанд, хештег), типографічні знаки, логотипи, емблеми, мапи, таблиці, діаграми, графіки, схеми, світлини, зображення ілюстративного характеру, емотикони, додаткові графічні засоби (стрілки, лінії, риски, хвильки, блискавки), специфічні графічні символи (галочки, хрестики), кольорові та шрифтові варіації) (Додаток В, рис. В 2–В 4);

- *пiктографiчнi* (характеризуються пiктографiчною рiзномiрнiстю; iх кiлькiсть варiюється вiд однiєї до 308 (максимальна кiлькiсть пiктограм, iдентифiкованих у тексті) (Додаток В, рис. В 5–В 8);

- *вербально-залежнi* (з превалюючими вербальними складниками, а також наявністю будь-яких невербальних засобів; однак ключове смислове навантаження припадає виключно на перші) (Додаток В, рис. В 1; В 9);

- *iлюстративнi* (в основу такого типу покладено будь-які зображення крім пiктографiчних) (рис. 2.1–2.2);

- *графiчно-схематичнi* (диференційною ознакою цих текстів є схеми, діаграми, графіки, таблиці, мапи) (рис. 2.3–2.5).

Вартими уваги є ілюстративні та графічно-схематичні типи текстів. Зауважимо, що зображальні компоненти в ілюстративному типі текстів часто надають останнім образності та, будучи інтенсифікатором вербального складника, полегшують декодування змісту.



Рис. 2.1 [617]



Рис. 2.2 [603]

Ілюстрація дверного замка (рис. 2.1) символізує процес локдауну (“*lockdown*”) у контексті загальнонаціонального соціального дистанціювання.

Зображення долоні руки, одна половина якої заражена вірусом, а інша ні, акцентує увагу на значимості миття рук та їх обробки дезінфікуючими засобами задля того, щоб зупинити поширення *COVID-19* (рис. 2.2).

В основі графічно-схематичного типу текстів лежать схеми, діаграми, графіки, таблиці, мапи, покликані:

- унаочнити географічне поширення *COVID-19* у світі, що простежуємо на рис. 2.3;

- зобразити динаміку захворюваності з урахуванням захисних засобів та без них (рис. 2.4);

- репрезентувати найчастотніші симптоми захворювання у відсотковому співвідношенні (рис. 2.5).

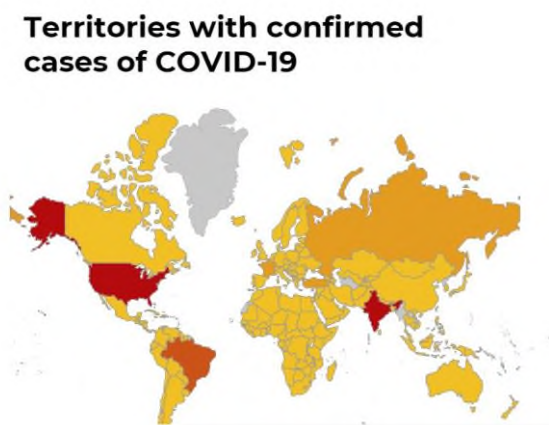


Рис 2.3 [580]

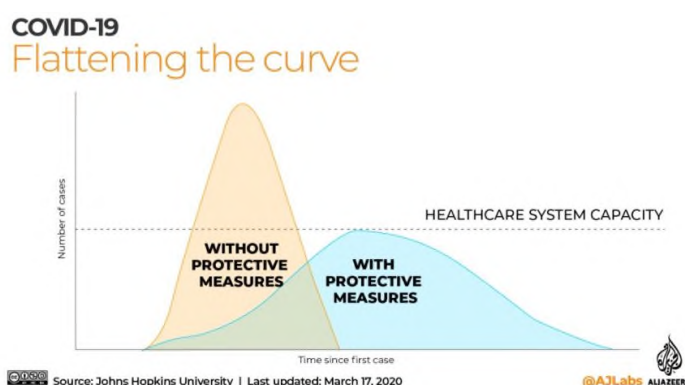


Рис 2.4 [586]

Мовлячи про цей же тип текстів, спостерігаємо й випадок, як-от рис. 2.5. Як бачимо, різнобарвні краплі у вигляді мапи (рис. 2.6) символізують лабораторний аналіз слини, що уособлює зараженість вірусом. Завдяки вербальному відповіднику розуміємо зміст повідомлюваного докладніше: британські медики-науковці стверджують, що регулярне проведення таких тестувань по всій території країни дозволить зупинити темпи розвитку пандемії (*A group of scientists led by Prof Julian Peto of the London School of Hygiene and Tropical Medicine suggests that the entire **population of the UK should be offered weekly spit tests for coronavirus***). Всеосяжність цього превентивного заходу репрезентовано зображенням мапи.

The most common coronavirus symptoms
Proportion of cases reporting each symptom (from 55,924 cases in China, to 22 February)

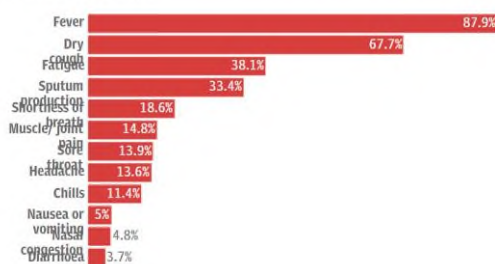


Рис 2.5 [439]



Рис 2.6 [401]

Звернемо увагу на другий виокремлений нами критерій, що стосується заголовків та підзаголовків. У корпусі ілюстративного матеріалу вирізняємо тексти з заголовками (47%); заголовками і підзаголовками (41%), без заголовків і підзаголовків (12%) (Діаграма 2.1). Заголовки досліджуваних текстів формують смислові зв'язки з цілим текстовим конструктом та характеризуються значною інформативністю й експресивністю.

Діаграма 2.1.



Загалом, заголовок пов'язаний з текстом, коротко резюмує його суть, фокусує увагу адресата на ключовій ідеї повідомлюваного, а також створює тло для сприйняття [75, с. 60]. У досліджуваному корпусі 47 % текстів містять заголовки. Наприклад: “*How the coronavirus testing system works*”[5], “*How to wear a medical mask safely*” [6], “*Coronavirus (COVID-19*” (рис. 2.7), “*Hand-washing and Coronavirus Prevention for Children*” (рис. 2.8).



Рис. 2.7 [473]

Рис. 2.8 [508]

Прикметно, що чимало текстів починаються з *заголовоків-питань* чи *заголовоків-інструкцій*, оскільки людство тривалий час перебувало в пошуку відповідей на питання, які його хвилювали. У той же час, передусім, завдяки невербальним засобам вдається знайти відповіді на них.

Виявлено, що 41 % досліджуваних текстів містить як заголовки, так і підзаголовки, метою яких є тематичне окреслення висвітленої у тексті інформації та привернення уваги до ключового змісту інформаційного продукту. Порівняємо підзаголовки: *COVID-19. General Prevention* (рис. 2.9) та *COVID-19. Social Distancing* (рис. 2.10). У першому прикладі підзаголовок чітко спрямовує увагу реципієнта на інформацію щодо загальних превентивних заходів задля недопущення поширення коронавірусної інфекції, тоді як у другому – спостерігаємо акцент на соціальному дистанціюванні задля запобігання інфікуванню. У корпусі ілюстративного матеріалу ідентифіковано 12 % текстів, до складу яких не входять ні заголовки, ні підзаголовки, хоча інші вербальні засоби в них наявні (рис. 2.11).



Рис. 2.9 [451]



Рис. 2.10 [583]

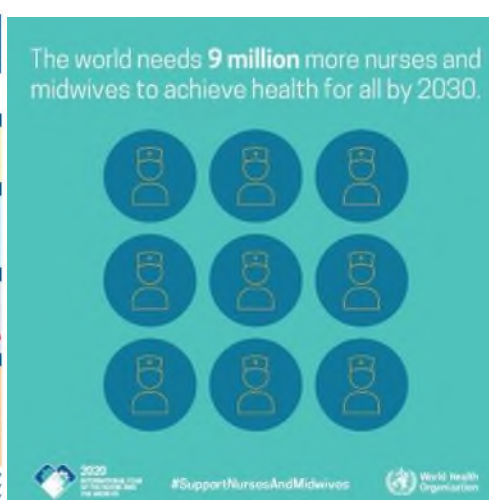


Рис. 2.11 [423]

Частотною є стратегія одночасного виділення заголовку і підзаголовку різними шрифтами й кольорами. Виразність заголовків та підзаголовків завдяки капіталізації літер, жирному шрифту, варіативності кольору акцентує увагу читача на темі повідомлюваного. Привернення уваги до текстового контенту спостерігаємо на прикладі поєднання декількох кольорів у підзаголовках: **“COVID-19 SYMPTOMS. NEW YORK STATE IS PREPARED. STOPPING COMMUNITY SPREAD. STOP THE SPREAD OF CORONAVIRUS”** (Додаток В, рис. В 2).

Аналіз 500 інфографічних текстів на тематику *COVID-19* дозволяє стверджувати, що їм притаманне різноманіття графічного інвентарю та властива множинність локації інформації. Щодо останнього критерію, виокремлюємо тексти з *вертикально-лінійною* (рис. 2.12), *горизонтально-лінійною* (Додаток В, рис. В.10), *круговою* (Додаток В, рис. В.11), *змішаною* (рис. 2.13), (що є симбіозом вертикально-лінійної та горизонтально-лінійної стратегій), *атиповою* (довільною формою репрезентації інформації) (рис. 2.14) локацією на сторінці, що можуть бути розміщені симетрично (рис. 2.8) або асиметрично (Додаток В, рис. В 12).

Змішану (вертикально-горизонтальну) локацію елементів простежуємо на рис. 2.13. Оказіональна лексема **“WASHUP”** на рис. 2.15. також демонструє цю стратегію. Завдяки графічній грі та зміні узуального написання лексемі надано особливої семантики.

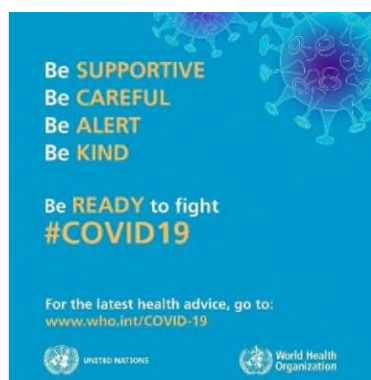


Рис. 2.12 [526]



Рис. 2.13 [593]

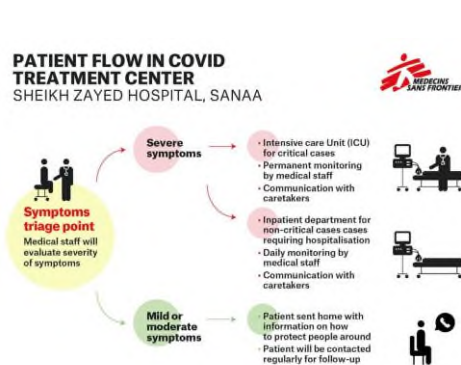


Рис. 2.14 [505]

У такий спосіб спостерігаємо поєднання семантики **“WASHUP”** та іншого вербалізованого компонента, що денотує профілактичні заходи запобігання

коронавірусній інфекції, початок формулювання яких збігається з першою графемою означеної одиниці. Завдяки незвичній формі представлення продуцент надає особливої значущості лексемі “*WASHUP*”, яка є ключовим складником повідомлюваного, акцентуючи увагу реципієнтів на важливості миття рук та дотримання правил гігієни.



Рис. 2.15 [416]

Неординарне представлення інформації аргументується потребою економії ресурсів у текстах малої форми, обмеженням часу для сприйняття інформації реципієнтом, а також демонструє значний креативний потенціал продуцента й водночас збільшує шанси тексту бути прочитаним першим на тлі інших. Крім того, використання лексем із нестандартним графічним оформленням створює ефект незвичності й новизни, підвищує експресивний потенціал таких текстів й активізує асоціативні зв'язки, що посилює вплив та реалізацію прагматичної мети досліджуваних текстів – привернення уваги читачів до превентивних заходів запобігання коронавірусної хвороби.

Установлено, що англomовним текстам малої форми на тематику *COVID-19* також притаманна *блокова* (26%) та *неблокова* репрезентація інформації. Кількість блоків у таких текстах варіюється від 2 до 10 (Додаток В, рис. В 13), що сприяє чіткому структуруванню їх контенту, відіграє значну роль у сприйнятті інформації, структуруючи її. Наголосимо, що у випадку блоків, текст може містити кілька підзаголовків до кожного з них. На рис. 2.16

спостерігаємо чітке структурування інформації щодо превентивних заходів під час шопінгу. Підзаголовки блоків “*Watch what you touch*”, “*Sharing is caring*”, “*Social distancing*”, “*Personal hygiene*”, “*Essential outfits*” акцентують увагу на важливості уникнення дотиків до оточуючих предметів; турботи до людей, які не можуть самостійно зробити покупки; соціального дистанціювання у громадських місцях; правильного миття рук; особистої гігієни та засобів захисту й одночасно стимулюють реципієнтів докладніше ознайомитися з КОНТЕНТОМ.



Рис. 2.16 [433]

Як бачимо, інфографічні артефакти на тематику *COVID-19*, як правило, поділені *сегментарно (блоково)*, що структурує інформаційний матеріал та сприяє його логічній репрезентації. Зауважимо, що диференційною ознакою таких текстів, на відміну від багатьох інших, є те, що у них немає єдиної стратегії побудови, поділу на блоки або частини. Тому, усталена модель лінійного прочитання зліва на право у багатьох випадках виявляється неприйнятною, оскільки кожен блок цього тексту можна читати рандомно на розсуд реципієнта. До прикладу, один із варіантів прочитання чотириблокового тексту може бути такий: спершу можна ознайомитися з частиною

повідомлюваного у лівому верхньому куті, згодом перейти до правого нижнього, тоді – до будь-якого іншого. Так, у цьому випадку є 24 способи прочитання такого тексту (Додаток В, рис. В 14).

Слід звернути увагу на той факт, що частина таких текстів має відносно складну будову і не відповідає першочерговій меті – передати максимум інформації, використовуючи при цьому мінімальну кількість засобів. Хоча на перший погляд вони видаються легкими з огляду на перцептивність, постає чимало питань щодо оптимальної стратегії їх прочитання та перенасиченості засобами, спецефектами, що ускладнюють процес розуміння, а відтак й бажаних оперативних дій (Додаток В, рис. В 14).

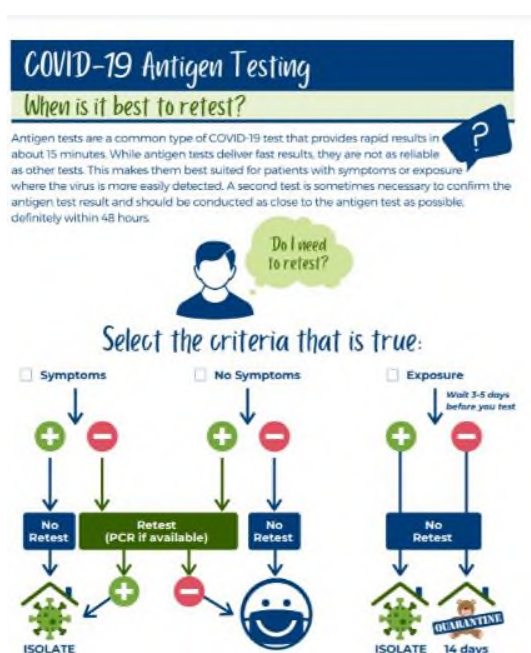


Рис. 2.17 [616]

Зауважимо, що інвентар досліджуваних нами текстів широко представлений різними ідеографічними маркерами, зокрема знаки «+» і «-» виправдовують своє використання на позначення позитивного чи негативного результату антиген-тесту та тих етапів, яким необхідно слідувати залежно від наявності чи відсутності симптомів, ймовірного контакту з хворим на коронавірус. Семантика ідеографічних засобів підсилюється завдяки зеленому та червоному кольорам. За їх рахунок акцентують увагу на алгоритмі дій індивіда щодо необхідності повторного ПЛР-тестування у разі негативного чи позитивного антиген-тесту (рис. 2.17).

Використання ідеограм-цифр зумовлено потребою привернути особливу увагу реципієнта до тривалості цієї процедури (рис.2.18–2.19).



Рис. 2. 18 [570]

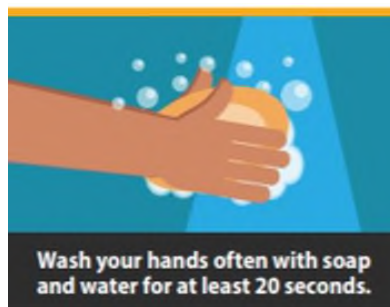


Рис. 2. 19 [419]

Звернемо увагу й на додаткові засоби, до прикладу лінії, стрілки різної конфігурації (прямі, пунктирні, округлі, тонкі, широкі), які можуть вказувати на проксемічні обмеження (рис. 2.20), ступінь ризику інфікування (Додаток В, рис. В 15), алгоритм дій у разі зараження вірусом (рис. 2.17), зворотність процесів: стрілки урізнобіч одна до одної вказують на одночасний захист від інфікування обох комунікантів за умови маски на обличчі (рис. 2.22).

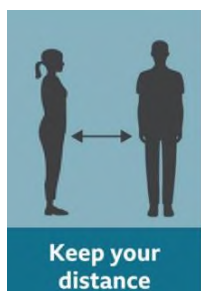


Рис. 2.20 [404]



Stay at least 6 feet away from others.

Рис. 2.21 [602]

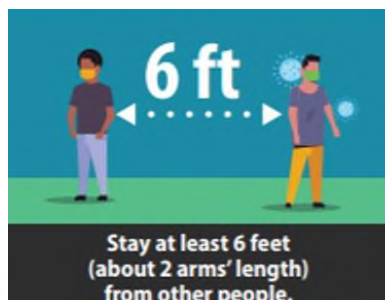


Рис. 2.22 [419]

Keep 6 feet apart



Рис. 2.23 [538]

Безпечна відстань між учасниками спілкування актуалізується візуальними засобами графічних прямих або ж пунктирних горизонтальних чи вертикальних ліній зі стрілками у напрямку комунікантів або без них (рис. 2.20–2.22), зображеннями метра для вимірювання дистанції (рис. 2.23), маркованого пунктирною лінією кільця (рис. 2.24). Для кращого розуміння безпечної соціальної дистанції не випадково використано міри довжини на прикладі об'єктів з життя індивідів чи предметів їх щоденного ужитку – ширина автомобіля, довжина рибальської вудки, сім сосисок, дві собаки, п'ять головок сиру, два візки для закупів (Додаток В, рис. В 16). Сприйняття змісту таких інфографічних текстів варіюється залежно від особи та її фонових знань.

При цьому адресат зосереджується на найзручнішій та найзрозумілішій для нього комунікативній стратегії.

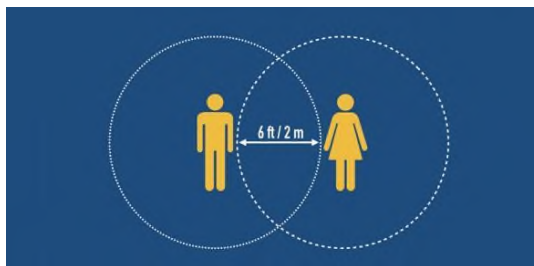


Рис. 2.24 [601]

Акцентуємо увагу на знаках пунктуації, як частині ідеограм, функції яких досить варіативні, оскільки вони можуть змінювати своє первинне призначення, набуваючи статусу атипових. Знаки пунктуації (знак оклику та питання) посідають особливе місце в аналізованих текстах. Вони надають *емоційно-експресивного забарвлення* повідомлюваному, сигналізуючи застереження, заклики до обміркування, апеляції до дій тощо. Водночас завдяки знакам пунктуації видається можливим маркувати такі речення відповідно до мети висловлювання й класифікувати серед них: питальні, спонукальні, окличні, розповідні.

Функцію знаків пунктуації у сучасній французькій мові дослідила О. В. Станіслав, яка встановила, що вони містять прагматичну інформацію у ненормативному вживанні. Дослідниця стверджує, що «здебільшого це виявляється у вживанні цих засобів із порушенням орфографічної норми з метою впливу на адресата. Пунктуація, виконуючи прагматичну функцію, є одним із способів акцентування інформації; вона забезпечує лаконізм та виразність висловлювання» [165].

У процесі невербальної писемної комунікації пунктуаційні знаки набувають нового значення. Наприклад, за словами Д. Воласа, крапка в кінці речення в тексті може бути ознакою роздратування, грубості, пасивної агресії, небажання спілкуватися, категоричності, напруженості, докору [388].

У досліджуваних текстах спостерігаємо частотне вживання крапки в кінці речень-підзаголовків або ж окремих речень у текстових блоках, у яких крапку пунктуаційно не передбачено. У цих випадках вона надає вербалізованому

компоненту *категоричності* та фокусує увагу на обов'язковому дотриманні превентивних заходів щодо уникнення поширення *COVID-19*. Наприклад: *“Follow these easy steps to help prevent the spread of COVID-19.”* (рис. 2.25). *“Please, read before entering.”* (Додаток В, рис. В 17).



Рис. 2.25 [390]

В англomовному масмедійному комунікативному просторі спостерігаємо й навність питальних речень у структурі тексту, які виражають прагнення адресанта спонукати адресата до отримання відповіді на запитання або ж самостійно знайти відповідь на інформаційний запит у тексті. Питальні речення розраховані на певну реакцію читача. Виокремлюємо два типи питальних речень: експліцитні та імпліцитні. У наведеному прикладі спостерігаємо питання в прямому значенні, яке передбачає отримання відповіді. У цьому випадку інформація виражена експліцитно, адже відповідь одразу слідує за питанням. Наприклад: *“What lockdown rules are changing? From Saturday. Stay at home restrictions will change to stay local. Four people from two households can meet outside. Outdoor sports like golf can resume”* (рис. 2.26), *“What should I do to prevent catching and spreading the virus? Wash hands frequently with soap and water or use a sanitizer gel. Throw away used tissues. Catch coughs and sneezes with disposable tissues”* (Додаток В, рис. В 18).

Імпліцитні питальні речення – риторичні, відповіді на які переважно очевидна. Такі питання – потужний засіб експресивного синтаксису,

характерною особливістю якого є яскраво виражена прагматична спрямованість. Наприклад: “*Should I Get Tested?*” (рис. 2.27), “*Are you caring for children under the age of 5?*” (Додаток В, рис. В 19).



Рис. 2.26 [453]



Рис. 2.27 [409]

Надзвичайно виразним і дієвим механізмом є окличні речення, які репрезентують емоційний стан продуцентів, закликаючи реципієнтів до дій, акцентуючи увагу на важливих аспектах. Знак оклику, як правило, сигналізує про особливу важливість інформації, підкреслює пріоритетність виділеного фрагменту, наголошує на значущості змісту. У наведеному прикладі окличне речення використовують задля застереження та заклику: “*Stay home when you are sick!*” (рис. 2.28). “*Follow these simple steps to protect your loved ones from COVID-19!*” (рис. 2.29).



Рис. 2.28 [412]



Рис. 2.29 [418]

Слід також звернути увагу на те, що на основі ілюстративного корпусу виявлено експресивно забарвлені лексеми на позначення боротьби з вірусом. Мілітаристський характер писемного мовлення прослідковуємо у наступних прикладах: *Encourage your kids to become hand-washing superheroes!* (рис. 2.30), *Be ready to fight COVID-19* (рис. 2.31), *Stay healthy to beat COVID-19* (рис. 2.32), *There are five key steps to tackle the coronavirus* (рис. 2.33).



Рис. 2.30 [508]



Рис. 2.31 [526]



Рис. 2.32 [460]

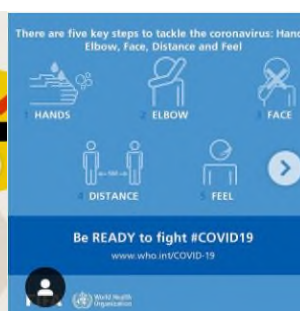


Рис. 2.33 [587]

Говорячи про колірну гаму, слід зауважити, що вона поліхромна та складається переважно з синього, червоного, зеленого, жовтого кольорів. Перцептивність людиною червоного кольору, що спостерігаємо у заборонних знаках, спонукає до усвідомлення небезпеки зараження вірусом та застерігає від негативних наслідків. Червоним кольором репрезентують явища та об'єкти або ж текстову інформацію, яким притаманні небезпечні та загрозливі конотації (явно виражені симптоми, знаки заборони, знаки на позначення *COVID-19*, джерела інфікування). Значна частина текстів характеризується триколірною палітрою з переважанням синього (синьо-біло-жовта, синьо-біло-голуба, синьо-біло-червона) (рис.2.30–2.33). Рідше спостерігаємо червоно-біло-чорну колірну палітру (рис. 2.34).

Сині та зелені відтінки об'єктивують помірні симптоми, алгоритми правильних дій у випадку зараження, безпечність та захист. Кольору належить одна з ключових ролей у досліджуваних нами текстах, адже окрім психологічного впливу на адресата, колірне забарвлення є засобом привернення уваги та маніпуляції свідомістю.



Рис. 2.34 [461]

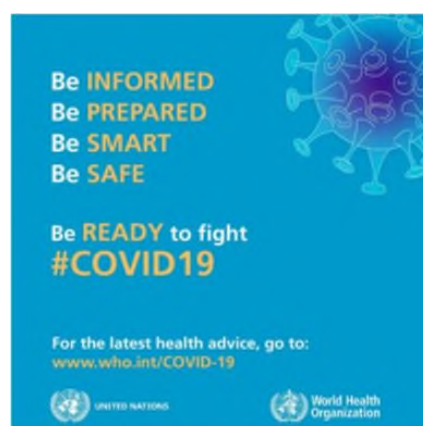


Рис. 2.35 [526]

Шрифтові виділення слугують акцентом повідомлюваного, оскільки зосереджують увагу реципієнта на головних ідеях. Вживання великих літер спостерігаємо на рис. 2.35 у лексемах, які формують основний текст та відображають інтенції автора сфокусувати увагу читача на тих основних характеристиках, якими повинна володіти людина, щоб уберегтися від смертоносного вірусу. Капіталізацією послуговуються у медичних текстах на тематику *COVID-19* досить часто.

Як бачимо, на рис. 2.35 увагу акцентовано на частково капіталізованих повторях-зверненнях до потенційних читачів, виражених наказовим способом (“*Be INFORMED*”, “*Be PREPARED*”, “*Be SMART*”, “*Be SAFE*”, “*Be READY to fight COVID-19*”). Така комунікативна стратегія є закликом щодо важливості бути поінформованим, готовим, обізнаним, щоб убезпечити себе й озброїти знаннями у боротьбі з коронавірусною інфекцією.

Підсумовуючи вищезазначене, можна вести мову про те, що проаналізовані мультимодальні комплекси традиційно демонструють розмаїття у плані структури, семантики, поєднання вербальних і невербальних компонентів, а також використаних стратегій, які їм притаманні.

Аналізовані тексти надзвичайно інформативні та візуально атрактивні завдяки графічному інвентарю. Вплив на реципієнта значною мірою залежить від зовнішнього вигляду тексту, оскільки читач спершу сприймає матеріал візуально. Як бачимо, чітко прослідковується насиченість тексту графічними компонентами: піктограмами, ідеограмами (математичними символами, цифрами, амперсандом, хештегом), типографічними знаками, логотипами, емблемами, мапами, таблицями, діаграмами, графіками, схемами, світлинами, зображеннями ілюстративного характеру, емотиконами, додатковими графічними засобами (стрілками, лініями), специфічними графічними символами (галочками, хрестиками).

Слід також зауважити, що інтегральним складником більшості текстів є логотип установи чи закладу, що продукує відповідний контент. Розташування візуальних компонентів, оформлення заголовку та підзаголовків, наявність

різних складників, виділення декоративними елементами, колірне і шрифтове варіювання та інші засоби акцентування впливають на те, чи буде текст взагалі прочитаний адресатом. Тому, закономірно, що серед великої кількості масмедійної продукції читач обирає той матеріал, який його зацікавив не лише змістом, але й зовнішньою репрезентацією, що забезпечується саме графічними засобами.

Невербальні складники, серед яких найпоширенішими є іконічні, а меншою мірою представлені символічні та фотографічні зображення, можна вважати структурно-семантичним ядром повідомлюваного, передаючи у простій і зрозумілій формі основний смисл. Вербальні елементи переважно представлені в заголовку, слугують підписами або детальними інструкціями, уточнюючи чи розширюючи задум, репрезентований графічно. Невербальні складники, такі як геометричні фігури, розмір та колір шрифту й фону, розміщення лексем та використання інших знаків, допомагають привертати увагу в цілому, акцентувати на важливості повідомлюваного, а в деяких випадках за рахунок нестандартного компоновання створюють певні труднощі під час декодування.

2.2 Піктограми як ключові конституенти англомовних текстів малої форми на тематику *COVID-19*

Піктограми як елементи візуальної комунікації широко використовувані у масмедійному комунікативному просторі. Будучи найбільш продуктивним та ефективним і в той же час універсальним засобом спілкування, вони відіграють роль міжнародної «метамови». Завдяки піктограмам долаються мовні, національні та культурні бар'єри в плані перцептивності візуального матеріалу.

Піктографічний компонент – превалюючий графічний засіб репрезентації превентива у досліджуваних англомовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*. Вдаючись до еволюції письма, зауважимо, що у працях, присвячених писемності, під піктографією (від лат. *pictus* «розмальований») і

грец. *grapho* «пишу») розуміють відображення змісту повідомлюваного у вигляді малюнка або послідовності малюнків (малюнкове письмо) [76, с. 166].

Уважаємо, що піктограма – це невербальна одиниця, яку можна дешифрувати як однією лексемою, словосполученням, реченням, так і цілим текстом. Р. Джейкоб доводить ефективність інфографіки та піктографічної репрезентації інформації про пандемію *COVID-19* у ЗМІ, акцентуючи увагу на тому, що саме графічне представлення інформації про ризики зараження формує у читачів позитивні поведінкові зміни [260].

Наявність численних піктограм у масмедійних текстах на тематику коронавірусної інфекції пов'язана з наміром передати значний обсяг інформації за допомогою невеликої кількості знаків (вербальних та невербальних). Досліджувані нами тексти містять щонайменше одну піктограму. Однак переважна кількість піктографічних елементів у них може досягати двадцяти, а максимальна кількість виявлених таких одиниць сягає 308 (Додаток В, рис. В 5).



Рис. 2.36 [493]

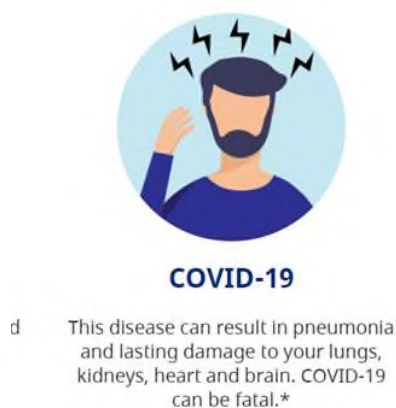


Рис. 2.37 [512]

К. С. Серажим, Н. І. Лютянська стверджують, що у медіатексті є зашифровані коди, виражені знаками, які поділяють на: знаки-індекси, знаки-образи та знаки-символи [92]. У корпусі ілюстративного матеріалу ідентифіковано частотне використання «іконічних» піктограм, які подібні до понять та об'єктів, поведінкових дій, що репрезентують (миття рук, вимірювання температури тощо), рідше – «символічних», умовних, образних,

які втратили свою подібність до об'єкта, що маніфестують (зображення серця у долонях на рис. 2.36 як символ підтримки людей, хворих на *COVID-19*; блискавичні стрілки на позначення пронизливого болю у різних ділянках тіла на рис. 2.37). У цілому, означуваням піктограм притаманна чітка конкретизація та тісний ступінь зв'язку знака з поняттям, предметом, об'єктом чи явищем, які вони денотують.

Дослідження піктограм у корпусі ілюстративного матеріалу дозволяє тематично диференціювати їх на підставі спільних ознак. Як результат, виокремлюємо три групи : *піктограми, що репрезентують індивідів, предмети чи об'єкти; поведінкові дії; симптоми коронавірусу*. До першої групи відносимо ті, які денотують вірус, маску, засоби дезинфекції, будівлі, медичний інструментарій, предмети побуту, засоби транспорту тощо. Піктограми індивідів, як правило, зображають у вигляді мультиплікаційних фігур (схематично зображених людей) з невизначеністю індивідуальності представленої особи. Така виправдана генералізація досягається за рахунок мінімалізації деталей чи частин обличчя або ж їх повної відсутності (очей, носа, рота (рис. 2.38)).



Рис. 2.38 [614]

Ніс та рот спостерігаємо лише на тих піктограмах, що репрезентують симптоми вірусу, які пов'язані з відповідними органами чуттів (відсутність смаку і нюху). У цьому випадку такі піктографічні елементи демонструють не об'єкт, а стан та становлять велику групу піктограм, що денотують симптоми коронавірусної хвороби.

Другу групу складають *піктограми, які відображають поведінкові дії, що мають на меті запобігти зараженню вірусом*. Це рекомендації превентивного характеру, що стосуються як окремих індивідів, так і групових

поведінкових реакцій (рис. 2.39–2.40).

Спостерігаємо численні піктограми, які репрезентують симптоми коронавірусу та складають третю означену нами групу (рис. 2.40; Додаток В, рис. В 20).



Рис. 2.39 [479]

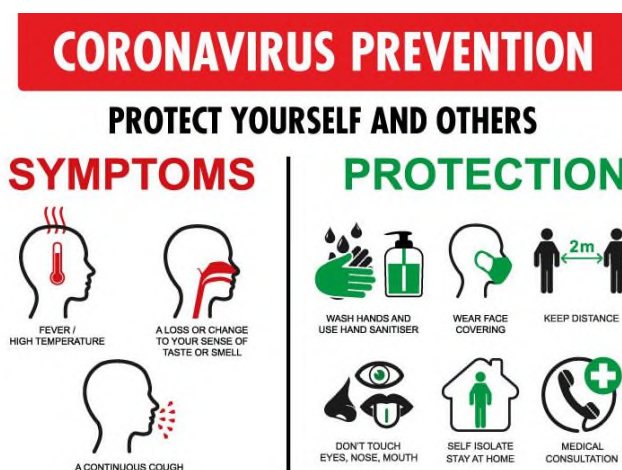


Рис. 2.40 [406]

Говорячи про їх локативність, виокремлюємо вертикально-лінійне, горизонтально-лінійне, правостороннє чи лівостороннє щодо вербальної частини, або ж кільцеве, змішане чи атипове розміщення. Щодо синтактичних особливостей піктограм, спостерігаємо множинність їх форм: квадратні, прямокутні, круглі, з обрамленням, без обрамлення, без чітких форм, з колірною заливкою, без заливки. У корпусі ілюстративного матеріалу превалюють піктограми з круглою формою та яскравою заливкою з чітким контуром та контрастом (Додаток В, рис. В 10; В 13; В 15; В 18–20). Значно менше послуговуються піктограмами без контура (рис. 2.40). Натрапляємо також на тексти, у яких використовують квадратні піктограми та піктограми варіативних форм (рис. 2.39–2.40).

Значна частина піктограм – універсальні за будовою. До прикладу, фізичне дистанціювання репрезентовано, як правило, за допомогою осіб, які знаходяться на безпечній відстані та мають відповідне кольорове маркування (рис. 2.41–2.42). При цьому на більшості піктограм безпечна відстань

експлікована певним цифровим еквівалентом.



Practice physical distancing



Stay at least 6 feet away from others.

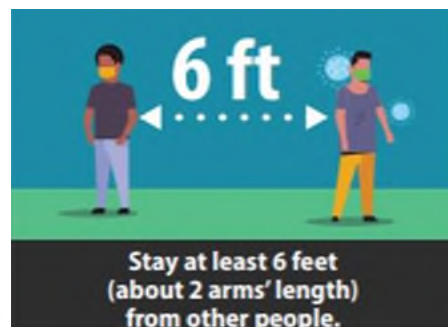


Рис. 2. 42 [419]

Рис. 2. 41 [602]

Аналізуючи структурні особливості піктограм у досліджуваних нами текстах, переважно прослідковуємо послідовність простих знаків-піктограм, що розгортаються у вигляді окремих «епізодів». Піктографічні зображення, що складаються з одного складного знака-повідомлення, в якому інтерпретуються його складові частини трапляються рідко.

Діаграма 2.2



Аналіз означуваних текстів засвідчив, що піктограми супроводжують вербалізованими поясненнями, які зрідка репрезентовані однією лексемою (“*diabetes*”, “*cancer*” (рис. 2.43)), частіше словосполучкою (“*heart diseases*”, “*chronic respiratory disease*” (рис. 2.43)), у більшості випадків реченням (“*Wash hands for about 20 seconds with soap and hot water or use a sanitizer gel*” (рис. 2.44), чи декількома реченнями (“*Wash your hands before eating, after using the restroom, and after sneezing, coughing or blowing your nose. Wash your hands often (for 20 seconds) with soap and water, or use alcohol-based*

hand-sanitizer containing at least 60% alcohol” (як правило не більше чотирьох) (рис. 2.45). При цьому піктографічні елементи переважно транслюють інформацію, додаткову до тієї, що виражена вербально, хоча нерідко стають самостійними носіями інформації та є самодостатніми для розкриття змісту тексту. Отже, вищезазначене дає підстави виокремити дві групи піктограм: *вербально-залежні (38%) та вербально-незалежні (62%)*.

Вербальні засоби зазвичай описують або ж деталізують піктографічні компоненти, які можуть існувати окремо, будучи при цьому зрозумілими для адресатів. Це дає підстави стверджувати, що піктографічні елементи у структурі англomовних текстів на тематику *COVID-19* можуть бути самостійними одиницями. Найчастіше вони виступають у ролі *директивів-інструктивів щодо профілактичних заходів запобігання поширенню коронавірусної хвороби та дій у разі інфікування* (Додаток В, рис. В 20).



Рис. 2. 43 [593]

Рис. 2. 44 [617]



Рис. 2.45 [511]

У досліджуваних текстах піктограми, як правило, супроводжують додатковими знаками (стрілками, галочками, хрестиками), які доповнюють, або ж дублюють значення вербалізованих складників (Додаток В, рис. В 21).

Синонімія як системне явище, що реалізує парадигматичні відношення рівнозначності, притаманна графічному інвентарю означуваних текстів. *Графічна синонімія* – характерна особливість текстів малої форми, які репрезентують симптоматику коронавірусної інфекції. При цьому один і той самий симптом має множинну кількість синонімічних піктограм. Для прикладу, гарячка може зображатися у вигляді піктографічних компонентів, на кожному з яких є елемент термометра (рис. 2.46–2.49).

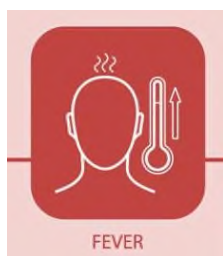


Рис. 2.46 [546]



Рис. 2.47 [610]



Рис. 2.48 [415]



Рис. 2.49 [610]

Аналіз репрезентованих прикладів дає підстави стверджувати той факт, що різна графічна форма може передавати одне й те саме значення або ж одне поняття може бути вираженим різними графічними засобами.

Прикладом графічної синонімії можуть слугувати численні *пиктограми на позначення безпечного дистанціювання* під час пандемії. Проксемічні обмеження в аналізованих нами текстах по-різному репрезентовані графічно, що свідчить про актуалізацію явища *графічної синонімії* (рис. 2.50–2.52).



Рис. 2.50 [527]

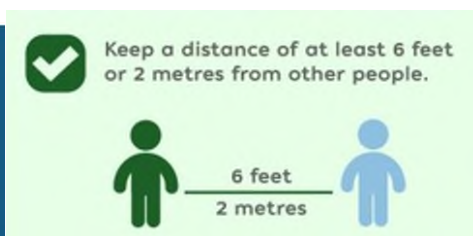


Рис. 2.51 [571]

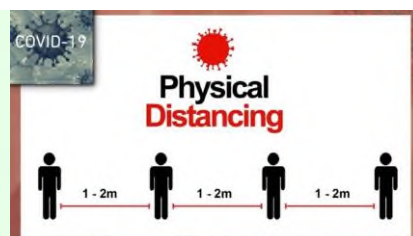


Рис. 2.52 [484]

Досліджуючи у мультимодальних текстах маніфестацію симптомів коронавірусної інфекції, спостерігаємо велику кількість *синонімів-пиктограм*, що супроводжують синоніми-лексеми. На позначення високої температури використовують пиктограми з зображеннями термометра, крапель поту на чолі та вертикальних хвилястих ліній над головою з інтеграційною картинкою термометра з червоними показниками. Усі пиктограми супроводжують репетиційні (зображення повторює вербальний текст) однослівні або кількаслівні лексичні компоненти, що мають синонімічне значення: “*fever*”, “*fever or chills*” (рис. 2.53–2.54).



Рис. 2.53 [415]



Рис. 2.54 [610]

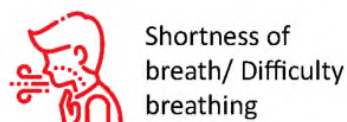


Рис. 2.5 [415]



Рис. 2.56 [546]

Ключовими компонентами синонімічних піктограм на позначення симптому утрудненого дихання та задухи є зображення легень, іноді з вкрапленнями червоного кольору, що вказують на уражені ділянки. Частіше цей процес репрезентують схематичним зображенням дихального тракту, пунктирно окресленим червоною кривою, що проходить через ротову порожнину та змальовує респіраторне захворювання (рис. 2.55–2.56).

Як бачимо, синонімічна репрезентація вірусу частотна у досліджуваних текстах, тому заслуговує на увагу. Спостерігаємо різний ступінь абстракції зображення коронавірусу, від наближено реальних до абстрактних іконограм. Зауважимо, що кількість таких графічних елементів на позначення вірусу у масмедійному просторі щоденно зростає. Усі вони мають кілька загальних характеристик, які сприяють їх легкому розпізнаванню та є ключовими ідентифікаторами тематичної спрямованості тексту (рис. 2.57–2.60).



Рис. 2.57 [486]



Рис. 2.58 [537]



Рис. 2.59 [508]



Рис. 2.60 [537]

Характерними симптомами коронавірусної інфекції є втрата смаку та нюху, що графічно зображають за допомогою носа та язика. При цьому ключовим маркованим знаком на позначення втрати цих відчуттів є червоне коло з діагональною перетинкою (рис. 2.61–2.62).

Loss of taste
or smell

Рис. 2.61 [610]

Loss of taste
and smell

Рис. 2.62 [403]

У проаналізованих прикладах також виокремлюємо групу синонімічних піктограм на позначення симптому діареї. Спектр піктографічного інвентарю з

рівнозначною семантикою щодо означуваного симптому широко варіюється: зображення органів травного тракту (шлунка, кишечника) з вогнищами ураження у вигляді стрілок-блискавок, туалетного паперу та унітаза (рис.2.63–2.66).



Рис. 2.63 [402]



Рис. 2.64 [402]

Diarrhea



Рис. 2.65 [403]



Рис. 2.66 [403]

Утому, як симптом коронавірусної інфекції у досліджуваних нами текстах, графічно репрезентують у вигляді піктограми ліжка, на якому лежить хворий. При цьому слабкість або ж хворобливість, як правило, позначають символічними знаками блискавки чи ламаних ліній навколо хворобливої ділянки чи самого хворого (рис.2.67–2.68). Синонімічною піктограмою, що сигналізує симптом втоми, є зображення розрядженої батарейки, що свідчить про безсилля особи та її недієздатність (рис.2.69 –2.70).

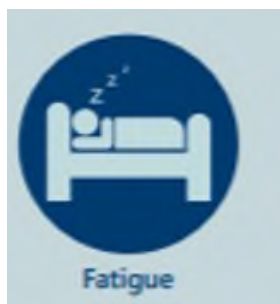


Рис. 2.67 [402]



Рис. 2.68 [403]

Tiredness

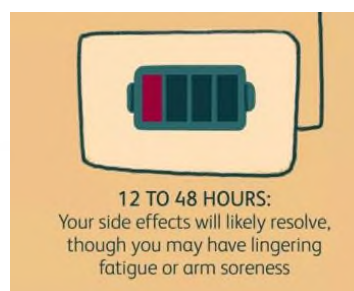


Рис. 2.69 [607]



Рис. 2.70 [402]

Як бачимо, одне й теж саме поняття репрезентують широким різноманіттям піктограм. Синонімічними також є графічні одиниці на позначення процесу миття рук як одного з найвагоміших превентивних заходів у період пандемії. До прикладу, миття рук зображають у різних варіаціях: зображення кистей рук, крапель або потоку води, мила, миючої піни, бульбашок, дезінфікуючого засобу, крана (рис. 2.71–2.73).



Рис. 2.71 [402]



Wash hands frequently with soap and water or use a sanitiser gel

Рис. 2.72 [403]



Рис. 2.73 [494]

Спостерігаємо також наявність піктограм, які відображають *антонімічні поняття*, що є протилежними за значенням та мають на меті донести до реципієнтів інформацію щодо правильних та хибних дій чи алгоритмів поведінки під час пандемії.



Рис. 2.74 [473]



Рис. 2.75 [550]

Маску для обличчя, як засіб захисту від *COVID-19* та невід’ємний елемент дрескоду в період пандемії, графічно репрезентовано у превентивних медичних текстах малої форми за допомогою великої кількості як піктограм, так і світлин. Аналіз графічних компонентів на позначення процесу носіння маски свідчить про ідентичність їх змісту та варіативність знакових форм (рис. 2.74–2.75). Зображення маски, яку одягнуто правильно або ж навпаки – неправильно, супроводжує ідентичний за змістом вербальний компонент. Необхідність правильного носіння маски зацентрована формою наказового способу. Наприклад: “*Wear your mask all the way up close to the bridge of your nose and all the way down under your chin. Do not leave your chin exposed. Do not wear a mask loosely with gaps on the side*” (рис. 2.75).

Антонімічна репрезентація неправильного носіння маски виражена заперечною формою наказового способу дієслова. Антонімічність графічних знаків на позначення процесу носіння маски підсилюється ідентичними

позначками “V” та “X” на символічних колірних фонах – зеленому (при правильному носінні маски) та червоному (при неправильному носінні цього захисного атрибуту).

Поєднання семіотичних компонентів гетерогенного характеру, яким притаманна рівнозначна семантика та функціонування в єдиному семантичному полі, забезпечує цілісність та зв’язність тексту, комунікативно-прагматичний вплив повідомлюваного на адресата. Зображення маски у досліджуваних текстах використовують у двох значеннях. В одній групі текстів маску репрезентовано як превентивний засіб у боротьбі з коронавірусною інфекцією та символічний маркер, що семантично вказує на обов’язковість носіння маски під час пандемії (рис. 2.74). У цьому контексті маска відокремлена від індивідів. В іншій групі текстів графічне зображення маски демонструє правильне, або ж навпаки неправильне її носіння та збігається зі значенням з вербальними складниками, які його супроводжують (рис. 2.75).

Отже, піктограми – невід’ємні компоненти сучасних англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19*. Їх кількість, розмір, форма, колір, тематична спрямованість варіюються та залежать від різних чинників. Встановлено, що їм, як і низці лексичних одиниць, характерні парадигматичні зв’язки. Поняття графічної синонімії є відносно новим у сучасних лінгвістичних студіях і засвідчує наявність значної кількості знаків та знакових систем, що мають різний план вираження, проте однаковий план змісту. У порівнянні, графічна антонімія є цілком новим явищем, що засвідчує свою ефективність та затребуваність як компактний та легкодоступний інструмент актуалізації превентива в корпусі досліджуваного матеріалу.

2.3 Функціонування мультимодальних лексем та мультимодальних синтаксичних конструкцій в англомовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*

Корпус фактичного матеріалу дозволив ідентифікувати у ньому

мультимодальні графеми, лексеми й синтаксичні конструкції, сформовані внаслідок поєднання алфавітних графем та візуальних компонентів, що характеризуються новаторськими тенденціями творення (рис. 2.76–2.77).

Нестандартні одиниці (мультимодальні графеми, лексеми, словосполуки і речення), у яких один чи кілька елементів заміщено невербальним засобом докладно розглянуто в роботі Л. Л. Макарук. Підтримуємо бачення дослідниці, яка номінує мультимодальною лексемою сполучення алфавітних графем та будь-яких інших семіотичних ресурсів [112, с. 222]. У розвідці утотожнюємо поняття мультимодальної графеми з параграфемою; мультимодальної лексеми з паралексемою; мультимодальної синтаксичної конструкції з мультимодальною словосполукою чи реченням.

У англomовних текстах на тематику коронавірусної інфекції неодноразово натрапляємо на субституцію графеми “o” піктограмою, що символізує заборону (рис. 2.75–2.76).



Рис. 2.76 [575]



Рис. 2.77 [498]

Аналізована піктограма функціює як мультимодальна графема та репрезентує превентивні міри задля запобігання поширенню коронавірусної інфекції. Спостерігаємо дублювання вербальної лексеми “stop” невербальним компонентом (піктограмою). На аналізованих рисунках графему “o” замінено зображенням клітини коронавірусу, що за формою подібна до алфавітної графеми. Складником цієї параграфеми є перехресна позначка, що накладається на зображення коронавірусу та повторюється кілька разів в аналізованому тексті, акцентуючи увагу читача на тих діях, які заборонені задля того, щоб знищити вірус. На рис. 2.75–2.76 параграфеми виконують не лише функцію

заміщення, але й подвоюють та підсилюють значення повідомлюваного, яке інформує адресата про превентивні заходи, дотримання яких може зупинити поширення вірусу.

На рис. 2.77 зображено компонент невербальної природи, який за формою імітує графему “L” та водночас нагадує ліжко, на якому доводиться перебувати у випадку поганого самопочуття чи під час сну й відпочинку упродовж певного часу. Оскільки перебіг коронавірусу залежить від різних чинників, ймовірно, ліжко свідчить про те, що лікування може бути тривалим, тому перебувати в ньому доведеться чимало. Так само, як і пост-ковідне самопочуття, незалежно від того, як протікала хвороба. У такий спосіб відбувається дублікація не лише традиційної графеми, але й значення лексеми, яка у цьому випадку є мультимодальною.

Крім того, бачимо, що довжина лексеми “long” (у значенні тривалий) суттєво відрізняється від інших, бо має втричі більшу довжину ніж класичні алфавітні графеми. Таким чином, ті особи, що інфікувалися упродовж затяжної епідемії, можуть мати пост-ковідні симптоми невизначеної тривалості. Цей висновок можна зробити на підставі гральних кубиків та вербального складника. Аналізований текст є одним з найбільш неординарних, оскільки одна невербальна графема у формі ліжка водночас заміщує традиційну, якій уподібнюється за рахунок ліжка та його довжини. Більше того, завдяки своєму розміру вказує на те, що пандемія є тривалою, як і непередбачені наслідки хвороби, які потребуватимуть часу для усунення наслідків.

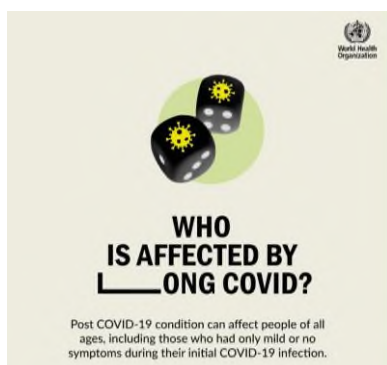


Рис. 2.77 [459]



Рис. 2.78 [539]

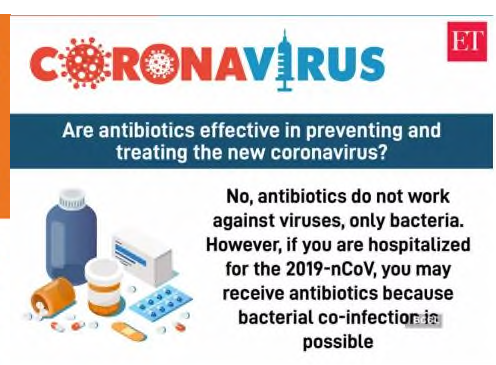


Рис. 2.79 [574]

Релевантними для аналізу є параграфи на рис. 2.78–2.79, на яких шприц заміщує графему «i» та пунктуаційний знак оклику «!». Невербальний компонент у вигляді шприца асоціюється з вакцинацією проти *COVID-19* та має потужний комунікативно-прагматичний потенціал, переконуючи читачів у значимості превентивних щеплень.

Вартими уваги є й графічні компоненти, що входять до складу паралексем на рис. 2.78–2.79. Мультимодальна графема на рис. 2.78, що заміщує графему «o», містить зображення лейкопластиря у формі серця як життєво-важливого органа та репрезентує важливість вакцинації для збереження життя. В аналізованому прикладі лейкопластир асоціюється з маніпуляцією щеплення, що передбачає його використання.

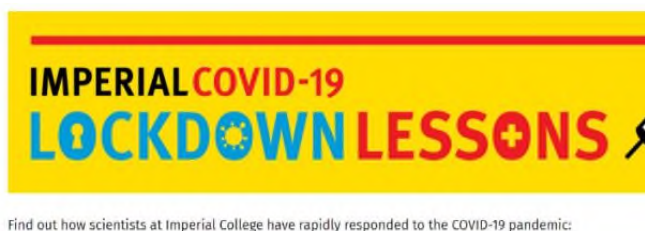


Рис. 2.80 [483]



Рис 2.81 [443]

Паралексеми на рис. 2.80 виражені нестандартними графемами, у яких виявлено екстраполяцію графічних елементів невербальної природи. Семантично графічні компоненти цих паралексем ідентичні усьому вербалізатору. Замкова щілина ототожнюється з локдауном, замкнутим простором, і водночас підсилює семантику мультимодальної лексеми. Зображення клітини вірусу, що входить до складу параграфеми, ідентифікує причину локдауну. Традиційно, зображення хрестика у червоних кольорах символізує надання медичної допомоги та в аналізованому прикладі акцентує увагу читача на превентивних заходах під час локдауну.

Матеріал дослідження свідчить про те, що заміщувані англomовні графеми у мультимодальних лексемах переважно максимально уподібнюються за формою одиницям, замість яких їх використано. При цьому нестандартні графеми дублюють та підсилюють семантику мультимодальної лексеми, до складу якої вони входять.

Рис 2.81 містить одночасно декілька мультимодальних лексем та є неординарним з огляду на кореляцію невербальних компонентів та їх семантичне навантаження. Мультимодальна графема “A” має особливу форму, що символізує дім, в якому людина відчуває затишок, комфорт та безпеку. Додаткового семантичного навантаження додає символічне зображення серця у центрі графеми, яка інтегрується одночасно у дві лексеми “*stay*» та “*safe*”, акцентуючи увагу читача на необхідності дотримання заходів безпеки. Мультимодальна графема “V” підсилює значення вербалізованого компонента “*WE’RE COVID SAFE*”, тим самим інформуючи та переконуючи адресата у тому, що ми будемо у безпеці, якщо будемо мити руки, дотримуватися безпечної дистанції та залишатися вдома у випадку інфікування.

Кольорова акцентуація одиниці “*vaccination*” (рис. 2.82) дає підстави говорити як про мультимодальний характер лексеми, так і синтаксичної конструкції. Це пояснюється не лише грою кольорів, а й використанням галочки, яка максимально уподібнена графемі “V” та свідчить про виконання певної дії. У такий спосіб продуценти наголошують, що вакцинація повинна бути зроблена і це є безапеляційним аргументом боротьби з коронавірусом незалежно від того, про яку націю чи ареал йдеться.

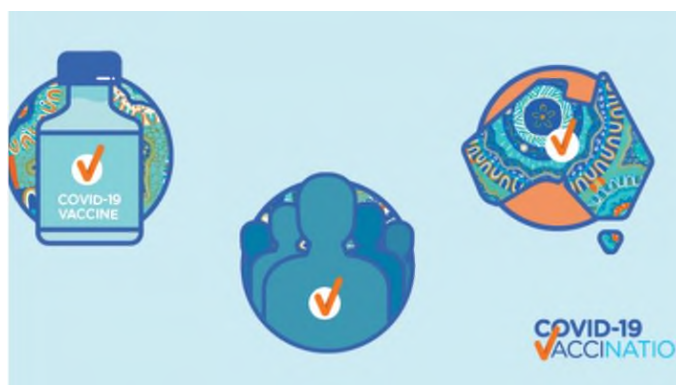


Рис. 2.82 [449]

На рис. 2.83 спостерігаємо невербальну одиницю у формі старовинного ключа, який заміщує традиційну лексему “*key*” (*a means of achieving a desired end* [229]), що в нашому випадку означає, що саме це є ключовим чинником, завдяки якому пандемія має шанси завершитися. Отже, три алфавітні графічні позначки замінено одним елементом, що у цьому прикладі виконує провідну

роль. Слід також акцентувати увагу на тому, що лексеми “*Vaccine*” та “*Equity*” надруковані без пробілу за рахунок того, що одна графема “*E*” має однаковий план вираження і є фінальною у лексемі “*Vaccine*” та ініціальною у лексемі “*Equity*”.

У такий спосіб відбувається злиття двох одиниць і за рахунок збігу останньої графеми першої лексеми та першої графеми другої лексеми й упущення однієї з них, слугує засобом привернення уваги, проте, не створює труднощів для декодування змісту. Цілком виправданим вважаємо хештег («#»), мета якого полягає в активізації людства задля вирішення цієї глобальної проблеми. Водночас, загальна ідея полягає в тому, щоб забезпечити рівний доступ усіх людей до вакцинації. Маємо усі підстави стверджувати, що аналізований приклад є мультимодальною синтаксичною конструкцією, оскільки її сформовано шляхом симбіозу вербальних і невербальних засобів та особливих спецефектів, актуалізованих кольоровим варіюванням.

На рис. 2.84 в рамках одного тексту спостерігаємо функціонування двох мультимодальних синтаксичних конструкцій, до складу яких входять невербальні компоненти. У першій бачимо наявність двох таких одиниць у формі символічного серця та графічної молекули вірусу, дешифрувати зміст яких вербально можна так: “*USE LOVE TO FIGHT COVID-19*”. Спостерігаємо реалізацію явища мовної економії внаслідок графічної субституції. Чотирьохкомпонентну лексему “*LOVE*” замінено зображенням серця, а лексему “*COVID-19*” графічним відповідником вірусу, що є легко впізнаваним у сучасному соціумі за рахунок масштабності поширення хвороби та її різновимірних негативних наслідків.

Друга синтаксична конструкція (“*PEOPLE WITH HEART DISEASES ARE MORE VULNERABLE TO COVID-19*”) також містить позначку розбитого серця (рис. 2.85), яке відрізняється від попереднього двокомпонентною структурою. Уважаємо таку комунікативну стратегію виправданою, оскільки заміщенню підлягає словосполука “*HEART DISEASES*”. Вочевидь, її кількісний склад значно менший ніж вербального складника, однак візуальний компонент краще

та швидше сприймається та розуміється цільовою аудиторією.


#VaccinEquity is  to ending the pandemic, together!

Рис 2.83 [491]

USE  TO FIGHT 

Рис 2.84 [620]



Рис 2.85 [620]



Рис. 2.86 [617]

Функціонування мультимодальної синтаксичної конструкції спостерігаємо на рис. 2.86 внаслідок омонімічного заміщення лексемного складника “for” ідеографічним “4”. Це привертає увагу адресата, а лаконічність вербалізованого контенту дозволяє сподіватися, що читач запам’ятає цю інформацію завдяки неординарній формі. Хеш-символ «#», як індикатор структурування текстових фрагментів за темою або типом, не випадково використовують в аналізованому тексті, адже він має на меті сфокусувати увагу аудиторії на цій проблемі.

Отже, мультимодальні лексеми, словосполучення та речення перетворюються з оказіональних на традиційні й все частіше інтегруються у сучасний англomовний масмедійний комунікативний простір, надаючи йому полігранності й візуальної атрактивності. Маємо підстави стверджувати, що кількість заміщуваних графем в одній лексемі варіюється і найчастіше сягає двох одиниць, яким також часто притаманна графічна синонімія. Крім того, за формою та зовнішнім виглядом заміщувана одиниця максимально уподібнена заміщуваним.

2.4 Функції семіотичних ресурсів в англomовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*

Як ми уже зазначали, невід'ємними складниками текстів малої форми на тематику коронавірусної хвороби є невербальні засоби, які сприяють інтерпретації повідомлюваного завдяки своїй образності, символічності та візуальності. Як елементи візуальної міжнародної комунікації, вони полегшують розуміння тексту.

Переважно, невербальні/вербальні засоби доповнюють вербальний/невербальний компонент, дублюють і тим самим підсилюють значення. Окрім цих функцій вони також слугують засобами актуалізації семантики конститuentів повідомлюваного. Між вербальними та невербальними компонентами мультимодальних текстів на тематику коронавірусної хвороби простежуємо різний взаємозв'язок, а відтак і функційну роль.

Комбінація різних складових в структурі англomовних текстів малої форми на тематику *COVID-19* сприяє виконанню базових функцій невербальних засобів: *інформувати, навчати, привертати увагу, прямо чи опосередковано впливати на свідомість реципієнта*. Виконуючи функції інформування та комунікації у зручний для читацької аудиторії спосіб, масмедійні тексти на тематику коронавірусної інфекції містять у своїй структурі ретельно розроблені окремі компоненти, інтегровані у макет сторінки та спрямовані на максимальну доступність візуальної інформації, що відображається у них.

Варто акцентувати увагу, що множинність піктограм, як ключових складників означених текстів, виправдана, адже за своїм функційним призначенням вони *інформують, застерігають та попереджають*. Окрім цього, за своєю інтернаціональною ознакою піктографічні елементи *візуально передають інформацію, яка однозначно інтерпретується реципієнтами незалежно від етнічної приналежності*. Крім того, характерною особливістю

аналізованих нами піктограм є їх фігуральність та іконічність: вони загальнозрозумілі та репрезентують певне явище або дію, що з легкістю розшифровується адресатом (рис. 2.87).



Рис. 2.87 [402]

Зафіксовано випадки коли піктограми використовують з метою субституції вербальних складників. Вони можуть функціювати самостійно, незалежно від вербального складника, або ж слугувати певним доповненням до нього, виконуючи в цьому випадку *комплементарну функцію*. На підставі аналізу встановлено, що піктограми уможливають розуміння змісту повідомлюваного без залучення вербальних відповідників. Вони виступають у ролі повноцінних візуальних сигналів, що допомагають інтерпретувати та запам'ятати інформацію, закодовану у них. У цих випадках піктограми, як умовні знаки-зображення, передають ідею образно-асоціативним шляхом.

Говорячи про елементи зображальної графіки, зазначимо, що на рис. 2.88 важливість бустерної дози вакцини та її потужна профілактична дія семантично підсилюється за рахунок мускулатури руки, саму ж вакцинацію візуально репрезентовано лейкопластиром. Піднята рука *дублює* значення вербального компонента, символізуючи чи уособлюючи при цьому спонукання та свідоме виявлення бажання до вакцинації громадян. При цьому образ Статуї Свободи як символа міста та країни репрезентує цей заклик саме до жителів Нью-Йорка (рис. 2.89).

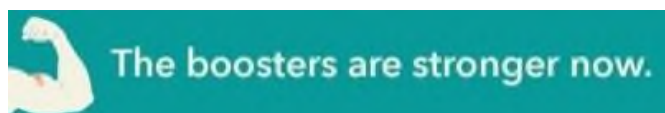


Рис. 2. 88 [489]



Рис. 2.89 [582]



Рис. 2.90 [449]

Сполучуваність знаків різних семіотичних систем спостерігаємо на рис. 2.90. Графічний символ «✓» виконує різні функційні ролі. Графема з яскраво-червоним забарвленням, окрім своєї структурної ролі у складі лексеми, *акцентує увагу на ключовому значенні повідомлюваного*: важливості вакцинації під час пандемії. Множинне дублювання графічного знаку в одному тексті *підсилює комунікативно-прагматичне значення* повідомлюваного: необхідність масової вакцинації людей у всьому світі.

Графічні символи можуть виконувати *функцію компресії*. В аналізованому прикладі графічний знак & (амперсанд) *компресує простір*. Математичні знаки +/- у поєднанні з вербалізованим компонентом “congestion” набувають нових функцій. Технічно вони *компресують* зміст, а семантично вказують на ймовірну наявність або відсутність симптому. Економію засобів спостерігаємо також на прикладі графічних знаків ≤, що мають певне семантичне навантаження та у поєднанні з цифровими знаками та вербальним компонентом репрезентують вік осіб (Додаток В, рис. В 2).

Варіації шрифтів, їх розмір та колір виконують *атрактивну, змістовидільну функції*. У корпусі текстів виокремлюємо найпродуктивніші кольори: червоний, жовтий, зелений, синій. При цьому колірні відтінки корелюють з вербальними компонентами та їх змістовим наповненням (рис. 2.91). Відтінки червоного легко асоціювати зі ступенем серйозності наслідків як результату інфікування: поширення коронавірусної хвороби, що репрезентовано на світло-червоному тлі, впливає на збільшення випадків захворювання (насиченіша колірна репрезентація) та на кількість смертей (інтенсивне червоне забарвлення). Колірна гама може свідчити також про ризик

інфікування коронавірусною інфекцією (Додаток В, рис. В 22).

Як правило високий ризик інфікування ототожнюється з червоним, його відтінки райдужно відображають фактори ризику, від оранжевого й до зеленого, залежно від ймовірності інфікування. Червоний колір часто виконує *змістовидільну функцію* (рис. 2.91).



Рис. 2.91 [437]

Колір також виконує й *символічну функцію*. Наприклад, використання жовто-блакитних кольорів у масмедійному тексті на тематику *COVID-19* (рис. 2.92) окрім *атрактивної функції* символізує підтримку України у часи війни.



Рис. 2.92 [453]



Рис. 2.93 [453]

Як бачимо, кольору належить одна з ключових ролей у досліджуваних нами текстах, адже окрім психологічного впливу на адресата, колірне забарвлення є засобом привернення уваги та маніпуляції.

Комунікативно-прагматичні особливості невербальної репрезентації інформації прослідковуються й завдяки допису Агентства охорони здоров'я

Великобританії, опублікованого раніше: “*The UK stands with Ukraine*” (рис. 2.93). У цьому випадку колір привертає увагу реципієнтів інформації до таких глобальних проблем сучасного світу як пандемія та війна.

Таким чином, невербальні засоби виконують в досліджуваних текстах різні функції, зокрема полегшують інтерпретацію повідомлюваного завдяки своєму візуальному потенціалу; доповнюють, дублюють і тим самим підсилюють значення вербального складника; інформують, навчають та прямо чи опосередковано впливають на свідомість реципієнта; акцентують увагу на ключовому значенні інформації та компресують її; підсилюють комунікативно-прагматичне значення повідомлюваного; виконують атрактивну, змістовидільну та символічну функції.

Висновки до розділу 2

Тексти малої форми на тематику коронавірусної хвороби відображають сучасні тенденції цифровізації. Варіативність сегментації тексту, шрифтова та колірна акцентуація, наявність іконічного інструментарію та різноманітних технічно та семантично значимих графічних компонентів – усе це формує широкий спектр невербальних засобів, що виконують низку важливих функцій у тексті. Ефективність перцептивності у значній мірі залежить від графічних складників. Використання продуцентами інфографіки у масмедійних текстах на тематику *COVID-19* є цілком виправданим, адже це дозволяє логічно структурувати та репрезентувати об’ємну текстову інформацію за рахунок мінімальної кількості знаків, візуально привернути увагу читача. У багатьох досліджуваних текстах використання графічних засобів виходить за рамки ustalених норм і правил, що й, відповідно, змінює їх функційне навантаження.

Архітектоніка досліджуваних текстів характеризується варіативністю. Принцип побудови малих текстових форм на тематику коронавірусної хвороби гнучкий. Ураховуючи їх структуру, наповнення та функційне призначення, маємо підстави виокремити кілька параметрів, що підлягали докладному

аналізу. Серед них: типи текстів; наявність чи відсутність заголовків/підзаголовків або і заголовків, і підзаголовків; розміщення тексту; сегментарність (блоковість)/несегментарність; ідеографічний контент; додаткові невербальні засоби; шрифтові та кольорові варіації; особливості вербальних засобів.

Аналізований корпус ілюстративного матеріалу дає підстави виокремити п'ять типів текстів малої форми на тематику COVID-19: гетерографічні, піктографічні, вербально-залежні, ілюстративні, графічно-схематичні. Усі вони незалежно від чисельності знаків, які входять до їхнього складу, сформовані принаймні з 2 різних семіотичних систем, чисельність яких сягає не менше двох та не більше десяти.

У рамках досліджуваного матеріалу вирізняємо тексти, які мають заголовок, заголовок та підзаголовок й тексти, які не мають ні заголовку, ні підзаголовку. Крім того, ідентифіковано тексти у формі блоків (від двох до десяти), які переважно завжди мають підзаголовки. Сегментарний поділ текстів зумовлює множинність поетапних стратегій їх прочитання. Говорячи про функційне призначення заголовків та підзаголовків досліджуваних текстів, встановлено, що вони фокусують увагу реципієнта на тематиці повідомлюваного та увиразнюють зміст за рахунок шрифтових та кольорових варіацій.

Показовим є те, що у досліджуваних текстах зосереджують увагу на шляхах та способах превентива, експлікуючи це за допомогою низки гетерогенних ресурсів. Цей спектр включає вербальні одиниці та невербальні (піктограми, ідеограми (математичні символи, цифри, амперсанд, хештег), типографічні знаки, логотипи, емблеми, мапи, таблиці, діаграми, графіки, схеми, світлини, зображення ілюстративного характеру, емотикони, додаткові графічні засоби (стрілки, лінії), специфічні графічні символи (галочки, хрестики)). Наявність таких конститuentів у складі цих текстів свідчить про їх мультимодальний характер. Зауважимо, що усі ці невербальні засоби можуть функціонувати як самостійно, так і разом із вербальними складниками. Крім того,

відбувається варіювання кольорової гами та шрифту (капіталізація, курсив тощо). Окреслено символіку та семантику кольору в означених текстах, описано можливі способи декодування використаних у корпусі матеріалу шрифтових варіацій. Завдяки використанню вищезазначених графічних засобів адресанту тексту вдається не лише привернути увагу адресата до змісту тексту, але й акцентувати її на виділеному відрізку повідомлюваного завдяки курсиву, підкресленню, великим літерам, розрядці.

Щодо локації конститuentів у досліджуваних текстах виокремлено тексти з вертикально-лінійним, горизонтально-лінійним, круговим, змішаним та атиповим розташуванням на сторінці. Окрім цього, розміщення елементів може бути *симетричним* або *асиметричним*.

Англомовні тексти малої форми на тематику COVID-19 містять значну кількість піктографічних зображень, які є ключовими елементами у досліджуваних текстах, що слугують засобом полегшення сприйняття вербального складника. Як результат, маємо підстави резюмувати, що є дві групи піктограм, вербально-залежні та вербально-незалежні, останні з яких значно превалюють.

Аналіз досліджуваних текстів дозволив виокремити піктограми, що репрезентують понятійну, предметну чи функційну подібність позначуваних явищ та об'єднати їх у наступні спільні за змістом групи: піктограми, що репрезентують індивідів, предмети чи об'єкти; поведінкові дії; симптоми коронавірусу. Виявлено, що досліджуваним текстам властива синонімічність та антонімічність графічних знаків.

У корпусі ілюстративного матеріалу ідентифіковано наявність значної кількості мультимодальних графем, мультимодальних лексем та мультимодальних синтаксичних конструкцій з неординарним способом їх творення, що сприяють атрактивності тексту та активізації уваги реципієнта на повідомлюваному. Окреслено приклади актуалізації превентива в означуваних текстах, що репрезентують за допомогою мультимодальних графем, лексем та синтаксичних конструкцій.

У цьому розділі акцентовано увагу на поліфункційності невербальних засобів в англомовних текстах малої форми, серед яких виокремлюємо: полегшення інтерпретації повідомлюваного завдяки візуальності; доповнення, дублювання і тим самим підсилення значення вербального складника; інформування, прямий чи опосередкований вплив на свідомість реципієнта; акцентування уваги на ключовому значенні інформації та її компресія; підсилення комунікативно-прагматичного значення повідомлюваного за рахунок атрактивності, змістовидільних елементів та їх символічності.

Основні положення та результати розділу викладено в таких працях авторки [175; 176; 177; 181; 182; 183ж 184; 185; 186].

РОЗДІЛ 3.
НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ПРЕВЕНТИВА В
АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ МАЛОЇ ФОРМИ
НА ТЕМАТИКУ COVID-19

3.1 Кінесичні засоби актуалізації превентива в англомовних текстах малої форми на тематику COVID-19

Першопричиною швидкого поширення смертоносною інфекції слугувало нехтування дотриманням правил. Одні не вірили в існування вірусу; серед таких були й досить впливові особи і навіть лідери деяких держав. Інші обурювалися через запроваджені обмеження (дотримання дистанції, носіння масок, закриття розважальних закладів), трактуючи це як порушення їхніх конституційних прав. Треті взагалі не вважали це підставою для хвилювань. Тому першочерговим завданням інформаційної кампанії була мобілізація населення щодо боротьби проти *COVID-19* з метою запобігання та зменшення кількості захворювань. Саме на це було скеровано величезний інформаційний ресурс, лівову частку якого посіли мультимодальні інфографічні тексти малої форми, які через різні канали комунікації закликали громадян убезпечити себе та оточуючих від інфікування та поширення інфекції.

Аналіз корпусу ілюстративного матеріалу дає підстави стверджувати про наявність значної групи англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19*, яким властива мультимодальна природа. Їхніми базовими елементами є кінесичні складники, такі як жести, міміка й пози схематизованих чи фотографічних зображень людей. Використання цих елементів у медичних текстах цілком зрозуміле, адже, по-перше, згідно з дослідженнями у сфері когнітивної психології мова тіла передає понад 65 % інформації порівняно з вербальною складовою у процесі комунікації [25], а, по-друге, жести, міміка й пози, за окремих винятків, мають універсальний характер, тому слугують вагомими маркерами міжнародної комунікації. Ураховуючи функціонування

зображень з використанням цих елементів, роль кінесичних складників у площині мультимодальної комунікації в текстах малої форми не менш важлива. Крім того, графічні маркери допомагають у простій і доступній формі передати загальний зміст повідомлюваного; здатні привертати увагу реципієнтів; акцентуючи її на певних смислових підтекстах, маючи при цьому комунікативно-прагматичний потенціал.

З-поміж великої кількості текстів малої форми на тематику *COVID-19* виокремлено окрему групу «*Кінесичні графічні засоби*», які складають ілюстрації жестів, міміки і поз. Проаналізуємо специфіку цієї групи докладніше. У площині невербальної комунікації в більшості культур жест відкритої долоні, скерований у напрямку небезпеки, має значення перешкодження або запобігання відповідній загрозі. Цей графічний елемент набув широкого застосування й отримав чимало синонімічних відповідників в англійських мультимодальних текстах малої форми, спрямованих на боротьбу проти смертельної інфекції. Композиційна структура таких інфографічних текстів, окрім зображення долоні, містить вербалізований заклик («*Stop COVID-19*»), що відрізняється кольоровою гамою ілюстрацій і шрифтів, наявністю чи відсутністю фону, синтагматикою піктограм тощо. Одні зображення мають іконічну природу, інші – фотографічну. В одних випадках як візуальний маркер заборони використано зображення долоні, в інших – частину руки, в третіх – верхню частину тіла людей. Усе це переважно актуалізується за допомогою піктограм, яким притаманна синонімія. Превалюючі кольори: червоний (колір небезпеки), чорний (колір страху та смутку) та білий як нейтральне тло, яке залучене тому, що добре контрастує з попередніми. Форма піктограм, що репрезентують кінесичні параметри, переважно квадратна чи прямокутна, зрідка – кругла.

У мультимодальних текстах, до складу яких входять піктограми, спостерігаємо використання жесту відкритої долоні з текстовим супроводом посередині, який закликає зупинити поширення *COVID-19*. Вербальний компонент білого кольору розміщено на фоні долонь чорного або червоного

кольорів (рис. 3.1–3.2). Тло піктограми світло-сіре або біле. Рис. 3.3, навпаки, містить зображення білої долоні з червоним надписом на загальному червоному фоні рамки. Обов'язковий елемент цього типу піктограм – жест відкритої долоні й надпис із закликом зупинити коронавірус. Окрім вербального складника на піктограмах є й інші невербальні елементи: верхня й нижня лінії, знак оклику, різні розміри шрифту, які доповнюють семантику кінеми, виокремлюючи лексему “STOP”.



Рис. 3.1 [500]



Рис. 3.2 [556]



Рис. 3.3 [505]

Третій елемент, на який часто натрапляємо на цих кінесичних піктограмах, це – зображення молекули коронавірусу. Кольорова гама варіюється. Крім того, розміщення вербального й невербального компонентів різниться. На рис. 3.4 надпис виконано двома кольорами (червоним і чорним), поруч з ним розміщено чорні долоні. Як бачимо, є також й знак закреслення та зображення молекули коронавірусу червоного кольору. На рис. 3.5 спостерігаємо схожу, але дещо видозмінену піктограму з жестом відкритої долоні: зображення коронавірусу білого кольору розміщено в центрі долоні, а знизу – надпис червоного кольору “STOP COVID-19” – доповнює вербальний складник чорного кольору та меншого за розміром шрифту “PROTECT YOURSELF” («Захистіть себе»). Комбінація кольорів і шрифтів дозволяє акцентувати увагу реципієнта на повідомлюваному, а саме на потребі зупинити хворобу. На рис. 3.6 фоном чорного кольору для кінеми відкритої долоні білого кольору слугує зображення вірусу. Вербальний складник поділено: лексему “STOP” червоного кольору розміщено над піктограмами, а лексему “COVID-19”

такого ж кольору – під ними.



Рис 3.4 [604]



Рис 3.5 [499]



Рис 3.6 [605]

Загалом, структурно й семантично більшість піктограм із зображенням відкритої долоні схожі, адже містять одні й ті ж елементи. Відмінності спостерігаємо за рахунок різномірних зображень долоні (округліша чи квадратніша форма, товщина лінії контуру, різна висота пальців, наявність лінії) та додаткових засобів: колір і кегль шрифту, розміщення відносно центру, тло вербального складника, наявність додаткових графічних елементів, наприклад зображення вірусу (рис. 3.7) чи краплини води (рис. 3.8). Більше того, серед проаналізованого масиву інфографічних текстів малої форми трапляються піктограми майже зовсім ідентичні, які різняться лише кольоровою палітрою (рис. 3.9–3.10).



Рис. 3.7 [393]



Рис 3.8 [606]



Рис. 3.9 [470]



Рис 3.10 [469]

Значно рідше натрапляємо на піктограми з використанням білого і синього кольорів. На рис. 3.11 надпис “STOP COVID” синього кольору розміщено в середині жесту відкритої долоні білого кольору на загальному синьому фоні піктограми квадратної форми. На рис. 3.12 локація вербального й невербального елементів дещо різниться, як і форма рамки, проте кольори тла і зображення долоні такі ж самі, як і загальна палітра.



Рис. 3.11 [501]



Рис. 3.12 [502]

Більшості проаналізованих прикладів притаманна конвергенція вербального й невербального складників, оскільки зображення жесту відкритої долоні очевидно доповнює надпис, без якого було б не зрозуміло, що саме закликають зупинити продуценти цих текстів. Проте візуально (за рахунок розміру компонентів та їх локації) долоня має центральну позицію. Однак у досліджуваному масиві трапляються мультимодальні тексти, де невербальний елемент (зображення відкритої долоні) має невеликий розмір. Як бачимо, цей складник заміщує графему “o”, репрезентовану знаком заборони, який контрастує з рештою складників за рахунок чорного кольору (рис.3.13). У деяких випадках навпаки, графему “o” у лексемі “STOP” замінено зображенням долоні округлої форми (рис. 3.14).



Рис. 3.13 [440]



Рис. 3.14 [485]

У корпусі ілюстративного матеріалу з кінесичними елементами є й англomовні тексти малої форми, у яких жест відкритої долоні візуально підсилюють знаки заборони, більшість з яких є універсальними міжнародними знаками. Зазвичай посередині кола розміщують іконічне зображення об'єкта чи процесу, який цей знак забороняє (цигарку, щоб поінформувати, що паління у відповідному місці заборонено, або поворот чи розворот на дорожніх знаках такого типу, щоб вказати, що виконання відповідних маневрів на цьому відрізьку дороги не дозволено). Кінема відкритої долоні в середині знаку заборони очевидно має на меті акцентувати увагу на проблемі. Актуалізатором

розуміння явища, на яке скерована «подвійна» заборона, є вербальний компонент, тобто назва вірусної інфекції (*COVID-19*). На деяких піктограмах додатково в центрі червоного кола і відкритої долоні розміщено зображення молекули вірусу (рис. 3.17).



Рис. 3.15 [503]



Рис. 3.16 [495]



Рис. 3.17 [394]



Рис. 3.18 [466]

У схожій манері представлено й піктограму на рис. 3.18. Заборону підсилює форма піктограми, що експлікує дорожній знак «Проїзд без зупинки заборонено». Дорожні знаки, як і знак заборони і кінема відкритої долоні, мають універсальну семантику для учасників дорожнього руху і є зрозумілими для представників більшості культур. Використання таких елементів не лише влучно передає комунікативний намір цих мультимодальних текстів, але й привертає увагу за допомогою яскравих кольорів та інтуїтивно зрозумілих геометричних форм.

Аналіз корпусу ілюстративного матеріалу дає підстави виокремити групу інфографічних текстів з використанням жесту відкритої долоні, що репрезентує боротьбу з коронавірусною інфекцією та відрізняється тим, що долоню показано в профіль, а попереду неї розташовано зображення молекули коронавірусу. Характерною особливістю цих текстів є відсутність вербального складника. Цей тип графічного елементу є іконічний (рис. 3.19–3.20) або фотографічний (рис. 3.21). Кольорова гама фону й графічних об'єктів значно ширша на відміну від попередніх.



Рис. 3.19 [581]



Рис. 3.20 [599]

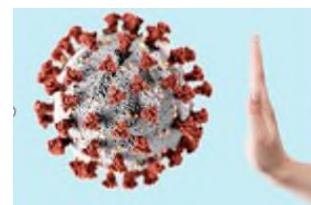


Рис. 3.21 [521]

Аналіз ілюстративного матеріалу дозволив також виокремити групу англомовних масмедійних текстів малої форми на тематику COVID-19, характерною ознакою яких є наявність *фотографічних зображень людей* (рис. 3.22–3.23). Ключем до декодування змісту є надпис “*STOP COVID-19*” на аркуші паперу білого кольору. Жест відкритої долоні доповнюють відповідні графічні кінеми за рахунок постави й міміки. Загальне суцільне жовте тло привертає увагу реципієнта й добре контрастує з основними елементами.



Рис. 3.22 [467]



Рис. 3.23 [467]

Функціонування фотографічних зображень реальних людей у текстах-закликах до боротьби з коронавірусом надає повідомлюваному серйозності та реалістичності. Задля актуалізації уваги на небезпеці та підвищення ефективності впливу на реципієнтів у текстах малої форми на світлинах замість пересічних індивідів використовують зображення медичних працівників (рис. 3.24–3.25). Ступінь небезпеки захворювання підкреслюють засоби захисту медиків: маски на обличчях і рукавички на руках. Фахівці демонструють кінему відкритої долоні, на якій розміщено надпис “*Stop COVID-19*” чи “*STOP Coronavirus*”, написаний від руки. Така стилізація вербального складника максимально наближає ситуацію до реальної, в якій може опинитися потенційний реципієнт. Очевидним залишається прагматичне спрямування такого тексту: лікарі настільки стурбовані поширенням хвороби, що обрали найшвидший шлях, зробивши цей надпис доступними засобами. Вибір фахівців не випадковий: суспільство загалом довіряє представникам сфери медицини, а в ситуації, коли життя багатьох людей залежало від зусиль медичних працівників, рівень довіри суттєво зріс.



Рис. 3.24 [609]



Рис 3.25 [608]



Рис. 3.26 [435]

Окремі тексти цього сегменту доповнено креативними елементами. На рис. 3.26 працівник лабораторії в захисному комбінезоні, масці й рукавичках однією рукою демонструє характерний жест, а в іншій тримає невеличкий макет планети: «Земля в захисній масці». Таким чином, адресант повідомлюваного не просто акцентує увагу на потребі зупинити поширення хвороби, але й буквально наголошує на масштабах проблеми: під загрозою все людство планети Земля; щоб вберегтися, потрібно дотримуватися превентивних правил. Очевидно, що крім інформаційної функції таке зображення привертає увагу та має значний комунікативно-прагматичний потенціал.

Корпус ілюстративного матеріалу уможливив виокремлення низки мультимодальних інфографічних текстів превентивного характеру на тему боротьби з *COVID-19* з іншими графічними кінемами, що слугують візуальними маркерами. На рис. 3.27 бачимо дві руки, скеровані долонями вперед. Такий жест зазвичай спостерігаємо в певних небезпечних ситуаціях, коли люди намагаються зупинити щось або хочуть запобігти чомусь. Зверху помічаємо характерний надпис червоного кольору “*STOP COVID-19*”, а знизу – зображення вірусу в середині знаку заборони. Загалом, дотримання гігієнічних норм і правил соціального дистанціювання виявилось досить дієвим способом боротьби із захворюванням. Цей мотив також є основою деяких текстів з приблизно однаковим метафоричним сюжетом: людина втікає від вірусу. Кольорова гама, поза персонажу та зображення молекул вірусу різняться (рис. 3.28–3.29).



Рис. 3.27 [555]



Рис. 3.28 [422]



Рис. 3.29 [465]

Спалах коронавірусної інфекції по всьому світі продемонстрував абсолютну неготовність більшості урядів країн до ефективної боротьби з вірусом. Упродовж певного часу не було чітких протоколів лікування, ефективних засобів виявлення хвороби чи дієвих медичних препаратів, терапія мала симптоматичний характер. Продуктивними заходами виявилися обмеження соціальної активності та дистанціювання. Саме тому більшість інфографічних медичних текстів на початку пандемії пропагували захист від хвороби як єдиний дієвий метод боротьби. Оборонна позиція персонажу зі щитом в одній руці (іноді з мечем в іншій) була досить поширеним сюжетом на цю тематику. Графічним актуалізатором небезпеки, від якої захищалися іконічні персонажі, виступали зображення вірусу в позиції атаки (рис. 3.30). В окремих випадках молекули *COVID-19* персоніфікували додаванням елементів рис обличчя: рота й очей, конкретизуючи в такий спосіб образ ворога (рис. 3.31). Оборонна позиція та характерне зображення вірусу чітко й зрозуміло передають значення цих текстів. Крім того, спостерігаємо також наявність вербального складника (“*Stop COVID-19 infection: Preventive steps to protect yourself and others*”) у вигляді заклику зупинити хворобу і захистити себе й інших (рис. 3.32).



Рис. 3.30 [477]



Рис. 3.31 [464]



Рис. 3.32 [622]



Рис. 3.33 [595]

Рис. 3.34 [421]

Рис. 3.35 [463]

За класичним сценарієм до протидії злу завжди залучені персоналізовані герої, якими у драматичному протистоянні стали саме працівники медичних закладів, що доклали максимум зусиль задля порятунку людства. У масмедійний простір час від часу потрапляли світлини виснажених медиків, які спали по декілька годин на добу прямо в коридорах медичних установ. Ідея пропагувати образ медика-героя з метою підтримки віри суспільства в систему охорони здоров'я не могла не увійти до арсеналу ресурсів масмедійних текстів малої форми на тематику *COVID-19*.

Візуальні маркери медичного працівника не складно відтворити через атрибути одягу та відповідних професійних аксесуарів як невербальних засобів, таких як маска, рукавички, білий халат, медична шапочка, стетоскоп тощо. Героїзм персонажів переважно передано за допомогою відповідної пози супергероя: постава пряма, ноги на ширині плечей, плечі відведені назад, руки на поясі або з боків на рівні тазу. Часто, з метою гарантувати правильність декодування «героїчних» образів, в особах лікарів додано ще один елемент одягу – плащ всесвітньо відомого борця зі злом Супермена. Автори зображень одягають його безпосередньо на медичний одяг головних героїв (рис. 3.36) або домальовують до тіні персонажів, які до того ж переможно здіймають руки до гори (рис. 3.37–3.38). В окремих випадках сам Супермен перетворюється на лікаря, який має захисну маску, рукавички (адже супергерої теж змушені дотримуватися правил захисту) і халат і, вочевидь, «відправляється» рятувати хворих (рис. 3.39).



Рис. 3.36 [564]



Рис. 3.37 [558]



Рис. 3.38 [561]



Рис. 3.39 [563]

Інша велика тематична група мультимодальних інфографічних медичних текстів малої форми з використанням *кінесичних елементів* інформує про симптоматику *COVID-19*. Симптоми коронавірусної хвороби у багатьох випадках нагадують застуду або грип: головний біль, закладеність носа, нежить, кашель, біль у горлі, біль у м'язах, гарячку, діарею, утруднення дихання тощо. Інфіковані хворі можуть мати різні симптоми, які з часом змінюються. В окремих осіб перебіг хвороби безсимптомний. Диференційними ознаками *COVID-19* вважають втрату смаку й нюху, проте теж не завжди. Очевидно, що така ситуація почасти суттєво знижує шанси раннього виявлення хвороби, тому подальша ізоляція хворого на ранній стадії є ефективною стратегією у боротьбі з поширенням хвороби. Трапляються випадки, коли люди випадково дізнаються, що вони перехворіли *COVID-19*, таким чином, упродовж усього періоду хвороби вони є потенційними збудниками інфекції. Незважаючи на всі труднощі ідентифікації безсимптомної коронавірусної інфекції, інформування та постійне нагадування про симптоматику захворювання вважається дієвою практикою у боротьбі з пандемією.

Піктограми із зображеннями людей з симптомами *COVID-19* виявилися ефективним засобом інформування населення. Такі друковані матеріали в зрозумілій, сконденсованій і цікавій формі значно краще виконують свої функції порівняно з традиційними лінійними текстами. Реципієнт охочіше звертає увагу на візуальні інструкції, а зрозумілі жести й пози іконічних постатей миттєво й безпомилково декодуються представниками більшості культур, оскільки фізичний біль чи дискомфорт має універсальний характер: незалежно від віку, статі, раси, кольору шкіри чи території проживання усі люди хворіють приблизно однаково через біологічні особливості свого виду. Як

результат, сутула постава завжди свідчить про втому; тримання рукою за якусь частину тіла – про наявність в ній болю; позиція рук навколо тіла з обох боків символізує лихоманку.

Структурно інфографічні тексти, що експлікують означені симптоми, можуть бути як найпростішими і складатися з однієї чи двох піктограм із зображенням людини, що має певні симптоми захворювання (рис. 3.40–3.41), так і досить складними і містити цілий комплекс кінесичних елементів, вербальних складників і додаткових графічних ефектів (рис. 3.42). Як бачимо, ключову інформацію актуалізовано за рахунок іконічного зображення людей у характерних для відповідних симптомів позах, з типовими кінемами (жестами і виразом обличчя). Додаткові графічні знаки й символи (риски, хвильки, крапочки, блискавки тощо) сприяють розкриттю змісту базового невербального кінесичного складника: лінія з окремих червоних крапок демонструє проблеми з дихальними шляхами; червоні кругові лінії навколо крапки в зоні гортані символізують біль у горлі; короткі риски біля обличчя – кашель; блискавки в нижній частині живота – біль тощо. Невербальні елементи в структурі друкованих матеріалів майже завжди доповнюють вербальні завдяки коротким описам симптомів (рис. 3.40–3.41).



Рис. 3.40 [509]

Рис. 3.41 [510]

Досліджувані тексти можуть містити додаткові роз’яснення щодо проявів цих симптомів (“*Symptoms can range from mild to severe illness, and appear 2–14 days after you are exposed to the virus that causes COVID-19*”) чи рекомендації щодо подальших дій (“*This is not all possible symptoms. Please call your healthcare provider for any other symptoms that are severe or concerning to you*”) (Додаток В, рис. В 23); вказівки у випадку підозри виявлення вказаних

симптомів (“*Please call our office before coming inside*”) або інформувати про встановлені правила гігієнічної поведінки в установі (“*The clinic staff may ask you to wear a mask or use tissues to cover your cough*”) (Додаток В, рис. В 17).

Часто блок із симптоматикою доповнює група вербально-незалежних піктограм із рекомендаціями щодо запобігання інфікування у вигляді переліку дозволених і заборонених дій (“*Use a mask. Sneeze into elbow. Wash hands.*”) (рис. 3.42), іноді разом із довшими вербальними блоками такого змісту: “*Clean your hands frequently, Keep at least 1 metre distance from others, Wear a mask when 1 metre distance from others is not possible, Cough or sneeze into a bent elbow or a tissue*” (Додаток В, рис. В 19).

Задля акцентуації уваги реципієнтів використано різні стратегії подачі матеріалу: розміщення тексту, шрифтова варіація, семантично навантажені кольори (зелений – дозвіл; червоний – заборона). Щоб допомогти реципієнту швидко ідентифікувати рекомендовані дії, використовують зображення галочки зеленого ✓ або білого кольору в зеленому колі 🟢; щоб застерегти від небажаної активності, залучають червоний ✗ або білий у колі червоного кольору ✖ хрестик. Продумане поєднання елементів різних семіотичних систем уможливорює продукування інформаційно містких, структурно зрозумілих, лаконічних, та, що не менш важливо, візуально привабливих мультимодальних конструктів.

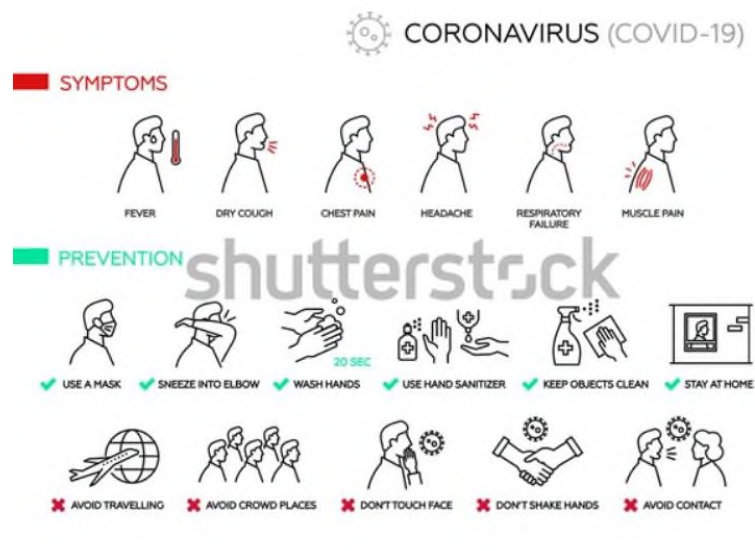


Рис. 3.42 [557]

Окрім інформування про симптоми і гігієнічні рекомендації, важливим аспектом боротьби з коронавірусною інфекцією є підвищення імунітету організму через фізичну й психологічну активність. Страх і невизначеність, з якою зіткнулося людство в перші дні, значно підвищили рівень стресу, який, як відомо, негативно впливає і на здоровий організм, не кажучи вже про хворобливі стани.

Тому одна з базових порад лікарів стосувалася загальної турботи про себе з метою запобігання стресу. Цікаво, що часто сукупні рекомендації такого типу (відпочивати, більше спати, їсти здорову їжу тощо) зображують через позу лотоса, яка в йогічній практиці вважається основною для медитації (рис. 3.43–3.44).

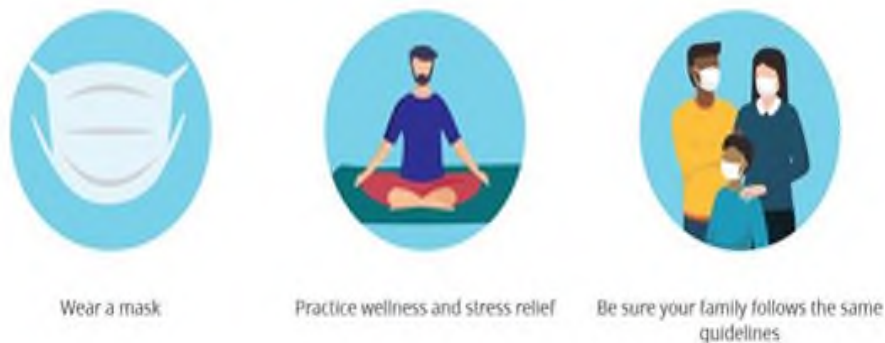


Рис. 3.43 [504]



Рис. 3.44 [528]

Задля принаймні часткового відновлення звичного життя, арсенал інформаційної пропаганди часто доповнюють практичні рекомендації щодо повсякденної корисної діяльності. Звичні практики скеровані на покращення стану організму за рахунок фізичних вправ, танців, улюблених ігор тощо, репрезентованих на рис. 3.45 (“*Try exercise classes online. Dance to music. Play active video games. Try skipping rope. Do some muscle strength & balance training*”), здатні не лише покращити психологічний стан, але й підвищити загальний імунітет організму. Рекомендовані види діяльності представлені через зображення людей в характерних для них станах й позах (сон, гімнастика, йога, читання) та інші графічні атрибути: чашка кави, газета, навушники (Додаток В, рис. В 24).

Ще однією групою масмедійних текстів малої форми медичного спрямування є рекомендації щодо альтернативи традиційним способам вітання. У багатьох культурах процедура вітання передбачає безпосередній фізичний контакт: рукостискання, поцілунок, обійми тощо.



Рис. 3.45 [455]

Проте відомо, що основними шляхами інфікування *COVID-19* є повітряно-крапельний та через фізичний контакт з носієм. Тому уникнення фізичних контактів між людьми та дотримання безпечної дистанції були обов'язковими умовами запобігання хвороби. Норми, традиції та соціальні звички певного суспільного середовища дуже важко піддаються змінам, а тим паче заборонам. Як результат, інформаційна кампанія скерована на уникнення фізичних контактів, потребувала серйозних зусиль і креативу. Саме тому арсенал інфографічних засобів активно поповнювали мультимодальні тексти, які пропагували безконтактні способи вітання переважно через демонстрацію різноманітних жестів.

Виокремлена група структурно й семантично подібна до інших рекомендаційних постерів. У ролі ключового елемента виступає графічний складник, представлений іконічним зображенням людей в різних позах, які демонструють вітальні жести. Отже, невербальні засоби привертають та фокусують увагу реципієнта на ключових словосполучах, замінюють текстові одиниці, що позначають рекомендовані і заборонені способи вітання.


Рис. 3.46 містить три піктограми під заголовком “*GREET SAFELY WITHOUT TOUCHING*” («Вітайтеся безпечно, не торкаючись»). У правому верхньому кутку також бачимо надпис “*COVID-19 PREVENTION*” («Запобігання поширенню *COVID-19*»). Проте майже всю необхідну інформацію передано за допомогою невербальних складників. На першій зображено традиційне вітання між чоловіком і жінкою шляхом рукоштовання. Характерний червоний колір та хрестик в колі однозначно дають змогу зрозуміти, що такий варіант вітання не бажаний. На другій піктограмі персонажі вітаються, піднявши праву руку догори, а на третій – притиснувши до себе на рівні серця одну долоню до іншої (жест «Анджалі Мудря», традиційне вітання в Індії та Непалі). Люди знаходяться на певній відстані один від одного, стрілка білого кольору швидше за все свідчить про безпечну дистанцію. Зелено-блакитний колір тла та біла галочка в колі  сигналізують про рекомендаційний характер саме такого вітання. У нижній частині розміщено надпис, який закликає уникати фізичних контактів під час вітання, щоб запобігти інфікуванню вірусом (“*DO NOT TRANSFER GERMS WHILE GREETING PEOPLE. AVOID PHYSICAL CONTACT*”).



Рис. 3.46 [434]

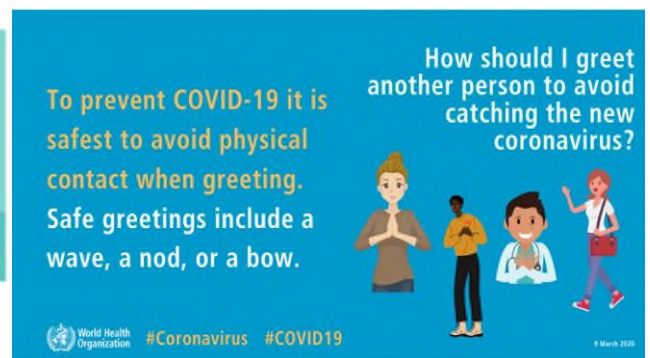


Рис. 3.47 [553]

На рис. 3.47 графічний складник радше доповнює невербальний елемент, адже самі по собі зображення індивідів, що демонструють різні вітальні жести, містять недостатньо інформації, щоб повністю декодувати зміст повідомлюваного. Якщо не читати текст, то може здатися, що відбувається рекламування певної події в міжнародному вимірі. Тому саме вербальний

складник у формі пояснення слугує ключем до декодування (“*To prevent COVID-19 it is safest to avoid physical contact when greeting. Safe greetings include a wave, a nod, or a bow. How should I greet another person to avoid catching the new coronavirus?*”). Логотип і назва ВООЗ знизу додатково розкриває зміст інфографіки.

Зазначимо, що графічний компонент на рис. 3.48, по-перше, швидше, легше й точніше передає закодоване поняття, а по-друге, через характерні риси зовнішності (колір шкіри, розріз очей, елементи одягу) додатково вказує на приналежність відповідних жестів до різних культур. Звичайно, достеменно ідентифікувати походження цих кінесичних маркерів через схематизованих персонажів навряд чи вдасться, проте ідея про те, що це привітання в різних регіонах реципієнт точно зрозуміє. Крім того, останній елемент у переліку не можливо інтерпретувати без обох складників. Річ у тім, що продуцент тексту надав йому емотивного забарвлення, очевидно, щоб морально підтримати людей, які змушені були екстраполювати більшість своєї соціальної діяльності у віртуальний простір, і зобразив як один з варіантів вітання спантеличене обличчя дівчини з великими округлими очима. Таке пояснення (“*The “what a year, huh?”*”) може бути перекладено так: «Ну й рік видався!». Очевидно, що цей елемент є нічим іншим як жарт, адже довгий період часу саме такий вигляд обличчя з очевидних причин мала значна частина населення планети.

У виокремленому масиві трапляються тексти з чіткими культурно маркованими жестами. Наприклад, рис. 3.49 демонструє жести-вітання жінок різних національностей, образи яких увиразнені завдяки кольору шкіри, волоссю, рисам обличчя, гардеробу, орнаментам на задньому фоні таким чином, що освічений реципієнт може розпізнати країну чи регіон походження жесту. Текстовий складник закликає вітатися так, як це роблять жінки на зображеннях, тобто безконтактно (“*Greet like me. Avoid handshakes, hugging or cheek kissing*”). Вибір статей персонажів піктограм не випадковий. Про це свідчить вербальний складник з назвою підрозділу ООН з питань гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок “*UN WOMEN*”.



Рис. 3.48 [490]



Рис. 3.49 [596]

Загалом, можемо номінувати вищезазначені невербальні засоби на позначення рухів, жестів та поз індивідів *кінесикографічними*, оскільки охарактеризовані елементи знайшли широке застосування в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику *COVID-19* у писемній площині. Мова тіла, репрезентована піктограмами на тематику запобігання коронавірусу, має універсальний характер, тому є зрозумілою для носіїв різних культур. Використання вербального модусу унеможливорює неправильну інтерпретацію повідомлюваного. Постава, жести й міміка іконічних персонажів досліджуваних текстів успішно виконали покладені на них функції: привернення уваги, передачі інформації, переконування в необхідності одних дій та небажаності інших. Поведінка людей під час хвороби та їхня реакція на різні симптоми приблизно однакові, тому кінесикографічні складники слугують безапеляційно переконливими одиницями донесення ключової інформації. Додаткові невербальні елементи сприяють конкретизації, наданню додаткових семантичних відтінків, досягненню відповідних комунікативних намірів. Грамотне композиційне поєднання знаків різних семіотичних систем уможливило формування влучних, зрозумілих та яскравих англомовних текстів малої форми на тематику *COVID-19*, які закликають до ефективної боротьби з коронавірусною інфекцією, інформують про симптоми захворювання, дають рекомендації щодо запобігання зараженню та сприяють психологічній підтримці населення.

3.2 Такесичні засоби актуалізації превентива в англомовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*

Важливою частиною невербальної міжособистісної комунікації є такесика: використання тактильних контактів таких як дотики, обійми, поцілунки, рукостискання тощо. Тактильна складова комунікації є надзвичайно значимою через низку причин, які дотики відіграють в житті людини. По-перше, чутливість до дотиків є одним із перших чуттів, яке розвивається у дитини ще в утробі матері приблизно на 8 тижні вагітності [322]. По-друге, малюки, яких сповна обіймали в ранньому віці краще розвиваються в когнітивному та нейробіхевіористичному планах [225]. По-третє, численні дослідження свідчать, що в дорослому віці стимуляція рецепторів шкіри сповільнює серцебиття та знижує артеріальний тиск [246]. Зрештою, під впливом дотиків мозок людини виділяє такі важливі для життєдіяльності гормони. як кортизол, який знижує рівень стресу, та окситоцин, який сприяє покращенню міжособистісних відносин [123]. Перераховані позитивні ефекти тактильності очевидно свідчать про точність і надійність передачі та розпізнавання інформації через такесичні елементи, універсальність дії яких на організм людини в цілому підтверджена клінічно. Значення дотиків у процесі міжособистісної комунікації різняться в деяких ізольованих соціокультурних середовищах, проте їхній прагматично-емоційний потенціал має універсальну природу: позитивні чи негативні відчуття від тих чи інших дотиків однаково трактуються усіма культурами. Те саме стосується й сигналів, які передає людина за допомогою дотиків до власного тіла. На відміну від вербальної комунікації, де вибір стратегій, тактик і засобів є чітко усвідомленим і переважно спланованим, в писемній площині алгоритми персональної такесичної поведінки людини формуються через несвідому реакцію нервової системи на відповідні стимули й подразники.

Аналіз ілюстративного матеріалу засвідчив активне використання такесичних невербальних елементів у мультимодальних інфографічних текстах

малої форми на тематику *COVID-19*. Розуміючи соціально-фізіологічну потребу в дотиках середньостатистичної людини, медичні та дослідницькі установи докладали максимум зусиль, щоб поінформувати про небезпеку інфікування через безпосередній контакт з носієм, запропонувати альтернативу сформованим поведінковим звичкам та, зрештою, підтримати хворих у цей нелегкий час.

Результати медичних досліджень засвідчили, що вірус потрапляє до організму людей не лише повітряно-крапельним шляхом безпосередньо через органи дихання, але й через слизові залози, після того, як людина, яка має збудник на руках, торкнеться власного носа чи очей. Тобто, за умови дотримання правил медичної і поведінкової гігієни (носити маску, дотримуватися дистанції, мити руки з милом після повернення додому) шанси уникнути контамінації досить високі. Саме тому превентивна інформаційна кампанія мала на меті наголосити на необхідності не лише носити засоби захисту й мити руки, але й не торкатися обличчя, що зробити значно складніше, адже такі рухи часто неконтрольовані. Саме тому лише масове й безперервне нагадування про небезпеку дотиків до обличчя у простій формі могло зменшити темпи зараження.

Тексти цього тематичного циклу мають просту композиційну структуру. Зображення такесичних елементів відіграють роль центральних візуальних маркерів, швидко й влучно передаючи основний зміст повідомлюваного; графічні символи (знак заборони у вигляді кола з червоним контуром, зображення вірусу, хрестики й галочки) конкретизують повідомлюване; вербальний складник надає необхідного контексту для сприйняття інформації, а також передає додаткові рекомендації; невербальні елементи привертають увагу, надають додаткових смислових відтінків. Загальний зміст формується внаслідок комбінування значень сукупності складників тексту, переважно не викликає труднощів у процесі декодування, комунікативний намір простий і очевидний – нагадати про небезпеку інфікування через дотики до носа, рота чи очей, і у такий спосіб, запобігти зараженню.

Превентивні інфографічні медичні тексти цієї групи містять мінімум інформації. Як приклад, піктограма на рис. 3.50 містить лише іконічне зображення обличчя людини й руки в зоні носа й рота. Надає завершеності повідомлюваному знак заборони з контуром червоного кольору і лінією посередині, який свідчить про заборону торкатися обличчя. Очевидно, що сьогодні така піктограма може викликати непорозуміння, однак у розпал поширення хвороби вона була зрозуміла всім й виконувала радше функцію нагадування, аніж пояснення.



Рис. 3.50 [565]

Вочевидь, що інфографічні тексти цього циклу мають мультимодальний характер й окрім зображення людини, яка торкається обличчя, та символу заборони, містять детальнішу інформацію, репрезентовану через вербальний складник у вигляді простої рекомендації “*Avoid touching your face*” (рис. 3.51 або додаткового пояснення для чого це потрібно: “*STOP THE SPREAD OF GERMS*” (рис. 3.52). Окрім того, на піктограмах зображено молекули коронавірусу (рис. 3.53). Наголошуємо також на особливостях виражальних засобів у цій категорії: переважно персонаж є особою чоловічої або жіночої статі, у деяких випадках ознак, що вказували б на стать не спостерігаємо; використані різні кольорові гама тла та тексту; графічний маркер заборони різниться від традиційного червоного кола; вербального складника може й не бути там де він є, текстове наповнення різне; як елемент, що вказував на першопричину такої заборони, використано або назву хвороби (*COVID-19*) або типове зображення молекул вірусу. Проте загальний зміст один – нагадати людям, що через дотики до обличчя вони можуть інфікуватися.



Рис. 3.51 [542]

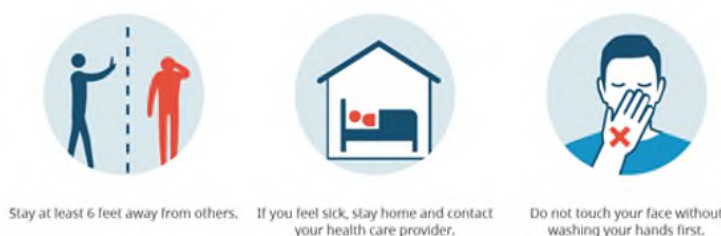


Рис. 3.52 [592]



Рис. 3.53 [560]

Піктограми з такесичними елементами є часто самостійними одиницями, однак, будучи частиною текстів, вони актуалізують важливі рекомендації, наприклад зберігати безпечну дистанцію чи залишатися вдома за умови поганого самопочуття (рис. 3.54) або мити руки та прикривати рот під час кашлю (рис. 3.55). Додатково спостерігаємо інші графічні символи як візуальні маркери забороненої дії: червоний хрест на руці, що торкається обличчя, на першому рисунку та напівпрозора червона діагональна лінія на другому. З метою правильного декодування змісту піктограми також доповнено вербальним складником у вигляді рекомендаційного надпису в наказовому способі. Наприклад, *“Do not touch your face without washing your hands first”*, *“Stay at least 6 feet away from others”*, *“If you feel sick, stay home and contact your health care provider”* (рис. 3.54).



Stay at least 6 feet away from others. If you feel sick, stay home and contact your health care provider. Do not touch your face without washing your hands first.

Рис. 3.54 [497]



Wash your hands Use a tissue for coughs Avoid touching your face

Рис. 3.55 [403]

Використання такесичних елементів у превентивній інфографіці виявляється досить зручним, адже якщо для уникнення інфікування торкатися обличчя заборонено, то щоб не інфікувати інших під час кашлю або чхання, навпаки, потрібно закривати власні дихальні органи хустинкою чи рукою. Навряд чи реципієнт може сплутати інструкції у першому і другому випадках

під час прочитання лінійних текстових інструкцій. Проте очевидним лишається той факт, що графічне зображення людини, яка рукою чи ліктем закриває рота й носа, у поєднанні з вербальним складником гарантує миттєве декодування змісту і саме тому набуло широкого поширення в період інформаційної кампанії проти *COVID-19*.

Аналогічно до текстів цієї групи, англомовні тексти малої форми на тематику *COVID-19*, в яких закликають закриватися під час кашлю чи чхання, представлені розмаїттям виражальних засобів та їх комбінаторними моделями. Тексти на цю тематику можуть бути вузькоаспектними, оскільки сфокусовані виключно на одній нормі, рекомендації, інструкції, дії, що лаконічно репрезентована переважно одним зображенням та словосполученням/реченням (рис.3.56). Однак трапляються й протилежні випадки, коли текст малої форми вміщує докладний покроковий алгоритм поведінки зі змалюванням як окремого важливого застереження, так і низки превентивних заходів задля запобігання інфікуванню та поширенню *COVID-19* (рис. 3.57), представлених широким спектром вербальних та невербальних ресурсів.



Рис. 3.56 [562]



Рис. 3.57 [488]

Хоча серйозність ситуації, в якій відбувалася інформаційна кампанія, не передбачала креативного підходу і більшість ілюстративного матеріалу представлена інфографічними текстами з класичним лінійним поєднанням піктограм і вербалізованими короткими інструкціями під ними, деякі приклади виглядають досить цікаво, що безперечно сприяє приверненню уваги реципієнтів. На рис. 3.58 представлено характерні зображення з відповідним інструкціями, які розміщено у бульбашках, що нагадують репліки в коміксах.

Проте, якщо в останніх форма таких бульбашок варіюється і має по периметру гострі схожі на блискавку або заокруглені як в хмаринки вигини, то у цьому тексті ці бульбашки мають закінчення у вигляді невеличких відростків із колами на кінці. Очевидно, що така форма нагадує зображення молекули коронавірусу, виконуючи в такий спосіб *контекстуалізуючу функцію*. Варто зазначити, що досить незвично виглядає і мінімалістичне поєднання червоного, білого та чорного кольорів. Зображення людини теж нагадує персонаж пригодницького коміксу, стурбований і дещо наляканий погляд якого дає можливість припустити, що персонаж не на жарт чимось стривожений.

У п. 3.3 розглянуто альтернативні безпечні дистантні методи вітання за допомогою жестів. Для тих, хто ніяк не може обійтися без безпосереднього контакту, запропоновано нестандартні варіанти вітання дотиками.

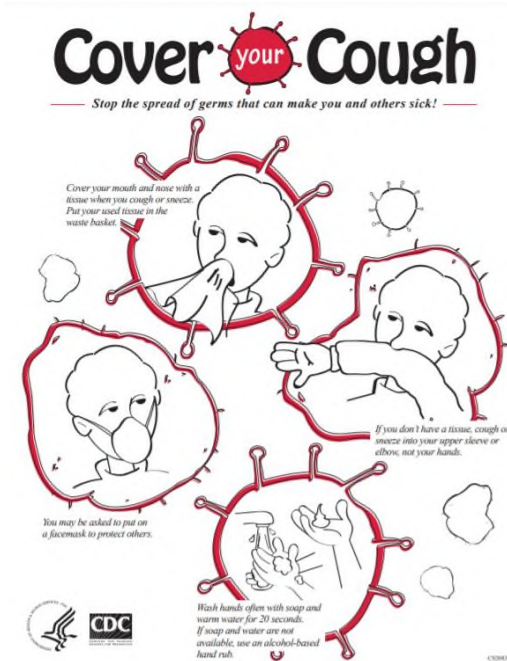


Рис. 3.58 [568]

Першочергове завдання полягає у попередженні населення про небезпеку інфікування *COVID-19* через фізичний контакт, тому значна частина коронавірусної інфографіки репрезентує зображення людей у процесі контактного вітання у поєднанні з вербальним складником, який закликає уникати таких контактів (рис. 3.59), часто одразу з рекомендованими альтернативними способами (рис. 3.60). Традиційно вербалізацію заборони

супроводжують невербальні елементи: колір шрифту, форматування семантично важливих лексем, контрастування, відповідні знаки чи символи, що позначають заборону.



Рис. 3.59 [430]

Рис. 3.60 [457]

Звичайно, що уникнути контакту під час вітання – найбезпечніший варіант, проте, розуміючи, що не всі можуть дотримуватися таких рекомендацій (адже діти й підлітки завжди гірше усвідомлюють загрозу власному здоров'ю і дуже неохоче відмовляються від нездорових звичок), запропоновано альтернативні варіанти контактного вітання. На рис. 3.61–3.64 разом із вітальними жестами розміщено варіанти контактного вітання «ударом ліктями» (“*elbow bump*”) та «потисканням ступнями» (“*foot shake*”) або «потисканням по-уханськи» (“*Wuhan shake*”) (рис. 3.63). Для особливо вибагливої публіки як альтернативу пропонують «потискання щиколотки» (“*ankle shake*”), яке нагадує швидше акробатичну фігуру, коли замість потискання руки, партнери продовжують рух вперед корпусом, трішки нахилиються і тиснуть рукою щиколотку іншого (рис. 3.64). Під час таких способів вітання безпосередні дотики шкірою відсутній. Крім того, контактують тканини одягу, що захищають ті частини тіла, якими важко занести інфекцію через слизову оболонку очей чи носа, принаймні самому собі. Англomовні тексти малої форми на тематику *COVID-19* містять вербальний складник у вигляді підписів-назв для привітань, а також заголовку й підзаголовку з покликанням на причину використання таких прийомів, а саме

COVID-19.



Рис. 3.61 [391]



Рис. 3.62 [468]

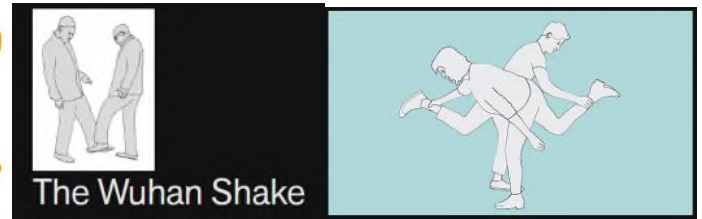


Рис. 3.63 [444]

Рис. 3.64 [438]

Окремі мультимодальні тексти цієї групи доповнено додатковим нагадуванням про заборону рукостискання через графічне зображення руки в центрі знаку заборони (коло з діагоналлю червоного кольору) (рис. 3.65). Графічні елементи у вигляді молекул вірусу червоного кольору надають відповідного контексту (рис. 3.66). Загалом, варіативність таких текстів досить широка: стилістика, кольорова гама, невербальні елементи різняться; спостерігаємо очевидний акцент на молодшу цільову аудиторію (яскравий одяг, силуети молодих людей, молодіжне взуття тощо). Призначення таких мультимодальних текстів – у доступній та яскравій формі запропонувати альтернативу традиційним контактним видам вітання.

Одним із важливих типів коронавірусної інфографіки, в композиції яких ключове місце займають такесичні елементи, є мультимодальні тексти на тему запобігання виникненню або зниження стресу упродовж пандемічного періоду.



Рис. 3.65 [438]



Рис.3.66 [559]

Загальновідомо, що стрес не лише шкідливий для здоров'я людини, але й здатен погіршити перебіг будь-якого захворювання. Ситуація з COVID-19 була критичною, адже умови, в яких довелося жити, абсолютно нетипові і просто не могли не викликати стресу з одного боку, з іншого – підтримуючий характер

перебігу лікування багато в чому опирався на щоденні позитивні психологічні й фізіологічні практики, такі як відпочинок, сон, харчування, порушення яких через стрес могло призвести до ускладнень. Крім того, далеко не всі розуміють і визнають вплив стресу на стан організму, пояснюючи незадовільний загальний стан звичайною перевтомою чи низкою інших факторів. Тому медичні фахівці чітко усвідомлювали важливість виявлення стресу під час пандемії та закликали людей не нехтувати цим станом й звертатися за професійною допомогою.

Графічна репрезентація стресу в умовах *COVID-19* має свої особливості, оскільки повністю залучити міміку обличчя персонажу неможливо через необхідність зображувати захисну маску. Тому невербальний складник переважно актуалізований іконічним зображенням людини, яка або торкається руками своєї голови (рис. 3.67) або сидить на підлозі, підгорнувши ноги під себе, і обіймає руками коліна (рис. 3.68). Саме так на думку продуцентів індивіди переважно уявляють собі стрес. У будь-якому разі, проілюструвати цей стан у стислій і зрозумілій формі графічно значно простіше, ніж за допомогою лінійної організації тексту.

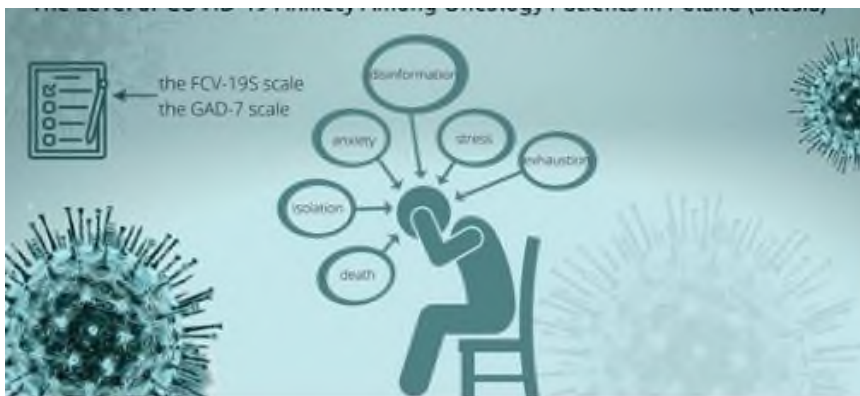


Рис. 3.67 [522]

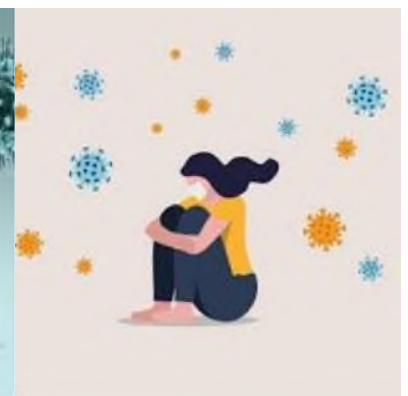


Рис. 3.68 [536]

Англомовні тести малої форми на тематику *COVID-19*, що спрямовані на боротьбу зі стресом під час коронавірусної інфекції, мають типові для всієї групи ознаки: заголовки, які забезпечують належний контекст, вербалізовані рекомендації поруч, невербальні маркери привернення та акцентування уваги, зображення коронавірусу та інших символів (блискавки для репрезентації головного болю), використання тривожного (червоного) кольору (рис. 3.69–

3.70). Завдання таких інфографічних текстів полягає в тому, щоб сфокусувати увагу на небезпеці, яку зумовлює стрес особливо в умовах невизначеності й страху та переконати реципієнтів звернутися за допомогою до фахівців.



Рис. 3.69 [519]



Рис. 3.70 [584]

Аналіз ілюстративного матеріалу засвідчив частотність використання такесичних елементів як базових невербальних маркерів важливих складових успішної боротьби з *COVID-19*, що й зрозуміло, адже фізичний контакт відіграє ключову роль у процесі передачі інфекційних захворювань. Найкращий спосіб попередити про небезпеку або необхідність (щоб запобігти інфікуванню інших під час кашлю або чхання) дотику – це зобразити його візуально та доповнити відповідними вербальними і невербальними одиницями. Безпомилково розуміти мову дотиків люди починають на ранніх етапах життя. Задля попередження небезпеки від дотику слизових, необхідності затуляння органів дихання під час кашлю або чхання, запропоновано альтернативу традиційному контактному вітанню.

3.3 Проксемічні засоби актуалізації превентива в англомовних текстах малої форми на тематику *COVID-19*

Сучасний англомовний масмедійний комунікативний простір, реагуючи на виклики сьогодення, продукує нові форми подання інформації, серед яких перевагу надано візуальній складовій, що в сконденсованій формі передає важливу інформацію. Особливої популярності інфографічні тексти набули в період пандемії *COVID-19*, сфокусувавши увагу реципієнтів на проблемі

безпечного дистанціювання між індивідами в різних локативних ситуаціях. Динамізм потоку змінної інформації, пов'язаної з коронавірусною інфекцією, значною мірою впливає на способи та засоби репрезентації безпечної відстані між комунікантами, актуалізуючи нові значеннєві складові представлених візуальних компонентів немовної природи, адже щоб привернути увагу потенційного споживача інформації, сьогодні недостатньо використовувати готові мовні формули, кліше, стандартні літерні позначки. Натомість з'явилися тексти малої форми, основна мета яких спрямована на інформування суспільства про превентивні заходи в боротьбі людства зі смертоносною хворобою. Вони нагадують семіотично неоднорідні комплекси, прагматичний ефект яких представлений завдяки синтезу різнокодових компонентів. Ці інтегровані текстові утворення, що складаються з вербальних та невербальних компонентів, демонструють значний евристичний потенціал структурних, семантичних та функційних особливостей. Також сьогодні дослідницької уваги потребують візуально-графічні засоби дистантного позиціювання в текстах на медичну тематику, зокрема тих, які стосуються *COVID-19*.

В умовах обмежень, спричинених коронавірусною інфекцією, англomовні продуценти вдаються до нестандартних рішень в інформаційному висвітленні проблеми дистанціювання між потенційними комунікантами. Проблема вивчення дистантних обмежень в англomовному комунікативному просторі – відносно нова. У науковій парадигмі наявні праці, у яких здебільшого акцентують увагу на описі вербальних засобів актуалізації питання дистанціювання. Скажімо, дослідженню лінгвістичного статусу проксемічної складової, що позначає комунікативно значущі зміни адресатно- та адресантно-особистого просторів у межах загального комунікативного простору, якою оперує дискурсивна особистість для досягнення комунікативної мети, присвячена дисертація С. А. Віротченко [27]. О. Л. Поліщук аналізує номінації невербального компонента комунікації «проксемні дії» в сучасному англomовному дискурсі [143].

С. К. Романюк і Т. Г. Ковальчук зазначають: «Між словесною частиною і

зображенням принциповою відмінністю є те, що, оскільки текст лінійний, то для розуміння ключової думки, яка міститься в ньому, потрібні певні затрати часу і розумових зусиль. У той час зображення доступне сприйняттю будь-якої людини, яка володіє системою кодів і символів, властивих зображальним традиціям певної культури» [146, с. 9].

Фіксація та аналіз англomовної інфографіки, присвяченої питанню дистанціювання при *COVID-19*, дають змогу диференціювати три групи її репрезентантів, що демонструють різний підхід до залучення засобів візуалізації в медичних текстах малої форми: 1) *мультимодальні тексти*, до складу яких входять виключно невербальні складники (рисунки реальних та уявних подій, об'єктів тощо; фотофакти (світлини), що засвідчують певні процеси, явища, дії); 2) *мультимодальні тексти*, доповнені одиницями виміру безпечної дистанції; 3) *мультимодальні тексти*, що поєднують вербальні та невербальні складники.

Розглянемо *мультимодальні тексти*, що містять лише невербальні складники (рисунки реальних та уявних подій, об'єктів тощо; фотофакти (світлини), що засвідчують певні процеси, явища, дії).

Зібраний фактичний матеріал дає підстави стверджувати, що продуценти у висвітленні проблеми дистанціювання при *COVID-19* усе частіше вдаються до мінімізації обсягу вербально кодованої інформації завдяки залученню невербальних засобів, що мають потужний змістовий потенціал.

Зауважимо, що безсловесні рисунки першої групи (див. рис. 3.71–3.75) розглядаємо як масмедійні тексти, оскільки вони здатні реалізувати основну мету – передати в сконденсованій формі важливу для розуміння адресата інформацію. Бажаного для продуцентів впливу вдається досягнути завдяки композиційно обумовленому поєднанню форм, розмірів, ознак уподібнення, семантичному наповненню графічних елементів.

Скажімо, для того, щоб привернути увагу до проблеми дотримання соціальної дистанції між людьми, на рис. 3.71 використано білі кільця, що символізують безпечне зонування кожного індивіда, незалежно від його

вікової, гендерної, професійної належності. Звернемо увагу на специфіку кольорової гами. Загальне тло формує зелений колір, що в системі фіксованих мультимодальних текстів, присвячених темі дистанціювання при *COVID-19*, семантично пов'язаний із відчуттям безпеки. Однотипними є також білі кільця, що ілюструють зони безпеки індивідів. Натомість різні кольори одягу людей сигналізують про бажання продуцентів підкреслити важливість дотримання дистантних позицій індивідами різних професій.



Рис. 3.71 [600]

Форма кільця, яка сама по собі вже є семіотично важливою як складова, що корелює з різними конотаціями просторового зонування, використана також на рис. 3.72. Як бачимо, функцію дистантної позиції забезпечують червоні кільця, що мають суцільну заливку, і як важливий графічний елемент реалізують конотативне значення використаного кольору – заборону порушувати дистанцію, а також небезпеку, яке це порушення несе.



Рис. 3.72 [577]

Зазначимо, що для посилення смислового потенціалу червоного кольору, продуценти обмежили використання інших кольорів: загальне тло формує нейтральний білий колір, а чоловічі й жіночі силуети мають традиційне чорне забарвлення. Додаткову інформацію для цільової аудиторії несе зображення

силуєтів із витягнутими в обидві сторони руками, що експлікує відоме правило дистанціювання при *COVID-19*.

Одразу кілька семантично містких візуальних маркерів використано на рис. 3.74. Перший із них – блакитно-жовті мікроби, які уособлюють тип вірусу *COVID-19* і реалізують значеннєвий компонент небезпеки. У тій самій кольоровій гамі оформлено одяг чоловіка та жінки, що комунікують між собою. Як необхідний безпековий атрибут під час пандемії зображено маску на обличчі людей. Досить оригінальною є репрезентація проксемічних обмежень за допомогою гучномовця, який використовує особа чоловічої статі. У такий спосіб продуценти досить вдало, на нашу думку, підкреслюють відстань між комунікантами, необхідну, щоб убезпечити себе та оточуючих від інфікування. Проте промовистішою в цьому контексті є лінія дистанціювання, що розділяє чоловіка та жінку. Вона має форму лінійки з відповідними поділками, що дозволяє донести важливу інформацію: не варто нехтувати рекомендаціями лікарів, щоб убезпечити себе, слід пам'ятати про кожен сантиметр безпечного дистанціювання.



Рис. 3.73 [541]

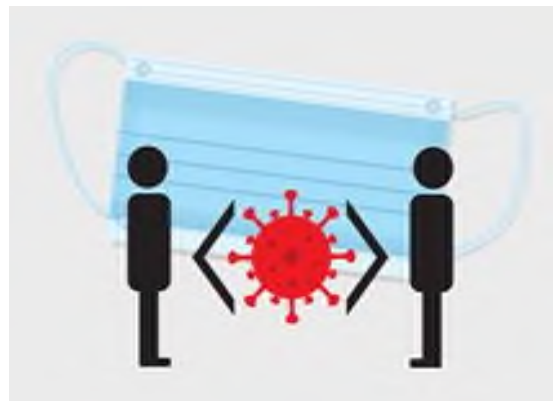


Рис. 3.74 [407]

Синонімічну семантику, експліковану графічними засобами, спостерігаємо на рис. 3.74 та 3.75, на яких зображено два комуніканти, мікроби та захисні маски. Однак між ними є певна відмінність. Якщо рис. 3.73 ілюструє дотримання безпечної дистанції (лінійка як домінанта привернення уваги через нестандартність подачі інформації), то продуценти на рис. 3.74 акцентують також увагу на необхідності дотримання маскового режиму, на що вказує

розмір маски, яка практично слугує тлом усього зображення, а також графічні дужки, які вказують на обмежувальну відстань між комунікантами задля уникнення інфікування. У цьому випадку зауважимо дієвість передачі основної концепції завдяки використанню нестандартного поєднання нетипових розмірів зображуваних елементів.

Ще одним способом транслявання рекомендацій лікарів щодо необхідності безпечного соціального дистанціювання серед мультимодальних текстів, до складу яких входять лише невербальні складники, слугує антонімічна репрезентація, прикладом якої є позначки зеленого ✓ та червоного X (рис. 3.75). Як один із прийомів графічного оформлення вони дають змогу лаконічно подати інформацію без залучення вербальних еквівалентів. Використовуючи ці позначки як засоби компресії, продуценти в такий спосіб визначають правильність / неправильність дій. При цьому лівостороння частина рис. 3.75 є прикладом правильного дистанціювання, права – неправильного. Така візуалізація полегшує сприйняття адресатом інформації, привертає увагу до найважливіших її елементів та сприяє спрощеному варіанту передачі повідомлюваного.



Рис. 3.75 [532]

Окрему підгрупу аналізованої групи становлять мультимодальні тексти, в основі яких лежать фотофакти (світлини) (рис. 3.76–3.78). Вони в сконденсованій формі, без використання супровідного вербального компонента ілюструють правила поведінки в умовах коронавірусної інфекції в різних

життєвих ситуаціях. Так, рис. 3.76 наочно представляє дотримання дистантних позицій молодими людьми під час дозвілля на свіжому повітрі. Візуалізаторами ключових ідей-закликів продуцентів слугує маска на обличчі хлопця та дівчини, а також лавка, яка їх розділяє, як реалізатор задекларованої відстані 1,5–2 метри.



Рис. 3.76 [392]

Важливі медичні рекомендації щодо дотримання дистанції в громадському транспорті ілюструє фотографія, що формує мультимодальний текст на рис. 3.77. Безпечну відстань між пасажиром актуалізують порожні стільці з відповідним маркуванням – червоним діагональним закресленням, що репрезентує превентивний заклик не використовувати це місце під час поїздки.



Рис. 3.77 [398]

Натомість рис. 3.78 є наочним закликом слідувати безпековому режиму, дотримуючись «правила витягнутої руки». Як бачимо, двоє потенційних комунікантів, які перебувають у закритому приміщенні, сидять на відстані, що дорівнює двом витягнутим назустріч рукам. Інформаційний посил фотографії посилює антисептик, який стоїть на столі між людьми. Лаконічність

використаних об'єктів підкреслює бажання продуцентів активізувати головну ідею: щоб убезпечити себе, достатньо дотримуватися рекомендованої дистанції та користуватися протимікробним засобом.



Рис. 3.78 [476]

Зауважимо, що аналізовані мультимодальні тексти, до складу яких входять лише світлини, мають найпростішу композиційну будову, що ґрунтується на прямій семантичній сполучуваності всіх елементів і не потребує складних процесів її дешифрування від реципієнтів. Можна констатувати, що невербальне оформлення медичної інформації щодо проблеми дистанціювання при *COVID-19* є досить незвичним, однак нетривіальним та ефективним. Більше того, воно легко сприймається та запам'ятовується цільовою аудиторією.

Проаналізуємо *мультимодальні тексти, що доповнені одиницями виміру безпечної дистанції*. Щодо оформлення мультимодальних текстів другої виділеної нами групи, то роль основного графічного засобу реалізації проксемічних обмежень у таких текстах виконує лінія з цифровим модусом, що вказує на безпечну відстань, виражену в метрах (рис. 3.79) чи футах (рис. 3.80). Зазначимо, що використання цифр у медичних текстах малої форми, присвячених *COVID-19*, – традиційна практика, покликана активізувати в уяві реципієнтів безпечне дистанціювання між комунікантами, асоційоване з математичними величинами *2 m* чи *6 ft*. Функціонування зазначених одиниць майже в усіх аналізованих мультимодальних текстах – показник лаконічного подання інформації виключно з залученням ідеографічних та лексемних еквівалентів, що вербалізують точну відстань у метрах чи футах (*1 Meter*,

6 Feet).



Рис. 3.79 [598]

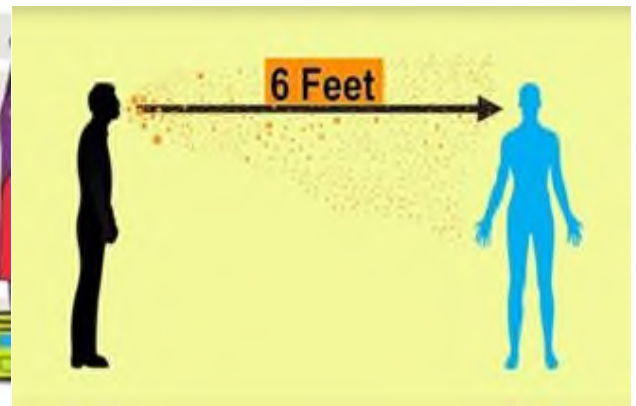


Рис. 3.80 [426]

Принципу економії засобів у текстах малої форми на медичну тематику сприяє також використання лінії (жирної, нежирної, пунктирної, суцільної тощо). Вона надає ознак синонімічності всім візуальним текстам другої групи, слугує безсловесною репрезентацією та наочною ілюстрацією відстані між потенційними співрозмовниками. Ключовий графічний маркер дистанціювання може мати форму стрілки між потенційними комунікантами, направленої в один кінець (рис. 3.80) чи в обидва кінці (рис. 3.81). При цьому аналізовані мультимодальні тексти доповнені іншими важливими для розуміння трансльованої інформації графічними візуалізаторами. Наприклад, на рис. 3.80 однонаправлену чорну стрілку з надписом *6 ft* доповнює хмара, сформована з мікробів, які розсіюються в напрямку від хворої людини (чорний силует) до потенційно здорової (синій силует) та зменшують свій розмір, втрачаючи силу дії на означеній відстані. Зауважимо, що аналізовані рисунки за допомогою невербальних засобів здатні описувати різні ситуації взаємодії: під час спілкування двох осіб (рис. 3.80; 3.81), під час перебування в громадському місці (рис. 3.79) тощо.

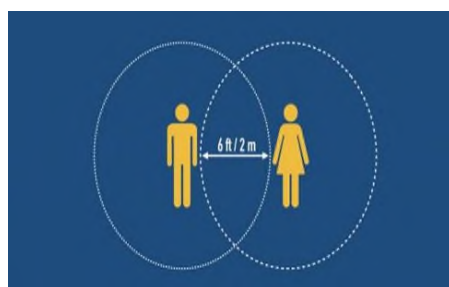


Рис. 3.81 [601]



Рис. 3.82 [572]

Для оформлення інформації продуценти свідомо наслідують стандартизований графічний малюнок дорожнього заборонного знака (червоне коло із вписаною в центрі інформацією – відстанню безпечного дистанціювання), активізуючи при цьому важливі семи «заборона», «небезпека» (рис. 3.82). Цифра 2, уписана в центр кола, покликана замінити лексему й додати бажаної колоритності, компресуючи зміст. Таке оформлення сприяє закріпленню образів й асоціацій, які виникають, і надає повідомлюваному цілісний завершений вигляд.

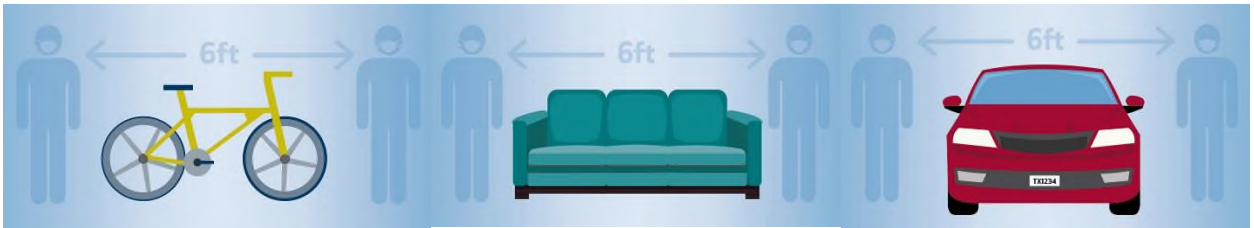


Рис. 3.83 [478]

Рис. 3.84 [478]

Рис. 3.85 [478]

Окрему підгрупу становлять візуальні тексти, у яких найважливіші фрагменти інформації представлені альтернативними засобами, створеними на основі подібності з тими об'єктами, які є найбільш прийнятними за розмірами, формою та є семантично місткими. Для того, щоб сформувати в представників різних етносів розуміння безпечного дистанціювання, продуценти вдаються до візуалізації відстані у 2 метри чи 6 футів, використовуючи зрозумілі для кожного образи. Формуванню розуміння правильної дистантної позиції в реальних ситуаціях сприяють звичні для кожного предмети, розмір яких еквівалентний відстані у 6 ft: велосипед (рис. 3.83), диван (рис. 3.84), автомобіль (рис. 3.85), двоспальне ліжко (рис. 3.86) тощо.

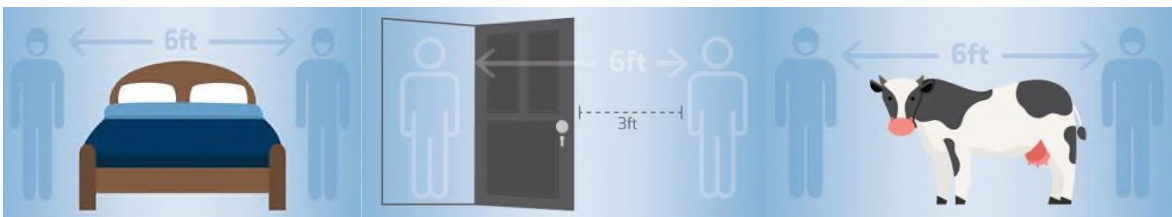


Рис. 3.86 [478]

Рис. 3. 87 [478]

Рис. 3.88 [478]

Передачу ключової ідеї дистанціювання за формальними параметрами об'єкта репрезентовано також на рис. 3.87. У цьому випадку безпечну відстань візуалізовано за допомогою предмета, який вдвічі менший за 6 футів. Як

бачимо, до традиційної двосторонньої стрілки з надписом *6 ft* додано додатковий лінійний пунктир у *3 ft*, що доповнює ширину основного візуального маркера – дверей. Такий спосіб транслювання інформації дає підстави говорити про стратегію використання семантичного потенціалу знайомої для реципієнта відстані, що здатна відтворюватися на рівні свідомості, адже використовується щоденно в повсякденному житті.

Досить цікавим та семантично містким є спосіб передачі безпечного дистанціювання, представлений на рис. 3.88, де відстань 6 футів унаочнено завдяки образу корови. Зазначимо, що попри однакову інформаційну наповненість інфографічних текстів на медичну тематику (рис. 3.86–3.88), останній базується не лише на уподібненні з реаліями побуту, як і попередні, але й на бажанні привернути увагу завдяки незвичному зображенню. Такий підхід нагадує маркетинг рекламної індустрії, де колоритні візуальні засоби привертають увагу реципієнтів, змушують їх детальніше ознайомитися зі змістом повідомлюваного та краще запам'ятати інформацію.

Як бачимо, залучення іконічних засобів для реалізації тактики позиціонування необхідності дистанціювання за основними характеристиками параметрів ілюстративних об'єктів та використання числового модусу, що компресує зміст повідомлюваного, надає медичним текстам малої форми ще більше інформативності та візуальної експресії, акумулюючи так ефект від побаченого.

Звернемо увагу на *мультимодальні тексти, що поєднують вербальні та невербальні складники.*

Інфографічні тексти, що формують означену нами третю групу, найбільш варіативні, оскільки складаються з вербальних та невербальних засобів. Погоджуємося з думкою американського дослідника П. М. Лестера, який стверджує, що найбільш впливові, значущі й культурно важливі ті тексти, у яких однаковою мірою та належним чином використовують слова й зображення [295]. Такі симбіотичні комбінації уможливають дублювання чи доповнення змісту один одного, підсилюючи зміст повідомлюваного, та є найбільш дієвими

щодо впливу на потенційного споживача інформації.

Аналіз фактичного матеріалу, який формує зазначену групу, дозволив виділити кілька характерних способів конструювання мультимодальних текстів, складники яких мають різні функційні ролі: превалювання, дублювання, взаємозалежності та інформаційної місткості. Як результат, виокремлюємо таких сім найтипівіших конвергентних моделей, в кожній з яких надано одному модусу більшої ваги, ніж іншим:

1) домінування невербального модусу із залученням вербального заголовка *Social Distancing / Physical Distancing*;

2) поєднання вербальних складників та піктограм;

3) симбіотичне поєднання вербальних та невербальних компонентів, що однаковою мірою означають вербальний заклик у формі наказового способу;

4) використання в заголовку питальної конструкції з наочною візуалізацією відповідей на неї за допомогою двох модусів: вербального і невербального;

5) превалювання вербального модусу в поєднанні з невербальним, що здається тематично нелевевантним та спонукає ознайомитися зі змістом повідомлюваного;

6) поєднання вербальних та невербальних складників, останній з яких превалює;

7) симбіотичні комбінації вербальних та невербальних культурно маркованих засобів.

Розглянемо детальніше спектр ресурсів, що ідентифікують кожну означену модель мультимодальних текстів.

Звернемо увагу на мультимодальні тексти, яким властиве домінування невербального модусу із залученням заголовка *Social Distancing / Physical Distancing*. Для текстів цієї підгрупи характерне використання мінімуму мовних засобів та їхня цілковита залежність від невербальних компонентів, оскільки зображення виступає домінантним елементом тексту, без якого він втрачає свою текстуальність. Загалом усі іконічні знаки, використані продуцентами,

служують своєрідною візуалізацією заголовків *Social Distancing* чи *Physical Distancing*.



Рис. 3.89 [474]

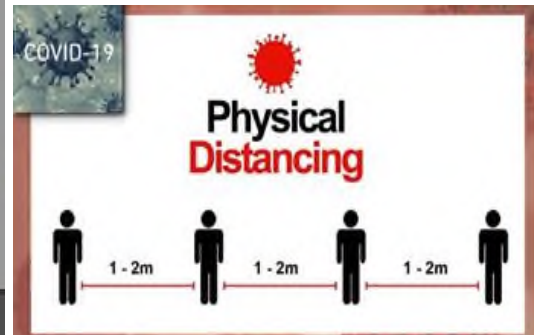


Рис. 3.90 [484]

Рис. 3.89–3.94 засвідчують використання тих самих масмедійних комунікативних стратегій, що були описані під час аналізу мультимодальних текстів попередніх груп. Скажімо, рис. 3.89 демонструє залучення графічної антонімічної репрезентації, прикладами якої слугують позначки зеленого **V** та червоного **X**, а також відповідні надписи *do/don't*, які визначають правильність/неправильність дій при використанні ліфта. Рис. 3.90 ілюструє використання вже відомих візуальних маркерів – зображення небезпечного вірусу, силуети людей, між якими дистанціювання виражене продубльованою кількома разів лінійкою з надписом, який пояснює, що скупчуватися заборонено, слід залишатися на відстані 1–2 м один від одного. На те, що медична проблема дистанціювання пов'язана саме з *COVID-19*, вказує логотип, розміщений у лівому верхньому кутку рисунка, а також відцентрована візуалізація великого червоного мікроба.

На рис. 3.91 візуалізатором *Social Distancing* слугує червона жирна стрілка, кінці якої сполучають безпечні зони перебування чоловіка та жінки. Конотацію просторового зонування потенційних комунікантів забезпечує форма кола: незамаркованого червоного, у якому стоїть жінка та незамаркованого синього, у якому знаходиться чоловік. Натомість замарковані в той самий відтінок кола на семіотичному рівні визначають безпековий простір навколо індивідів, у який не здатні проникнути мікроби коронавірусу. Це візуально відтворено на аналізованому рисунку.

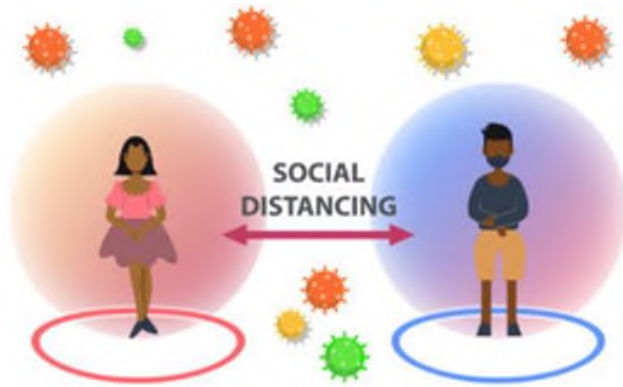


Рис. 3.91 [573]



Рис. 3.92 [516]

Синонімічний тип іконічних знаків візуального ряду, що ілюструють проблему дистанціювання при *COVID-19*, представлено на рис. 3.92. Дистантну відстань між чоловіком та жінкою реалізує пунктирна стрілка, кінці якої направлені на незамарковані кола, що семантично транслують безпекові зони комунікантів, куди не проникають мікроби. Але якщо на рис. 3.91 акцентовано на конотативному значенні червоного кольору (червона стрілка сигналізує про небезпеку), то зелена палітра в оформленні рис. 3.92 забезпечує реалізацію протилежного змістового маркеру – навіювання відчуття безпеки. У цьому випадку підкреслимо очевидне домінування несловесних модусів над словесними.

Для конструювання мультимодального тексту, представленого на рис. 3.93, використано пунктирну лінію, що утворює коло та візуалізує поняття *Social Distancing* між потенційно хворою людиною (зображення червоного силуету) та умовно здоровими людьми (зображення зелених силуетів), що знаходяться поряд. Зауважимо, що окрім кольорових значеннєвих компонентів (зелений – «безпека», червоний – «загроза») продуценти в заголовку використали мультимодальну лексему, замінивши графему “o” піктограмою, що має вигляд одностороннього закреслення червоного кола, яке вміщує зображення небезпечного вірусу й за замовчуванням сигналізує заборону. У такий спосіб мультимодальна словосполука *Social Distancing* слугує не лише вербальною оболонкою, яка номінує невербальний компонент, а й репрезентує сам предмет небезпеки, надаючи йому певних ознак та замінюючи класичну кодифіковану графему. Невербальний ресурс (перекреслений мікроб, що за

формою відповідає заміщеній графемі “o”) виступає засобом компресії та мовної економії).



Рис. 3.93 [575]



Рис. 3.94 [410]

Про те, що така комунікативна стратегія є дієвою в плані впливу на адресата, свідчить використання аналогічної мультимодальної словосполуки на рис. 3.94. Номінуючи візуальну об'єктивіацію безпечної відстані між людьми різних професій та гендерної належності, вона слугує гетерогенним конструктом, який здатен уміщувати описаний об'єкт, водночас семантично доповнювати означену проблему та виконувати функцію субституції графемі, яка за структурою відповідає заміщуваному об'єкту.

Детальніше обґрунтуємо специфіку *мультимодальних текстів, яким властиве поєднання вербальних складників та піктограм*. Саме так візуалізація сприяє кращому та швидшому розумінню інформації, яку намагався передати в мультимодальному тексті малої форми відправник потенційному одержувачеві. Використовуючи мінімум ресурсів, піктограми покликані передати максимум інформації, важливої для реципієнта.

Зауважимо, що в медичному масмедійному комунікативному просторі продуценти часто послуговуються різноманітними піктографічними елементами, специфікуючи їх завдяки вербальному складнику: *“Stay at least 6 feet (about 2 arms’ length) from other people”* (Додаток В, рис. В 25); *Stay at home no unnecessary journeys or social contact, Only leave home for essential shopping or medical needs, Or exercise once a day, Or travelling to work if absolutely necessary, Public gatherings of more than two people are banned – excluding people you live with, Police may be able to fine you if you don't follow the rules”* (Додаток В,

рис. В 26); “No handshakes or hugs, Keep your distancing, Avoid crowds, Stay at home, Work remotely, Wash your hands” (рис. 3.95), “Observe the 2m markers, Follow any one way signs” (рис. 3.96); “Stand here to ensure social distancing, Maximum occupancy sign” (рис. 3.97) тощо. Вербальний модус у цьому контексті підсилює семантику візуальних засобів та виконує інтерпретуючу функцію, називаючи та пояснюючи їх. Натомість піктограми вступають у відношення взаємозалежності з вербальним компонентом.



Рис. 3.95 [535]



Рис. 3.96 [396]

Важливе значення має також вибір правильного стилю, кольору й розміру використовуваних піктограм. Зазначимо, що в оформленні аналізованих інфографічних знаків продуценти задіюють мінімальну кількість кольорів: один-два основних та червоний/зелений як допоміжні, що означають правильність чи заборону дій. Скажімо, використання червоного перехресного закреслення піктограми із зображенням людей на рис. В. 26 (Додаток В) візуалізує заборону публічного зібрання більш, ніж двох осіб, за винятком тих людей, які проживають разом.

На рис. 3.95 одностороннє червоне перекреслення силуетів людей, обрамлених червоним колом, свідчить про заборону збиратися натовпом (“*AVOID CROWDS*”), а червона пунктирна стрілка, що поєднує чоловіка та жінку, ілюструє заклик зберігати дистанцію (“*KEEP YOUR DISTANCE*”).

Свідоме використання на рис. В 26 (Додаток В), 3.97, 3.98, кіл однакового

розміру допомагає створенню одноманітного вигляду значків та надати статусу піктограми незвичним зображенням, наприклад, силуету поліцейського (Додаток В, рис. В 26), перекресленому кріслу (рис. 3.97), цифровому ряду (рис. 3.98). Візуальне виділення одного з них, як це засвідчено на рис. 3.97, надає йому пріоритетного статусу. Тому в системі розміток безпечної дистанції, які використовує установа, зображені ступні (вказують на місце, де потрібно стояти) превалюють над іншими іконічними знаками, що свідчить про найвищий ступінь акцентування уваги продуцентів на питанні обов'язкового дотримання соціальної дистанції.

Особливістю оформлення правил дистанціювання в магазині, представленому на рис. 3.96 у вигляді піктограм, є використання у вербальних конструкціях типових структур мовного етикету *please* та *thank you*, що апелюють до культури поведінки потенційних покупців: *“Please keep a distance of 2 metres (6ft) between all customers and colleagues, Please pay with card or contactless where possible”*.



Рис. 3.97 [424]

Прослідковуємо також кореляцію вербальних конструкцій, що містять лексему *“please”*, з піктограмами рис. 3.97. Так, заклик *“Please ensure social distancing”* номінує зображення силуетів чоловіка та жінки, які розділяє пунктирний відрізок, а *“Please leave this space empty”* – біле двостороннє перекреслення на чорному тлі. Функцію субституції синтаксичної структури

“Please leave this seat empty” виконує піктограма закресленого крісла (рис. 3.97), “Please use hand sanitiser” – зображення рук та дозатора з антисептиком, а “Please keep your mask on” – силует жінки в масці.

Натомість відома шотландська компанія “ScotRail”, що спеціалізується на перевезеннях, пропонує тим, хто подорожує, п’ять правил безпечної подорожі, де об’єктивація заборонених/незаборонених дій здійснена за допомогою піктограм, кожна з яких має вербальний відповідник-пояснення (рис. 3.98). Словесне дешифрування змісту трьох піктограм заборонених дій (у формі червоного кола з відповідною позначною X) уможливають дві наказові конструкції “don’t (do not)” та “avoid”, які одразу експлікують превентив: “Don’t travel if you feel unwell, Avoid these main commuting times, Don’t board if you think it’s not safe”. Репрезентація правильної поведінки відображена на вказаному рисунку за посередництвом піктограм, оформлених у зелених колах з відповідною позначкою V, та таких вербальних конструкцій: “Maintain physical distancing and cover your face, Be patient, most seats need to be empty”. У цьому випадку в конструюванні інфографічних мультимодальних текстів вербальні та невербальні складники – взаємозалежні, тобто спостерігаємо високий ступінь кореляційних зв’язків. У процесі перцептивності першими актуалізовано образи, які несе візуальний ряд. Проте іноді вони настільки абстрактні й багатозначні, що тільки вербальний компонент сприяє розумінню закладеного змісту.



Рис. 3.98 [552]

Винятково на методі графічної композиції сформовано заклик зберігати дистанцію в мультимодальному тексті на рис. 3.99. Якщо в попередніх прикладах зрозуміти зміст повідомлюваного нескладно, адже прямими підказками до розуміння інформації слугують вербальні складники, то в цьому випадку єдина вербальна конструкція “*I’m sick*” не впливає на дешифрування представленого набору піктограм.

Рис. 3.99 свідчить про те, що йдеться про інфіковану особу. Представлені піктограми уможливають кілька варіантів розвитку подій, які власне кожен реципієнт зможе інтерпретувати по-своєму. У таких випадках продуценти безпосередньо апелюють до вже набутого досвіду реципієнтів, зокрема використовуючи колір (червоне забарвлення силуету людини як ознака небезпеки від хворого, червоне перекреслення – заборона дії), та знайомі іконографічні знаки, що характеризують *COVID-19*: зображення хворого в ліжку – заклик залишатися вдома, перекреслені мікроби в червоному колі – заклик не поширювати хворобу, синій силует людини з витягнутою вперед рукою та вертикальна пунктирна лінія, що розділяє його з червоним силуетом – заклик зберігати дистанцію; зображення людини, що розмовляє по телефону – заклик використовувати альтернативні засоби комунікації. Саме піктограми мають той необхідний семантичний потенціал, що забезпечує дешифрування представленої інформації.



Рис. 3.99 [579]

Певною мірою релевантними до попередніх є піктограми, представлені на рис. В.27 (Додаток В). Вони обрамлені зеленою та червоною лініями, що символізують відповідні конотативні значення безпеки та заборони. Зауважимо,

що для оформлення вербального номінування піктограм продуценти послуговуються закликами, побудованими завдяки використанню математичного знака «=», що в комбінації з мовними засобами виконує альтернативну синтаксичну роль: *“Physical distancing=Limiting close contact, Fresh air and exercise=important!”* У мультимодальному тексті цей символ слугує засобом рівності, що ототожнює семантику заявлених конструкцій та покликаний сфокусувати увагу читача на важливості уникнення близьких контактів, перебування на свіжому повітрі та виконання фізичних навантажень.

Для структурування піктограм безпеки та заборони на рис. В 28 (Додаток В) задіяно не лише конотативне значення кольору, а й графічну антонімічну репрезентацію Х та V. Зауважимо, що кожному піктограму супроводжує вербальна конструкція, що в одних випадках виконує функцію дублювання іконографічного знаку (як-от: *“Keep a distance of at least 6 feet or 2 metres from other people”*), а в інших – значно розширює його зміст, додаючи елементи, невідтворені на рівні невербального модусу: *“Hold off activities, meetings, conferences, demonstrations, large gatherings, including friendly get-togethers; Wash hands with water and soap. lathering up thoroughly, or rub hands with 70 % alcohol gel; Get in touch with friends or colleagues virtually, and work from home via your mobile phone, PC, or laptop”* тощо.



Рис. 3.100 [405]

Рис. 3.101 [621]

Візуальний модус рис. 3.100 експлікує лише одна піктограма, що в контексті проблеми дистанціювання при *COVID-19* символізує відмову від

рукоштовання. Її супроводжує вербалізатор-номінація “*no handshake*”, продубльована та виділена візуально за допомогою напівжирного шрифту в конструкції “*We now have a **no handshake** policy, we appreciate your understanding*”.

Як бачимо, при створенні інформаційно-продуктивних піктограм, що разом з вербальними знаками ілюструють проблему дистанціювання при *COVID-19*, продуценти намагаються знайти баланс між створенням чогось візуально нового й захопливого та орієнтуються на користувацький досвід потенційної аудиторії. Вдало підібрані інфографічні знаки цього типу додають візуальних акцентів переданій інформації, слугують ефективним стратегічним інструментом для часткової екстраполяції смислового навантаження вербально перенасиченого складника на зручніший чи дієвіший альтернативний модус.



Рис. 3.102 [530]

Звернемо увагу на мультимодальні тексти, яким властиве симбіотичне поєднання вербальних та невербальних компонентів, що однаковою мірою означають вербальний заклик у формі наказового способу. Досить часто заголовковий комплекс інфографічних медичних текстів, присвячених проблемі дистанціювання при *COVID-19*, оформлений як вербальний заклик у формі

наказового способу: “*Stay at least SIX FEET from others*” (рис. 3.101), “*Keep physical distancing and BE COVIDSAFE*” (Додаток В, рис. В 29)), “*Practise Safe Distancing on Public Transport*” (рис. 3.102); “*Practise social distancing*” (рис. 3.103), “*Stay safe!*” (рис. 3.104), “*Stay 2 metres away from other customers and staff*” (рис. 3.105) тощо. Найпродуктивніші в цих закликах лексеми *stay* та *safe*, що уміщують головний інформаційний посил – залишатися в безпеці.

Зауважимо, що в перших двох випадках продуценти для привернення уваги залучають додатковий інструмент оформлення текстів – набірні невербальні елементи семіотичної організації тексту. Скажімо, на рис. 3.101 правило “*SIX FEET*” виділено не лише прописними літерами, а й напівжирним шрифтом та жовтою заливкою, що посилює його ідентифікувальну й змістовидільну функції. Саме таку стратегію трактуємо як маніпуляцію увагою потенційного споживача інформації. До того ж додаткову смислову інформацію несе локація аналізованого вербального складника. Він розміщений центрично щодо інших вербальних та невербальних компонентів на відстані, що дистанціює витягнуті вперед руки потенційних комунікантів.

У виділенні вказаного компонента жовтою заливкою також вбачаємо успішність реалізації авторських інтенцій, адже цим кольором диференційовано ще один графічний елемент – коло безпечного зонування індивідів. Використаний спецефект не лише розширює семантичні межі традиційної графіки, а й реалізує додаткове прагматичне значення – зацікавити якнайбільшу кількість осіб та спонукати їх ознайомитися із запропонованим матеріалом. Досягнення бажаного впливу на реципієнта здійснено за допомогою супровідного вербального модусу, оформленого як інформаційна конструкція “*Social Distancing is simple and can help you and others stay safe*” з напівжирним виділенням конкретизувальної словосполуки “*Social Distancing*”.

Натомість на рис. В 29 (Додаток В) за допомогою напівжирного шрифту та прописних літер двічі акцентовано увагу на фразі “*BE SAFE*”, що, на думку продуцентів, має першочергово потрапити у вічі цільової аудиторії. Окрім заголовку, вона функціонує й у реченні, що за змістовим наповненням

(ураховуючи мовну економію текстів малих форм), розміщенням та додатковою лексемою нагадує висновок-заклик: *“Together”, “let's BE COVIDSAFE”*. Важливість лексеми *“COVIDSAFE”* підкреслено завдяки її оформленню як логотипа усього тексту, на що вказує графічне кругове розміщення надпису в правому верхньому кутку. Зазначимо, що в надписі використано важливий медичний сегмент – символ «+». Подібний вербальний складник слугує змістовим доповненням невербальних компонентів і стосується загальних правил безпечного дистанціювання (дотримання відстані 6 футів при безпосередній комунікації та 1,5 метра фізичного дистанціювання під час ходьби вулицею, уникнення фізичних привітань і дотримання правил гігієни). Обігрування зовнішнього вигляду та змістового поєднання лексем *“COVIDSAFE”* можна розглядати як свідомий акцент, характерний копірайт-стратегіям.

Мультимодальний текст на рис. 3.102 ґрунтується на заклику пасажирів громадського транспорту звернути увагу на запропоновані наклейки, що допоможуть дотриматися безпечної відстані один з одним. Зазначимо, що в оформленні візуалізаторів використано характерні стратегії конструювання піктограм: відбитки ступень на зеленому фоні як семантичний маркер безпечного місця знаходження та двостороннє червоне перекреслення місця між двома пасажирами, яке реалізує важливе превентивне дистантне правило «порожнього стільця». Для того, щоб підкреслити необхідність дотримання запропонованих обмежень, продуценти використовують вербалізатори-гасла *“Let's ride this out together”* та *“Together We Can Overcome”*, свідомо акцентуючи увагу на функціюванні в їхньому складі промовистої лексеми *“together”*.

Для візуалізації вербального спонування *“Practise social distancing”* продуценти тексту малої форми на рис. 3.103 використали зображення світлофора, умовно поділивши зони соціального дистанціювання на три типи: червоне світло візуалізує лексему *“Avoid”* з відповідним переліком небезпечних соціальних контактів, жовте – *“Use Caution”*, зелене – *“Safe”*. Зауважимо, що

вербальний текст, відповідно до кольорів та рівня небезпеки, має поділ на три стовпці. Саме на нього припадає основний смисловий посил. Вербальний модус лексеми “*Avoid*” експліковано одиницями “*Playdates*”, “*House Parties*”, “*Sleepovers*”, “*Group Hangouts*”, “*Weddings*”; вербальний модус “*Use Caution*” – одиницями “*Grocery Stores*”, “*Takeout Food*”, “*Picking Up Medications*”; вербальний модус “*Safe*” – одиницями “*Watch Movie at Home*”, “*Read a Book*”, “*Listen to Music*”, “*Games Night at Home*”, “*Virtual Tour a Museum*”, “*Go for a Walk or Hike*”, “*Video Chat*”, “*Take an Online Class*”, “*Cook*”.



Рис. 3.103 [432]

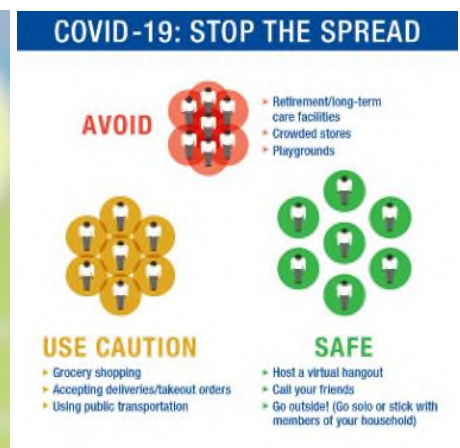


Рис. 3.104 [523]

Як бачимо, продуценти детально інформують цільову аудиторію про способи проведення безпечного дозвілля, а також акцентують увагу на небезпеці, яку несе скупчення людей. Зазначимо, що без вказаних вербалізаторів дешифрувати представлену інформацію було б складно. Розуміння того, що цей текст відповідає проблемі дистанціювання при *COVID-19*, забезпечує графічне зображення мікробів, яке формує тло аналізованої вербальної конструкції.

Синонімічне використання прагматико-стилістичного потенціалу кольорів світлофора помічаємо також на рис. 3.104. При цьому візуалізація самого світлофора як носія значення не прослідковується. Натомість задіяно аналогічні лексеми, що номінують червону (“*Avoid*”), жовту (“*Use Caution*”), зелену (“*Safe*”) зони потенційної небезпеки. Вербалізатори, що формують кожен із зазначених зон, представлені покроково. Впорядкованості їм надають

графічні засоби – жовті стрілки, що структурують текст. Візуальним дублікатором семантики вербальних компонентів слугують інфографічні елементи – схеми силуетів людей, зони дистанціювання, між якими визначені колами різного забарвлення. Як бачимо, небезпеку унаочнюють червоні кола, що мають значні сегменти перетину один з одним, а значить, ілюструють близьку взаємодію комунікантів, що не дотримуються дистанції. Жовті кола частково корелюють з іншими колами й лаконічно доповнюють зміст зони “*Use Caution*”. Натомість зелені кола, які зовсім не перетинаються, репрезентують дотримання комунікантами, які перебувають у їхніх межах, безпечної відстані й візуально дублюють семантику заявленої лексеми “*Safe*”. Такий спосіб сполучуваності вербальних та невербальних елементів дозволяє продуцентам досягти бажаного результату. При цьому інфографічні елементи дублюють та посилюють значення вербального складника.

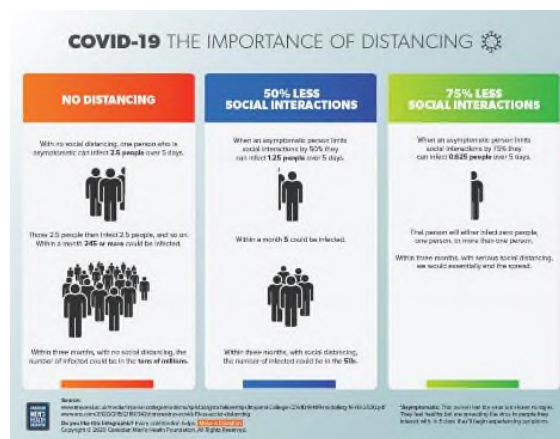


Рис. 3.105 [411]

Концепцію дистантного зонування відповідно до кольору, що символізує рівень небезпеки, представлено на рис. 3.105. В аналізованому випадку продуценти, дотримуючись традиційної для цього типу мультимодальних текстів кольорової палітри (червоний – «небезпека», зелений – «відносна безпека»), кольором зони уваги (на відміну від рис. 3.103–3.104) вважають не жовтий, а синій. Аналізований текст сформований у вигляді таблиці з трьома колонками, що містить статистичні дані. У колонці, що позначена червоним кольором та номінована як “*No Distancing*”, представлено медичні висновки темпів поширення інфекції при недотриманні дистанції, у синій – показник за

умови зменшення соціальних контактів на 50%, а в зеленій – на 75%. Як бачимо, основний акцент продуценти роблять на цифровому модусі, виділяючи його напівжирним шрифтом. При цьому числа покликані не лише виконувати компресуючу функцію, а й інформативно-переконливу. Ознайомлюючись із статистичними даними, реципієнт розуміє всю небезпеку порушення правил дистанціювання. Спонування до прочитання необхідної інформації в цьому випадку можливе завдяки ілюстративному компоненту, що супроводжує вербальний складник, – силуети людей. Їхня відсутність у третій колонці та залишення порожнього місця – продумана стратегія продуцентів для привернення уваги потенційного реципієнта.



Рис. 3.106 [618]

Показово, що фіксовані англomовні мультимодальні тексти часто мають локальне спрямування й стосуються особливостей дистантних позицій у роботі певного закладу чи установи. Наприклад, симбіотична комбінація вербальних та невербальних складників на рис. 3.106 регламентує правила безпечного перебування в магазині, на що вказує використана конструкція “*Social distancing inside our shop*”. Для оформлення потрібної інформації продуценти послуговувалися симбіозом інфографічних ресурсів, додаткових графічних елементів. Вербальний компонент структуровано на змістові блоки та розміщено в кількох колонках. Також спостерігаємо виділення кольором. Використання таких графічних процесів дозволяє фокусувати увагу реципієнтів

на тих частинах повідомлюваного, які, на думку продуцентів, мають бути прочитані першочергово, а структурування тексту за допомогою інфографіки спрощує його перцептивність.

На рис. 3.107 невербальні складники (типову лінійку дистанціювання, що розділяє потенційно хворого та умовно здорових відвідувачів) доповнює заклик триматися на відстані 2 метри від інших клієнтів і персоналу. При цьому використано ще й додатковий поліфункційний потенціал цифри 1, що має доволі широкий спектр можливостей і функційних ролей та корелює з вербальним компонентом. Надавши їй червоного забарвлення та візуально виділивши завдяки розміру й визначивши її розташування, продуценти тим самим підкреслюють першочерговість правила в дотриманні безпекового режиму вказаної установи, а також демонструють покрокове представлення інформації.



Рис. 3.107 [576]

Досить оригінальне рішення щодо використання симбіозу невербальних та вербальних складників, що описують кілька ситуацій взаємодії, потенційно небезпечних з огляду на інфікування, ілюструє рис. 3.108. Мультимодальний текст структуровано на чотири зони, кожен з яких номінує одна й та сама промовиста конструкція наказового способу “*Protect each other*”. У цьому контексті використаний прийом дублювання гіперболізує значеннєвий потенціал вербального модусу, апелюючи до уваги потенційного споживача інформації.

Зауважимо, що дієвим він залишається й на рівні підзаголовків, адже спостерігаємо функціонування однієї й тієї ж самої лексеми “*apart*” в усіх

чотирьох варіантах: *“Stand apart”*, *“Sit apart”*, *“Shop apart”*, *“Play apart”* (рис. 3.108). Змінним є лише дієслово-вказівка дії, що одночасно змушує рухати іконічні елементи: спочатку силуети людей перебувають на вулиці, далі переміщуються в кафе, потім – у супермаркет, а насамкінець – разом проводять дозвілля. Як бачимо, використана стратегія оформлення вербальних конструкцій забезпечує одночасно єдність та рухомість невербальних елементів. Підкреслимо, що для ілюстрації дистантної позиції між індивідами продуценти використали пунктирну двонаправлену стрілку із зазначенням відстані 2 метри та об’єкти-візуалізатори вказаної дистанції – машину, два продуктивні візки, стіл, футбольні ворота.



Рис. 3.108 [551]

Окремі англомовні мультимодальні тексти, присвячені темі коронавірусу, за допомогою заголовків-закликів регламентують дотримання правил дистанціювання при переміщенні людей у ліфті (рис. 3.109–3.110). Як бачимо, *“DELA SALLE UNIVERSITY MEDICAL CENTER”* для цього використовує спонукальну конструкцію *“Keep your distance in an elevator”* та візуальну репрезентацію правильного розміщення пасажирів (чотири силуети людей знаходяться по периметрі ліфта спиною до своїх сусідів) (рис. 3.109). Прагматичну спрямованість зображення підкреслює фрагмент доданої вербальної інструкції: *“While in the elevator, turn away from anyone else in it”*. Інша її частина значно розширює змістове наповнення невербального

компонента: *“You may also skip riding the elevator altogether and take the stairs if you can”*. У цьому випадку можемо вести мову про превалювання вербального модусу над невербальним.



Рис. 3.109 [436]



Рис. 3.110 [549]

Рівнозначне функційне навантаження мають вербальні та невербальні компоненти, що ілюструють заклик *“Maintain your space”* на рис. 3.110. Розміри ліфта не можуть забезпечити дотримання безпечного дистанціювання, тому продуценти графічно репрезентують найоптимальніший алгоритм дій, супроводжуючи його конструкцією, що дублює зміст: *“Only one person in the elevator at a time”*. Про бажання підкреслити значущість компонента *one person* свідчить виділення його кольором, ідентичним до гама вербальної наказової конструкції заголовка. У такий спосіб продуценти урівнюють семантичне наповнення двох складових, ставлячи своєрідний знак « \Rightarrow » між елементами *“Only one person in the elevator at a time”* та *“one person”*, декларуючи важливу для розуміння реципієнтів інтенцію просторового обмеження. Крім цього, підкреслюють важливість дотримання маскового режиму та фізичної дистанції біля ліфта, використовуючи відповідний ілюстративний візуальний контент.

Розглянемо детальніше використання в заголовку питальної конструкції з наочною візуалізацією відповідей на неї за допомогою двох модусів: вербального та невербального. Характерною особливістю мультимодальних текстів малої форми, присвячених питанню застереження щодо поширення коронавірусної інфекції, є використання в заголовку питального речення, що апелює до реципієнтів за допомогою характерного єдинопочатку *“How far is”*.

При цьому набір інших вербальних та невербальних маркерів, якими послуговуються продуценти, слугує своєрідною відповіддю на поставлене запитання.



Рис. 3.111 [517]

Скажімо, на рис. 3.111 ключовими компонентами, що зорієнтовують потенційного споживача інформації для отримання відповіді на поставлене запитання “*How far is 6 feet?*” є два зображення на фоні мегаполісу: чоловіка, який тримає на повідку трьох собак та людини, що прогулюється на велосипеді. Цей складник доповнено набором вербальних та невербальних маркерів: традиційною пунктирною лінійкою із зазначенням відстані та надписами-конкретизаторами “*dog leash*” та “*bicycle length*” відповідно. Характерно, що усьому мультимодальному тексту передує заклик “*Go the distance to keep your distance*”, що є його складником, однак в контексті вирішення проблеми дистанціювання при *COVID-19*, має подвійний зміст. З одного боку, цю синтаксичну одиницю можна розглядати як спонування до практичного закріплення у свідомості реципієнтів безпечної дистанції, а з іншого – як маніпулятивний заклик проводити більше часу на свіжому повітрі, виконувати фізичні навантаження, що також мінімізує шанси інфікування.

Складним за змістовим наповненням є мультимодальний текст медичного

спрямування, представлений на рис. 3.112. Для відповіді на трансльоване запитання “*How far is 1.5 metres of social distance, exactly?*” продуценти використали найпростішу комбінацію поєднання вербалізатора та візуалізатора, що одночасно дублюють та взаємодоповнюють зміст один одного. Представлена інформація виконує функцію дублювання лише для медичного персоналу, обізнаного з об’єктом опису – “*Catalyst Dx machines*”. Натомість для людини, некомпетентної у сфері медицини, вербальна конструкція “*It’s (just about) six Catalyst Dx machines*” є змістовно складною та візуально невідтворюваною на рівні уяви. Тому силуети людей, одягнені в лікарські халати, допомагають визначити сферу використання описуваного апарата та спонукають дізнатися більше про його характеристики.



Рис. 3.112 [480]

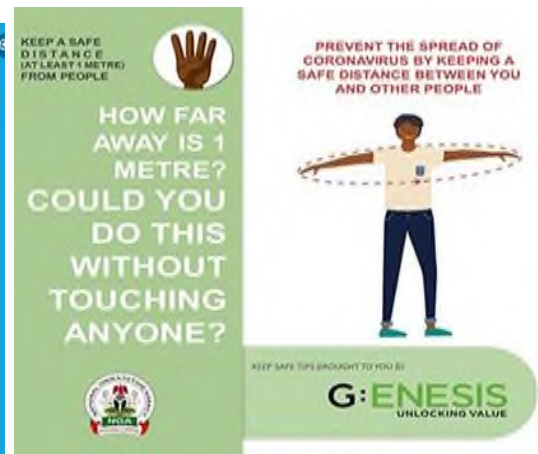


Рис. 3.113 [534]

Одразу подвійна питальна конструкція визначає змістове наповнення вербальних та невербальних компонентів мультимодального тексту на рис. 3.113. Типову для подібного роду медичних текстів синтаксичну одиницю “*How far away is 1 metre?*” доповнює запитання, що передбачає спонукування до дії: “*Could you do this without touching anyone?*”. Зазначимо, що його превалювання на рівні оформлення (використання більшого розміру шрифту) свідчить про превалювання на рівні змісту для потенційної аудиторії. Однак змістове наповнення цієї вербальної конструкції залишається неефективним без залучення візуального компонента – людини з витягнутими в обидві сторони руками. Саме невербальний елемент уможливорює розуміння, до якої дії закликають продуценти, запитуючи, чи можливо це повторити. Червона

пунктирна стрілка, що описує коло навколо витягнутих рук чоловіка, символізує безпечну дистанцію індивіда й реалізує значеннєві відтінки інших вербальних складових: *“Prevent the spread of coronavirus by keeping a safe distance between you and other people”*, *“Keep a safe distance (at least 1 metre) from people”*. Такий спосіб оформлення медичного мультимодального тексту демонструє стратегію послідовного розгортання змісту повідомлюваного та нерозривну єдність вербальних та невербальних елементів, що передбачає впорядкованість та покрокове розгалуження.

Аналогічну стратегію транслявання інформації, що також засвідчує впорядкованість та покрокове розгалуження вербальних та візуальних компонентів, ілюструє рис. 3.114. Типове питальне речення *“What's 6 feet apart?”* продовжує зображення двох собак, що, на перший погляд, виконує роль відповіді на поставлене запитання. Проте значно доповнити та розширити межі повідомлюваного вдається завдяки такій конструкції: *“Imagine two large dogs standing nose to tail”*. Роль висновку-заклику виконує речення *“Keeping space between yourself and others helps avoid spreading illnesses”*, що підсумовує сказане та визначає ідейне спрямування раніше повідомлюваного. Зазначимо, що членування тексту на фрагменти забезпечує також використання прийому виділення кольором, а це дозволяє візуально виділити кілька блоків інформації та визначити їхню послідовність прочитання.



Рис. 3.114 [390]



Рис. 3.115 [611]

Для унаочнення проблеми дистанціювання при *COVID-19*, що означає запитання-підзаголовок *“What does 6 feet look like anyway?”* (Додаток В, рис. В 30), використано низку іконічних та фотографічних елементів із

відповідною вербалізацією: “*One full size mattress*”, “*Five bowling pins*”, “*One standard bicycle*”, “*One standard refrigerator*”, “*One pool floatie*”, “*Ryan Reynolds*”, “*One weightlifting barbell*”, “*Two dueling lightsabers*”. Залучення різновекторного візуального ряду (від зображення звичайного холодильника до фотографії відомого американського актора) пояснюємо бажанням продуцентів зацікавити більшу кількість реципієнтів.

Одразу до кількох прийомів привернення уваги щодо представлені проблеми вдаються продуценти на рис. 3.115. Сфокусувати увагу на найважливішій частині вербального блоку (питальному заголовку “*How far is 6 feet?*”) вдалося завдяки підкресленню сполуки “*far 6 feet*”, що надає їй ознак мультимодальності. Контрастивну функцію на рівні ідентифікації реципієнтом важливої інформації виконує виділення “*far 6*” кольором. Уся інша представлена інформація сприймається як варіанти відповідей на поставлене запитання. Для репрезентації відстані завдовжки 6 футів використано цілий візуальний ряд: довжина столу вчителя, дві собаки, довжина зручного дивана, ширина автомобіля, дві гітари, довжина ванни. Усі ілюстрації супроводжує інформативний вербальний складник із характерним для значної кількості проаналізованих медичних текстів відрізком із надписом “*6 ft*”. Про цільову аудиторію, на яку спрямована інформативна дія проксемічних обмежень, сигналізує зображення рюкзака зі шкільним приладдям та засобами дезінфекції. Зазначимо його візуальне домінування над усіма іншими невербальними компонентами рисунку. Джерелом підсилення цікавості для учнів як потенційних реципієнтів слугують також несподівані зображення: ведмідь, який сидить за учительським столом, носоріг, який миється у ванні.

Говорячи про аналізовані приклади цього типу конструювання мультимодального тексту, зауважимо, що семантика представлених візуальних компонентів стає зрозумілою лише тоді, коли вдається залучити зміст основного вербального складника – питального речення.

A sofa

A standard three-seat sofa can be up to 6 feet long – which means that you and the person sitting on the other end of it probably aren't far away enough from each other.

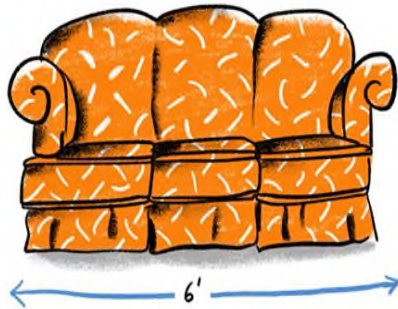


Рис. 3.116 [420]

A moose's antlers

A moose grows to be between 5 and 6.5 feet tall on average. That height doesn't include its antlers, which can measure 6 feet across, according to [National Geographic](#).

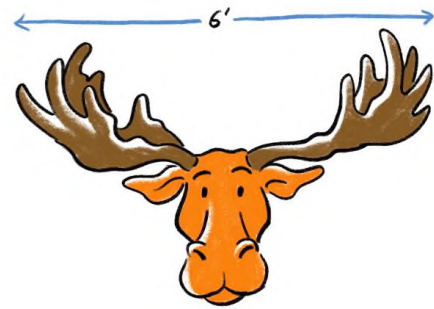


Рис. 3.117 [420]

Проаналізуємо мультимодальні тексти, яким характерне превалювання вербального модусу в поєднанні з невербальним, що здається тематично нерелевантним та спонукає ознайомитися зі змістом повідомлюваного. Цей тип мультимодальних текстів характерний для рубрики “*CNN-heals*”, яка започаткувала цілу серію інформативних постерів, покликаних у досить оригінальний спосіб ознайомити аудиторію із правилами дотримання безпечної дистанції, щоб убезпечити себе від інфікування коронавірусом. Для візуалізації поняття 6 футів (рис. 3.116–3.117), продуценти частково послуговуються комунікативною стратегією, описаною нами при характеристиці мультимодальних текстів, доповнених одиницями виміру безпечної дистанції – залучених об’єктів, що характеризують цю відстань. Проте ці невербальні компоненти швидше слугують спонуканням до прочитання досить цікавого за змістовим наповненням тексту, що супроводжує ілюстрації.

Наприклад, зображення дивана з двонаправленою стрілкою та написом 6’ доповнює речення “*A standard three-seat sofa can be up to 6 feet long – which means that you and the person sitting on the other end of it probably aren't far away enough from each other*” (рис. 3.116), роги лося – конструкція “*A moose grows to be between 5 and 6.5 feet tall on average. That height doesn't include its antlers, which can measure 6 feet across, according to National Geographic*” (рис. 3.117), лежачого чоловіка – “*A man of average height stands at 5 feet 9 inches tall - if that man wears a President Abraham Lincoln-esque top hat, he'd be just over the distance*

we're advised to keep from others” (рис. 3.118).

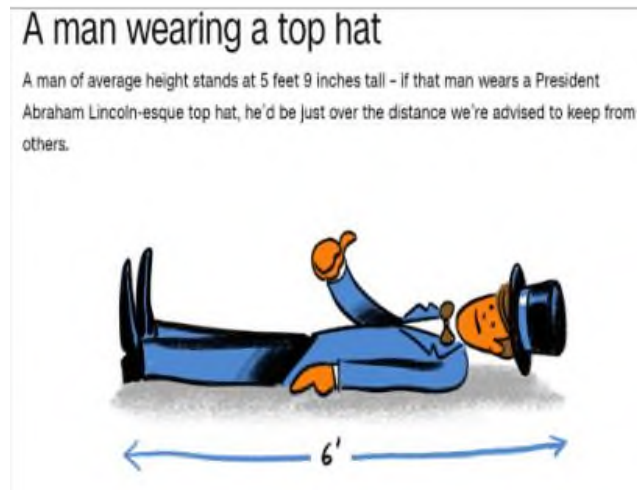


Рис. 3.118 [420]

Наведений приклад дає підстави також говорити про використання прийомів, притаманних створенню мультимодальних текстів, зокрема їх адаптації під очікування та потреби реципієнтів, що відповідає моделі *AIDA* (“*attention*” – “*interest*” – “*desire*” – “*action*”, тобто увага – інтерес – бажання – дія). При цьому зазначимо, що функцію *attention* (привернення уваги) на рис. 3.117 виконує саме невербальний компонент – зображення рогів лося в поєднанні з цікавим заголовком “*A moose's antlers*”, а на рис. 3.118 – лежачий чоловік та номінація “*A man wearing a top hat*”.

Оригінальним за способом подання інформації, на нашу думку, є мультимодальний текст на рис. 3.119, де основну функцію привернення уваги виконує зображення – червоні лижі, що розділяють двох людей. Не лише колір транслює незвичність ілюстрації, а й спосіб подання смислового навантаження, адже лижі актуалізують проксемічні обмеження між людьми, що аж ніяк не мають наміру зайнятися цим видом спорту, а, ймовірно, готуються до ділової зустрічі, про що свідчить їхній одяг та деталі образів. У цьому випадку продуценти використали стратегію контрасту на рівні іконічних знаків та ознаку уподібнення відстані у 6 футів із довжиною лиж, що засвідчує вербальний коментар: “*6' is about the length of skis*”. Вважаємо, що подібна химеризація зображення підвищує бажання реципієнтів ознайомитися з іншою важливою вербальною інформацією, розміщеною праворуч та структурованою

за допомогою відповідних рамок: *”COVID-19 is primarily spread through respiratory droplets produced when an infected person coughs or sneezes”*; *”People who have sustained contact within 6 feet of an infected individual are most at risk of transmission”*.

Для того, щоб спонукати потенційну аудиторію прочитати важливу медичну інформацію щодо особливостей поширення коронавірусної інфекції та небезпеки, яку несе недотримання дистанції, продуценти на рис. 3.120 розмістили зображення по центру, що візуально відтворює проблему.



Рис. 3.119 [545]

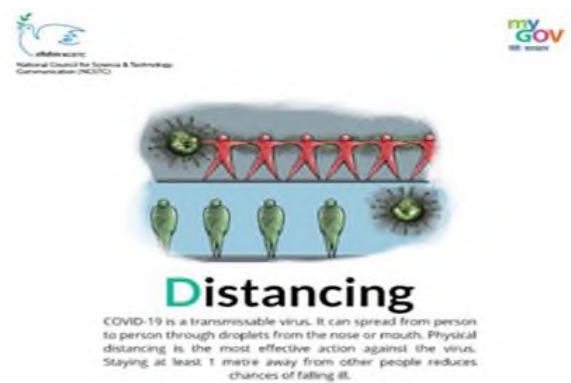


Рис. 3.120 [531]

Загалом саме зображення містить дві семантично місткі частини, кожна з яких означає різновекторний підхід: у першій частині бачимо зображення червоних силуетів, що обіймаються, у другій – зелених, які дотримуються дистанції. Зауважимо, що окрім використання типової для аналізованих мультимодальних текстів малої форми семантики кольорової гама, що визначає рівень безпеки/небезпеки, залучено ще один візуальний маркер – зображення мікроба. Провідну роль у трансляванні необхідного інформаційного посилу в цьому випадку виконує його розміщення щодо силуетів: близького стосовно червоних та віддаленого щодо зелених. У такий спосіб продуценти підкреслюють важливість дотримання дистанції між комунікантами задля запобігання зараженню небезпечним вірусом, що підтверджує використана вербальна конструкція: *”Staying at least 1 metre away from other people reduces chances of falling ill”*. При цьому саме ілюстрація виконує роль своєрідного семантичного інтенсифікатора, який змістовно доповнює вербальну частину

повідомлюваного.

Докладніше розглянемо специфіку *мультимодальних текстів*, яким характерне поєднання вербальних та невербальних складників. До цієї підгрупи мультимодальних текстів віднесемо ті, у яких превалює вербальний компонент, а використані продуцентами іконічні складники лише доповнюють вербальний модус, без якого зрозуміти, яку тематику висвітлює продуцент, складно. Наприклад, єдине, що могло схилити до думки про те, що зображення на рис. В 31 (Додаток В) ілюструє проблему дистанціювання при коронавірусній інфекції, є червона лінія, яка розділяє комунікантів та відвідувачів супермаркету. Усі інші ілюстрації досить важко дешифрувати, якщо не ознайомитися зі змістом повідомлюваного. Скажімо, зображення тролейбуса важко пов'язати з правилом дистанціювання в громадському транспорті, які означає вербальна конструкція *“On public transport, try to avoid crowds, and keep two seats between you and others”*, а малюнок таксі – із супровідним застереженням *“In taxis or ride shares, sit in the back seat”*. Ще ширші змістові межі, порівнюючи з невербальним супровідним компонентом, має речення *“When jogging, walking or cycling in the park, avoid doing so in large groups and keep distance between you and the others”*. Адже зображення двох чоловіків, що біжать на свіжому повітрі, візуально не заміщують ні локації, вказаної у вербальній конструкції, ні способу проведення дозвілля. У цьому випадку можемо говорити про означення проблеми шляхом часткового візуального вираження та основного вербального представлення.



Рис. 3.121 [404]

Незрозумілим для дешифрування проблеми дистанціювання при *COVID-19* є візуальний компонент на рис. 3.121. Силуети двох людей розділяє нетипова для означуваного виду інфографічних текстів вертикальна пунктирна лінія. Єдине, що можна пов'язати з питанням дистантних позицій, – витягнута рука одного індивіда, проте пасивність щодо взаємодії іншого робить дешифрування складним. Тому основний інформативний посил містить вербальна конструкція: “*Avoid shaking hands, hugging, etc., especially with those who are sick*”. Як бачимо, без залучення вербального модусу невербальний не може бути ефективним самостійно, як це відбувалося в аналізованих нами мультимодальних текстах, що ґрунтуються винятково на зображальній графіці.

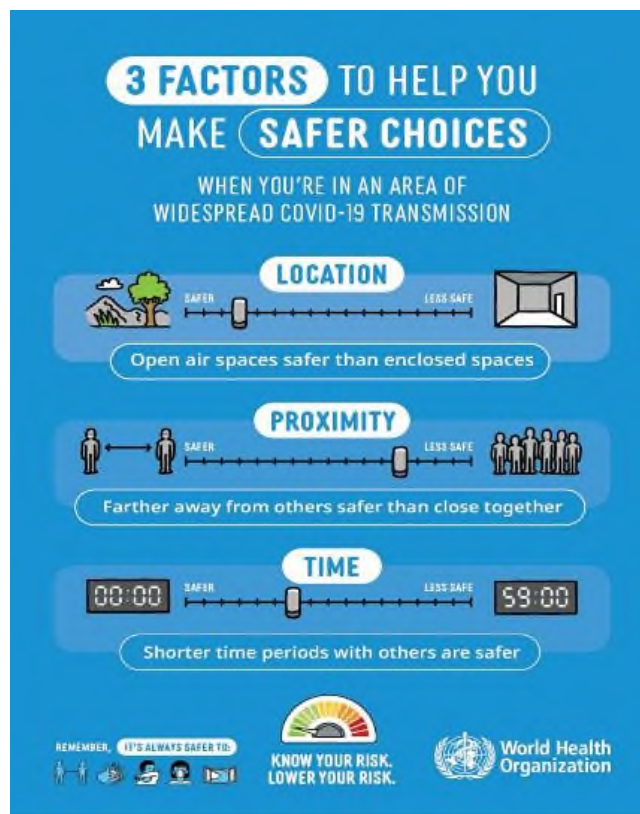


Рис. 3.122 [612]

Про превалювання вербального модусу над невербальним на рис. 3.122 свідчить його виділення кеглем та кольором, графічним обрамленням, що створює важливі додаткові мультимодальні стилістичні маркери комунікації. У такий спосіб Всесвітня організація охорони здоров'я знайомить аудиторію з трьома чинниками, що допоможуть зробити безпечний вибір при перебуванні в зоні поширення *COVID-19*. На фоні всього тексту завдяки виділенню першими

в поле зору читача потрапляють сполуки “3 factors” і “safer choices”. Ідентичне кольорове та шрифтове оформлення зі словосполученням “3 factors” мають лексеми “location”, “proximity”, “time”, що допомагає реципієнту ототожнити ці поняття, зробити їх контекстуально залежними й змістово значущими. Невербальний модус указаних лексем формують досить цікаві одиниці, з огляду на їхнє смислове навантаження, пов’язати більшість із яких із проблемою дистанціювання складно. Проте в симбіозі з вербальними сполуками вони формують самодостатній мультимодальний текст з оригінальним поетапним представленням інформації.

Зауважимо, що кожна означувана візуальна зона на рис. 3.122 складається з двох зображень, які розділяє графічний елемент – лінійка з позначками двох крайніх виявів “safer” та “less safe”, а рухомий бігунок на цій лінійці свідчить про рівень небезпеки. Зону “location” візуалізують картинки будинку та природи з відповідними номінаціями “safer” і “less safe” доповнює вербальне пояснення: “Open air spaces safer than enclosed spaces”. Звичнішими для трактування є картини, що формують невербальний модус зони “proximity”: лексема “less safe” називає зображення наповпу людей, а “safer” – двох індивідів, які зберігають дистанцію. Проте домінантну позицію в цій зоні посідає речення-пояснення: “Farther away from others safer than close together”. Лише в комбінації з вербальною конструкцією “Shorter time periods with others are safer” стають зрозумілими картини з різним відліком часу, що визначають зону “time”.

Окремого коментаря, на нашу думку, потребує використане продуцентами зображення спідометра, на якому замість цифр представлено кольоровий спектр: від зеленого, асоційованого з безпекою, до червоного, що визначає максимальний рівень небезпеки. Змістове наповнення цього візуалізатора специфіковане за допомогою промовистих спонукальних речень, побудованих із використанням «гри слів»: “Know your risk. Lower your risk”.

Проаналізуємо мультимодальні тексти, у яких виділяємо симбіотичні комбінації вербальних та невербальних культурно маркованих засобів.

Мультимодальні тексти цього типу особливо популярні в англomовному масмедійному комунікативному просторі. Один з інтернет-ресурсів запропонував цілу серію прикладів візуалізованого дистанціювання у 2 метри, в основі яких лежать зображення, що визначають локальну прив'язаність до певного місця. Наприклад, візуалізатором належної соціальної дистанції для Флориди (рис. 3.123) виступає алігатор (офіційна державна рептилія цього штату); для Каліфорнії (рис. 3.124) – дошка для серфінгу (серфінг у цьому штаті має світову славу); для Техасу (рис. 3.125) – техаський довгорогий бик (вважається найдовгорогішим биком у світі). Як бачимо, добір продуцентом невербальних знаків першочергово орієнтований на запит потенційних споживачів інформації бути впізнаними, семантично місткими та символізувати самотність місцевості.



Рис. 3.123 [513]

Рис. 3.124 [513]

Рис. 3.125 [513]

Акцентуванню уваги на зображенні об'єкта, що візуалізує відстань 2 метри, сприяє також кольорова лаконічність в оформленні аналізованих мультимодальних текстів. Самі візуалізатори дистанції мають чорне забарвлення, тоді як у зображенні людей, які вони розділяють, використано таку саму кольорову гаму, що й для вербальних засобів.

Значно складнішу композиційну організацію мають мультимодальні тексти аналізованого типу, представлені на рис. 3.126–3.128. Бачимо приклади прагматичної візуалізації дистанціювання у 6 футів із вербальною регіональною прив'язкою завдяки використанню онімів у заголовку: “*Translation of 6 feet of social distancing in Idaho*” (рис. 3.126), “*Social distancing in Maryland*” (рис. 3.127), “*Kentucky’s guide to social distancing: 6 feet of distance in the Bluegrass State*” (рис. 3.128), “*Measuring 6 ft. of distance (for Michiganders)*”

(Додаток В, рис. В 32), “*Social distancing for Utahns*” (Додаток В, рис. В 33).

Зазначимо локальне спрямування невербальних зображальних засобів проксемічних обмежень, зрозумілих потенційним реципієнтам та дієвих щодо впливу на них. Рис. 3.130 ілюструє соціальне дистанціювання в штаті Айдахо на основі співставлення довжини 6 футів з довжиною, що могла б утворитися, якщо скласти 14 картоплин, або 7 блакитних сойок, чи 5 форелей. Про зрозумілість для сприйняття місцевими мешканцями представлених візуальних образів свідчить гумористичний вербальний коментар, що доповнює використані зображення: “*Potatoes (the kind raised in Idaho, not those wimpy ones), Trout (size based on the third time he told the story). MORE Huckleberries than anyone can afford*”.



Рис. 3.126 [515]

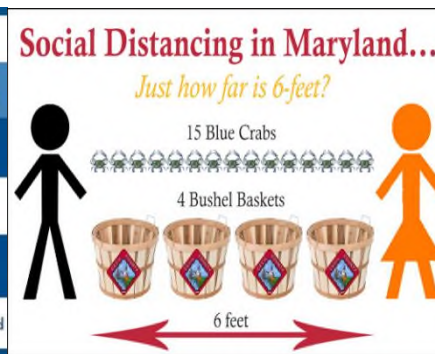


Рис. 3.127 [413]



Рис. 3.128 [590]

Натомість візуальними репрезентантами соціальних дистантних позицій у штаті Меріленд виступають 15 синіх крабів або 4 бушельні кошики (рис. 3.127).

Зазначимо, що продуценти і в цьому випадку використовують невербальні складники, що апелюють до зорової пам'яті місцевих жителів, адже вони дуже добре уявляють розміри синього краба – символу Чесапікської затоки, що омиває береги штату. Зображальний контент локального спрямування доповнюють логотипи на кошиках, в основі надпису яких використано місцевий онім – “*Cecil County*”. Успішним механізмом цілеспрямованого впливу вважаємо також використання в підзаголовку нетрадиційного спонукального речення, а питального “*Just how far is 6-feet?*” Для його оформлення, як і самого заголовку, задіяно набірний елемент – виділення кольором.

Викликати в свідомості потенційного споживача інформації штату Кентуккі потрібні образи й асоціації здатні візуальні символи, представлені на рис. 3.128. Відповідний невербальний емоційний фон для сприймання довжини 6 футів створюють зображення, що семантично та асоціативно пов'язані з цією місцевістю: 6 капелюхів Лінкольна (16-й президент США народився в Кентуккі), 2 бочки бурбону (виготовлений у цьому штаті напій слугує стандартом для подібного алкоголю), 3 цимбалів (цей гірський музичний інструмент почали виготовляти та продавати в Кентуккі), 1 чистокровний кінь (Кентуккське дербі – одне з найвідоміших у світі).

Ключовим візуальним маркером, що визначає регіональну прив'язаність мультимодального тексту на рис. В 32 (Додаток В) до штату Мічиган, слугує каяк (цей вид розваг дуже популярний у «штаті озер»). Саме його продуценти зобразили першим як зразок дистантної відстані в 6 футів між чоловіком та жінкою. Фокусування уваги на тому, що в дистанціюванні при COVID-2019 важливий кожен сантиметр, підкреслено не лише завдяки використанню дробових числівників у написах (“*1.5 golf bags*”, “*2.5 walleye*”, “*20.5 hands of euchre*”, “*1.75 orange construction barrels*”, “*7.25 robins*”, “*1.75 orange construction barrels*”), відтворенню частин іконічних елементів, а й завдяки супровідній вербальній конструкції: “*Easy measurements to determine whether you're standing far enough from people or if you need a little more space*”.

Синонімічний прийом використання дробового числівника та фрагмента зображення фіксуємо також на рис. В 33 (Додаток В), де в ролі візуалізатора соціальної дистанції в штаті Юта Департамент здоров'я округу Солт-Лейк використав зображення “*1 ¼ downhill skis*”. В одному ідейному спрямуванні працює також візуалізація відстані 6 футів через використання ілюстрації двадцяти двох пляшок “*fry sauce*” – регіональної приправи, що подається до картоплі фрі. Зауважимо, що завдяки додатковим невербальним компонентам продуценти значно розширюють межі представленої проблеми. Насамперед цьому сприяють зображення людей, яких розділяє лінія дистанціювання. Вони різні як за віковою характеристикою (від дитини до людини похилого віку),

гендерним підходом (присутні і чоловіки, і жінки), так і функційними можливостями (люди, які пересуваються самостійно та за допомогою інвалідного візка). У такий спосіб підкреслено інтенцію про те, що всі рівні перед небезпекою інфікування.

Аналіз означеного типу мультимодальних текстів дозволяє говорити про стратегію, коли всі компоненти візуального ряду покликані закріпити в свідомості реципієнтів асоціації, які надають повідомленню цілісний завершений вигляд та одночасно виділяють запропоновану інформацію з цілої низки подібних текстів, надаючи локальної прив'язаності, що корелює з різними культурними сенсами та конотаціями. Використання подібного роду візуальних засобів репрезентації дистантних позицій – ще один спосіб знайомства гостей штату з культурними традиціями та звичаями краю.

Необхідно зазначити, що серед фіксованої інфографіки англомовного комунікативного простору, присвяченої проблемі *COVID-19*, трапляється й така, яка не відповідає правилам оформлення текстів малої форми: нелаконічна й розмита, перенасичена великим обсягом інформації разом із недоречними зображеннями та кольором тексту, містить нечитабельний шрифт, недоречне розміщення візуальних елементів інформації, вербальні та невербальні компоненти суперечать змісту один одного тощо. Це робить текст непривабливим та нецікавим для потенційного адресата, а тому неефективним в плані впливу. Зазначена особливість ще раз свідчить про використання задалегідь продуманих візуальних технік в оформленні текстів малої форми та їх симбіотичних комбінацій разом із вербальним складником, що швидко сприйматиметься потенційною аудиторією і скеровуватиме її до бажаних дій, безпечних для життя і здоров'я.

Висновки до розділу 3

Невербальні патерни поведінки індивідів знаходять своє відображення в текстах малої форми, в яких актуалізовано превентив шляхом кінесичних,

такесичних й проксемічних обмежень в період *COVID-19*. Жести, міміка, пози, дистанція та дотики мають універсальний характер в монокультурному середовищі, а частина з них є міжнародними маркерами спілкування. Простота, інформаційна місткість й візуальна атрактивність цих комунікативних одиниць сприяє їх активному залученню до структури мультимодальних текстів малої форми під час інформаційної кампанії, скерованої проти коронавірусної інфекції. Чимало інституцій та організацій доклали максимум зусиль і креативу, щоб переконати реципієнтів дотримуватися правил превентивної поведінки та вакцинуватися.

У корпусі ілюстративного матеріалу виокремлено кінесичні засоби, що складають графічні прототипи жестів, міміки, поз, яким притаманна графічна синонімія. В основі таких текстів лежать як різноманітні схематичні зображення, так і світлини з реальними лікарями, на яких візуалізовано превентив. Крім того виокремлено також графічні кінеми, що експлікують симптоматику *COVID-19*. Одними з найвагоміших графічних кінем вважаємо піктограми, що експлікують симптоми захворювання і в такий спосіб проєктують превентивні правила поведінки. На особливу увагу заслуговують графічні кінеми, що актуалізують альтернативні способи традиційного вітання. Крім того, ідентифіковано випадки найнеочікуваніших форм вітань.

Зображення такесичних елементів відіграють роль ключових візуальних маркерів, швидко й влучно передають основний зміст повідомлюваного; додаткові графічні символи (знак заборони у вигляді кола з червоним контуром, зображення вірусу, хрестики й галочки) конкретизують повідомлюване; вербальний складник надає необхідного змісту для сприйняття інформації, а також експлікує додаткові рекомендації; невербальні елементи привертають увагу, мінімізують обсяг вербального складника, надають додаткових смислових відтінків.

Такесичні візуальні маркери експлікують превентив традиційних вітань, пропонуючи нові варіанти щоденного етикету. Саме такі візуальні маркери унаочнюють рекомендоване уникнення фізичних контактів задля запобігання

інфікуванню. Натомість, у графічній площині представлено чимало інших креативних способів, які успішно компенсують традиційні, однак тимчасово неможливі усталені методи.

Найпродуктивнішими графічними репрезентантами дистантних позицій в мультимодальних текстах, що ґрунтуються винятково на зображальній графіці, є лінія зі стрілками на обох кінцях та коло, що визначає безпечні зони для індивідів. Особливістю оформлення мультимодальних текстів, доповнених одиницями виміру безпечної дистанції, є поєднання числового модусу з візуалізаторами на основі уподібнення з тими об'єктами, які за розмірами відтворюють відстань 6 футів/2 метри.

У мультимодальних текстах, актуалізованих сукупністю вербальних та невербальних модусів, що визначають проксемічні обмеження, засвідчено різний ступінь взаємодії означуваних ними одиниць: превалювання; симбіотичного поєднання; повного чи часткового дублювання; підсилення змісту та семантики іншого компонента; контрастування. На вербальному рівні важливими засобами увиразнення інформації та фокусування уваги на найважливіших її частинах слугують шрифт чи колір. Додаткового смислового потенціалу повідомлюваному надають питальні та спонукальні конструкції, використані в заголовку.

Продюценти схильні до репрезентації безпечної відстані й за допомогою візуального ряду, який утворюють предмети, використовувані реципієнтами в повсякденному житті. Окремі невербальні засоби слугують не лише важливою візуальною основою для закріплення інформації про дистанціювання при *COVID-19*, а й вагомим ресурсом, що здатен відображати культуру певних штатів США, цінності, реалії, життєвий досвід мешканців країни.

Основні положення та результати розділу викладено в таких працях авторки [179].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Сучасні масмедійні тексти на тематику *COVID-19* свідчать про модернізований підхід до використання у них графіки, варіативність комбінації знаків різних семіотичних систем, що створює оптичну архітектуру тексту та вимагає уважності від читача, апелюючи до його здатності належно декодувати контент. Візуальні засоби є дієвим способом привернення уваги реципієнтів. Саме з цією метою продуценти масмедійних текстів на тематику *COVID-19* широко послуговуються графічними маркерами для передачі важливої інформації превентивного характеру у максимально стислій та візуально сприйнятливій для реципієнта формі.

Досліджувані тексти вирізняються високим ступенем мультимодальності, адже вони насичені гетерогенними складниками, що належать до різних семіотичних систем. Доведено, що англійські тексти малої форми на тематику *COVID-19* за їхньою функційно-прагматичною спрямованістю превентивні. Невербальним знакам у масмедійних англійських текстах на тематику *COVID-19* притаманні гетерографічні характеристики.

Невербальні компоненти відіграють важливу роль у процесі реалізації масмедійної писемної комунікації у період пандемії та визначають її успішність. Англійським медичним текстам малої форми властива архітектонічна варіативність за рахунок множинних графічно-знакових елементів. При цьому, мультимодальні засоби значною мірою сприяють актуалізації семантики та прагматики превентивних текстів щодо *COVID-19*, привертаючи увагу читача та застерігаючи від потенційної небезпеки.

У корпусі ілюстративного матеріалу превентив експліковано низкою конструкцій, що виражають застереження, прохання, пораду, рекомендації, вимогу, заборону, наказ чи персуазивність. Семантику превентива актуалізовано у стверджувальній або заперечній формі наказового способу, що спонукає реципієнта до дій. Ідентифіковано, що превентив актуалізовано такими лексемами та словосполученнями: “*safe*”, “*keep safe*”, “*protect*”, “*prevent*”,

“protective”, “safety”, “staying secure”.

Фактичний матеріал дослідження уможлиблює виокремлення п'яти типів текстів: гетерографічних, піктографічних, вербально-залежних, ілюстративних, графічно-схематичних. Досліджуваним текстам притаманні різні стратегії розміщення матеріалу, а саме горизонтально-лінійна, вертикально-лінійна, кругова, змішана (що є симбіозом принаймні двох стратегій з означених в цьому переліку). Окремий сегмент складають тексти, яким характерне атипове розміщення елементів. Цей тип вирізняється з-поміж інших тим, що має рандомну форму репрезентації матеріалу. Крім того, в одному тексті може бути використано кілька стратегій одночасно. При цьому, кожен з перелічених способів може бути симетричним або асиметричним. Характерною ознакою англомовних масмедійних текстів на тематику *COVID-19* є блоковість репрезентації текстової інформації з чітким логічним структуруванням його контенту. Ідентифіковано, що кількість блоків в означених текстах може варіюватися від двох до десяти. Особливу роль в масмедійних текстах малої форми відіграють знаки пунктуації, первинні функції яких часто змінюються.

Піктограми як універсальні елементи комунікації та загальнозрозумілі орієнтири, якими послуговуються представники різномовних соціумів, є ключовими елементами в означених текстах. Виокремлюємо три групи піктограм: *піктограми, що репрезентують індивідів, предмети чи об'єкти; поведінкові дії; симптоми коронавірусу.* Як результат, серед них ідентифіковано *вербально-залежні (38%) та вербально-незалежні (62%) піктограми.* Вони також різняться формою, розміром, спецефектами, кольоровими та шрифтовими варіаціями. Піктограмам притаманна графічна синонімія та антонімія.

У корпусі ілюстративного матеріалу ідентифіковано низку мультимодальних графем, лексем та синтаксичних конструкцій, покликаних увиразнити досліджуваний матеріал, сприяти продукуванню інновацій у сучасному англомовному масмедійному комунікативному просторі.

Виявлені невербальні засоби виконують низку функцій, зокрема: *полегшують сприйняття інформації, доповнюють зміст, інформують, навчають, привертають увагу реципієнтів, прямо чи опосередковано впливають на їхні дії та рішення, застерігають та попереджають, дублюють значення вербального складника, акцентують увагу на ключовому аспекті повідомлюваного.*

Аналіз ілюстративного матеріалу засвідчив розмаїття взаємодії вербальних та невербальних, зокрема проксемічних, кінесичних і такесичних елементів в структурному, семантичному та функційному вимірах. У межах проаналізованого масиву ці елементи знаходяться в семантичному центрі мультимодального тексту і передають основний зміст повідомлюваного. Решта складників доповнюють, конкретизують, привертають увагу, надають додаткових смислів.

У роботі докладно обґрунтовано кінесичні графічні засоби актуалізації превентива в англійських текстах малої форми на тематику *COVID-19*. Висвітлено специфіку жестів як особливих графічних кінем та візуальних маркерів заборони. Установлено, що частотним є графічна кінема-жест відкритої долоні з надписом-закликом *“Stop COVID-19”*. Зміст повідомлюваного увиразнюється за рахунок шрифтів та кольорів, змінність яких уможливорює акцентування уваги на небезпечних аспектах. Водночас дотримання встановлених правил та норм репрезентовано варіативними кольорами та шрифтами.

Інтегральною частиною кінесики є піктограми як універсальні комунікативні одиниці, покликані актуалізувати превентив на широкий загаль. Піктограми мають різні форми, розміри, кольорове забарвлення. Серед кінесичних графічних маркерів виокремлено жест відкритої долоні, спрямований на запобігання зараженню та намагання віддалити від себе вірус й не допустити інфікування. Окрему групу складають тексти, в яких ключову роль відіграють пересічні індивіди та медичні працівники, представлені на світлинах, які завдяки жестовій кінемі, доповненій вербальним відповідником,

намагаються донести людству важливість дотримання гігієнічних норм і правил. В цьому ж сегменті виявлено тексти, головними персонажами яких є персоналізовані герої, що усіляко намагаються захиститися від зараження вірусом, атакуючи його, приймаючи при цьому відповідну позу. Головними героями частини текстів є вочевидь лікарі, що постають в образі супергероїв за рахунок плаща всесвітньовідомого борця зі злом Супермена. Низка графічних кінем експлікують симптоматику *COVID-19*, увиразнену не лише за рахунок піктограм, що репрезентують різні мімічні прояви, а й коротких дешифрувань-пояснень. Серед текстів малої форми, що вирізняються кінесичними графічними маркерами, є група, що висвітлює альтернативи традиційним способам вітання. Реципієнтам демонструють як саме вітатися та закликають їх робити саме так, щоб уберегтися від інфікування.

Запобігання тактильним контактам (дотикам, обіймам, поцілункам, рукостисканням тощо) також знайшло своє відображення у текстах малої форми. Усвідомлюючи неконтрольованість й водночас природність таких дій, продуценти досліджуваних текстів намагалися всіляко застерегти людство від зараження та наголосити на тому, що така інфекція передається не лише повітряно-крапельним шляхом, але й внаслідок швидкоплинного торкання. Наголосимо, що значний відсоток інформації означеної тематики також передається завдяки піктограмам, які переважно використовують з вербальними текстами-поясненнями. Альтернативою традиційним дотикам є запропоновані варіанти вітання «ударом ліктями» (*“elbow bump”*) та «потисканням ступнями» (*“foot shake”*) або «потисканням по-уханськи» (*“Wuhan shake”*), «потисканням щиколотки» (*“ankle shake”*). Безпечність таких вітань полягає в тому, що безпосередній контакт з шкірою відсутній, а контактують лише ті частини одягу, що захищають частини тіла, через які важко інфікуватися. Окрему групу складають тексти, покликані подолати стрес внаслідок негативного впливу ковіду на індивідів.

У масмедійному середовищі виокремлено три групи мультимодальних текстів малої форми на позначення проксемічних обмежень: мультимодальні

тексти, до складу яких входять виключно невербальні складники (рисунок реальних та уявних подій, об'єктів тощо; фотофакти (світлина), що засвідчують певні процеси, явища, дії; мультимодальні тексти, доповнені одиницями виміру безпечної дистанції; мультимодальні тексти, що поєднують вербальні та невербальні складники, останні з яких превалюють.

Крім того, виділено сім гетерогенних моделей з превалюючим компонентом: *домінування невербального модусу із залученням вербального заголовка Social Distancing/Physical Distancing; поєднання вербальних складників та піктограм; симбіотичне поєднання вербальних та невербальних компонентів, що однаковою мірою означають вербальний заклик у формі наказового способу; використання в заголовку питальної конструкції з наочною візуалізацією відповідей на неї за допомогою двох модусів: вербального і невербального; превалювання вербального модусу в поєднанні з невербальним, що здається тематично нерелевантним та спонукає ознайомитися зі змістом повідомлюваного; поєднання вербальних та невербальних складників, останній з яких превалює; симбіотичні комбінації вербальних та невербальних культурно маркованих засобів.*

Перспективи подальших розвідок вбачаємо у дослідженні засобів мультимодальності у їх полівекторному декодуванні залежно від мети тексту. Подальші дослідження також доцільно спрямувати на вивчення немовних засобів, якими послуговуються комуніканти, прагнучи застерегти цільову аудиторію від негативних наслідків у різних ситуаціях. Перспективними видаються вектори аналізу спрямовані на дослідження кореляції мовних та немовних засобів у медичних масмедійних текстах малої форми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анохіна Т. О. Інтеграція вербальних та невербальних знаків (на матеріалі англійської мови). *Другі Каразінські читання: два століття Харківської лінгвістичної школи: матеріали Всеукр. наук. конф.* Харків: ХНУ ім. В. Каразіна, 2003. С. 1415.
2. Анохіна Т. О. Поліфункціональність та поліаспектність графічних знаків. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки».* 2004. Вип. 3 (62). С. 9–15.
3. Артамонова І. М. Вербальний та іконічний комплекси як текстотворювальні чинники періодичного видання. *Поліграфія і видавнича справа.* 2007. Вип. 1 (45). С. 77–84.
4. Бабенко О. В. Проблематика малоформатних текстів: жанр притчі в сучасній літературі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Сер.: Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 147–148. URL: <https://1ll.ink/y2X75> (дата звернення: 11.08.2023).
5. Батринчук З. Р. Креолізований текст як параграфемний елемент у сучасному англomовному епістолярному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії.* Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т. 1 Вип. 3. С. 80–84.
6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 342 с.
7. Бацевич Ф. Нариси з лінгвістичної прагматики. Львів: ПАІС, 2010. 336 с.
8. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики : підручник. Київ: ВЦ «Академія», 2011. 302 с.
9. Безугла Т. А. Англо- і німецькомовний рекламний дискурс: полікодовий лінгвопрагматичний підхід : дис. ... канд. філол. наук. Харків, 2017. 304 с.
10. Безугла Т. А. Типи повної креолізації рекламного тексту. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна.* 2015. № 81. С. 35–39.

11. Белічко Н., Марченко Н. Графічна література: визначення, історія, складові. *Українська академія мистецтва*. 2021. Вип. 30. С. 29–37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uam_2021_30_6 (дата звернення: 11.07.2023).

12. Бехта І. А., Карп М. А. Мультимодальні засоби когезії та когерентності у сучасних літературних казках: теоретико-методологічна інтерпретація. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер. Філологія. 2014. № 13. С. 87–90.

13. Бехта І. Авторське експериментаторство в англomовній прозі ХХ століття. Львів: ПАІС, 2013. 268 с.

14. Бистров Я. В. Взаємодія вербального і графічного модусів у художньому тексті (мультимодальний підхід). *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Перекладознавство та міжкультурна комунікація». 2018. Вип. 4. С. 7–12.

15. Білецька О. В. Графічна форма постмодерністського художнього тексту крізь призму графічної лінгвістики. *Нова філологія*. 2014. № 60. С. 17–22. URL: <http://surl.li/pqagw> (дата звернення: 11.03.2022).

16. Білецька Т. О., Гаврилюк О. О. Мультимодальність текстів сучасних англomовних журналістів-блогерів (на матеріалі блогів Філіппі де Франко та Арви Махдаві). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 33 (72). № 2. Ч. 1. 2022. С. 87–93.

17. Білик К. М. Феномен креолізації у сучасному європейському медіадискурсі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Філологія. Журналістика. 2022. Т. 33 (72). № 1. Ч. 2. С. 6–10. URL: <https://cutt.ly/9wLhOXIE> (дата звернення: 02.11.2022).

18. Білоконенко Л. Полікодові тексти з концептом «коронавірус». Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія». 2021. № 46. С. 9–16.

19. Білюк І. Л. Брендінг міст в англomовному комунікативному просторі: вербальна і візуальна складові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. 2016. 20 с.

20. Білюк І. Л. Вербальні і невербальні засоби брендінгу Олімпіади. Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Київ: Логос. 2012. С. 60–67.

21. Бірюков М. Ю. Піктограма як елемент знаково-символічної системи. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2011. № 10 (221). Ч. І. С. 5–10.

22. Бокарева Ю. С., Дейнеко Ж. В., Черемський Р. А. Інфографіка: сучасний засіб цифрового контенту. *Полиграфические, мультимедийные и WEB-технологии (PMW-2016)*: матеріали Міжнар. наук.-техн. конф., м. Харків, 16–20 трав. 2016 р. Харків, 2016. Т. 1. С. 140–141.

23. Боцман А. В. Структурно-семантичні та прагматичні особливості фармацевтичних текстів (на матеріалі англomовних інструкцій до вживання лікарських препаратів) : дис... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ: Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, 2006.

24. Васильєва Г. О. Превентив у структурі українського розмовного дискурсу: комунікативна модель і засоби вираження : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Донецьк: Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов, 2010. 21 с.

25. Вашека Т. В., Гічан І. С. Психологія спілкування: Навч.-метод. комплекс. К.: Книжкове вид-во НАУ, 2006. 184 с.

26. Висоцька Н. О. Проблема класифікації текстів у мовознавстві. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: Мовознавство. 2014. № 2. С. 56–60. URL: <https://1ll.innk/sBtUY> (дата звернення: 24.05.2022).

27. Віротченко С. А. Проксемічна складова англomовного діалогічного дискурсу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2011. 232 с.

28. Влох Н. М. Засоби параграфеміки англомовного постмодерністського художнього тексту. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. 2013. Вип. 36. С. 111–113. URL: <http://surl.li/pqbh> (дата звернення: 14.04.2021).

29. Воробйова М. В. Інтерсеміотичність та інтермедіальність: проблема диференціації. *RETRO, Ukraine, Crimea, Parthenit*. 2012. URL: <https://cutt.ly/ywLhV6fc> (дата звернення: 19.01.2021).

30. Врабель Т. Т. Словотворча прагматика у сучасній англійській мові : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Ужгород, 2005. 241 с.

31. Герус В. Ю., Макарук Л. Л. Гендерна специфіка креолізованих текстів малої форми. *Нова філологія*. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. С. 140–144.

32. Гінда О. М. Прозова мініатюра в контексті східнослов'янської літературознавчої жанрології (60–80-ті роки ХХ ст.). *Проблеми слов'янознавства*. Вип. 50. 1999. С. 111–117.

33. Гливінська Л. К. Об'єкт неолінгвістики – мультимодальність: завдання і рішення. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Будапешт, 2018. Т. 6 (52), Вип. 177. С. 23–26.

34. Град Н. Я. Сучасні мультимодальні студії: модальна лінгвістика та мультимодальна стилістика. *Одеський лінгвістичний вісник*. Вип. 4. 2014. С. 49–51. URL: <http://surl.li/pqbqa> (дата звернення: 27.04.2021).

35. Гудзь Н. О. Мультимодальність як визначальна риса вебсайтів екологічної тематики. *Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблем перекладу*: тези допов. Всеукр. наук. конф. пам'яті доктора філол. наук, проф. Д. І. Квеселевича. 2014. С. 24–27.

36. Гулуєва С. І. Прагматичні функції в малих текстах гумористичного характеру. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2011. Вип. 4. С. 147–150.

37. Денисюк І. О. Розвиток української малої прози ХІХ – поч. ХХ століття. Львів: Науково-видавниче товариство «Академічний Експрес», 1999. 280 с.

38. Дерикоз О. Б. Сучасна жанрова форма “short story” в рецепції англійської критики. *Питання літературознавства*. 2011. Вип. 84. С. 177–183. URL: <https://11l.ink/XiyI9> (дата звернення: 17.02.2022).

39. Дзись Г. С. Поетологічні аспекти жанру прозової мініатюри. *Волинь філологічна: текст і контекст*. Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2008. Вип. 6 : Польська, українська, білоруська та російська літератури в європейському контексті. Ч. 2. С. 55–64.

40. Дмитренко В. А., Григор’єва Л. М. Деякі типологічні риси текстів малих форм фольклору з комічними елементами. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*: зб. наук. статей. Київ: Вид. центр КДЛУ, 2000. Вип. 4. С. 83–90.

41. Добровольська Д. М. Полікодовість соціальної реклами: перекладацький аспект. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. URL: <http://surl.li/pqbru> (дата звернення: 08.10.2022).

42. Дрінко Г. Г. Спонукальні конструкції в англійській та українській мовах : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство». Донецьк, 2005. 19 с.

43. Дяків Х. Застереження у сучасній німецькій мові: жанротвірні ознаки. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка*. Сер.: Філологічні науки. 2009. Вип. 81(2). С. 304–307. URL: <https://cutt.ly/vwLh1vdw> (дата звернення: 11.08.2023).

44. Єфименко В. А. Жанрові трансформації та мультимодальність сучасних казкових наративів (на матеріалі англійської мови) : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Київ, 2018. 531 с.

45. Єфименко В. А. Інтертекстуальні зв’язки між текстовими світами казкових творів. *Studia linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 322–326.

46. Завадська О. В. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичних досліджень. *Лінгвістичні дослідження*. 2016. Вип. 43. С. 163–169. URL: <http://surl.li/pqbth> (дата звернення: 05.01.2022).

47. Загазей І. С. Вербальний та невербальний взаємозв'язок у креолізованих текстах. *Молодий вчений*. № 11 (111). С. 41–44. URL: <http://surl.li/pqbug> (дата звернення: 31.03.2022).

48. Захарова Н. В. Загадка як особлива семіотична система. *Проблеми зіставної семантики*: зб. наук. статей. 2009. Вип. 9. К.: Вид центр КНЛУ. С. 394–398.

49. Заєць Д. В. Малі епічні жанри як самобутнє явище дитячого фольклору. *Пріоритети розвитку початкової освіти в контексті становлення Нової української школи*: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конференції (24 березня 2021 року) / за заг. ред. Т. І. Шанскової. Житомир, 2021. С. 98–99.

50. Зикун Н. І. Українська газетно-журнальна сатира малих жанрових форм у першій чверті ХХ століття. *Соціальні комунікації в сучасному світі*: колективна моногр. [наук. ред: Г. П. Кривошея, В. І. Шульгіна, О. В. Безручко]. Київ: КиМУ, 2015. С. 5–42.

51. Івасишин М. Р. Лінгвальний та екстралінгвальний інвентар в англомовному коміксі. *Закарпатські філологічні студії*. URL: <https://cutt.ly/5wLh00Jw> (дата звернення: 11.04.2023).

52. Івасишин М. Р. Мультиmodalність англомовного коміксу: лінгвальний та екстралінгвальний виміри : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Івано-Франківськ, 2019. 404 с.

53. Каневська О. Б., Щербак С. В. Малі фольклорні жанри як форма вираження національного характеру. *Філологічні студії. Науковий вісник КНУ*: зб. наук. праць / за заг. ред. Ж. Колоїз. Кривий Ріг, 2014. Вип. 10. С. 172–181.

54. Карп М. А. Взаємодія засобів контамінованої лексичної когезії в тексті англійських мультиmodalних літературних казок Філіпа Арда. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2016. Вип. 62. С. 136–139.

55. Карп М. А. Текстотвірні ознаки когезії та когерентності в англійських мультиmodalних літературних казках (на матеріалі творчості Філіпа Арда): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Одеса, 2016. 20 с.

56. Кащишин Н. Є. Мультимодальний аспект дослідження англомовного дипломатичного дискурсу. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2019. Вип. 39 (2). С. 30–33.

57. Кащишин Н. Є., Іващишин О. М Диференціація та комунікативний потенціал вербальних та невербальних засобів вираження ввічливості в англомовному дипломатичному дискурсі. *Вісник науки та освіти*. № 9 (15). 2023. С. 106–117.

58. Кащишин Н. Є., Лосєва І. В. Репрезентація вербальних та невербальних засобів вираження ввічливості у традиційних та нових жанрах англомовного дипломатичного дискурсу. *Закарпатські філологічні студії: наук. журн.* Ужгород: Ужгородський національний університет, 2023. Вип. 30. С. 87–91.

59. Кицан О. Графіка сучасної поезії (на прикладі збірки М. Шунь «БІЯС»). *Волинь філологічна: текст і контекст. Лінгвостилістика ХХІ століття: стан і перспективи*: зб. наук. пр. / упоряд. І. П. Левчук. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2014. Вип. 17. С. 113–124.

60. Кияк-Редькович Л. Т. Полісеміотичність логотипів міст та брендів як тип візуально залежних текстів малої форми. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. 2009. № 3. С. 129–137

61. Кияк-Редькович Л. Т. Структурно-семантичні та прагматичні особливості креолізації малоформатних текстів дитячої літератури (на матеріалі сучасної англійської мови). *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. Київ, 2008. № 2. С. 187–196.

62. Кобякова І. К. Відображення гендерних відносин в англійських текстах малого жанру. *Проблеми зіставної семантики*. Київ: Вид. центр КНЛУ. 2002. С. 393–399.

63. Ковальова М. Ю. Багацька О. В. Сучасні англомовні короткі оповідання: їх визначення та структура. *Перекладацькі інновації: матеріали II*

Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції. Суми, 15-16 березня 2012 р. Суми: Сумський державний університет, 2012. С. 94–95.

64. Козуб Л. С. Особливості використання експресивних засобів у англомовних текстах малої форми. *Науковий вісник Національного Університету Біоресурсів і Природокористування України*. 2017. № 263. С. 208–215.

65. Козуб Л. С. Соціолінгвістичні особливості просодичної організації тексту англійської комерційної телереклами (експериментально-фонетичне дослідження) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2004. 19 с.

66. Колегаєва І. М. Поліmodalність відчуттів у дзеркалі полікодовості тексту, або ще раз про антропоцентризм у лінгвістиці. *Записки з романогерманської філології*. 2015. Вип. 2. С. 105–112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2015_2_16 (дата звернення: 14.12.2022).

67. Коляда Е. К. Академічна культура дослідника і реалізація комунікативної стратегії толерантності в англомовному академічному письмі. *Нова філологія*. 2022. № 85. С. 131–137.

68. Коляда Е. К., Калиновська І. М. Репрезентація сенсорних каналів невербальної комунікації у сучасному англомовному художньому дискурсі. *Південний архів. Філологічні науки: зб. наук. пр. Херсон*, 2022. Вип. 91. С. 16–24.

69. Коляда Е. К., Кондрук А. Ю. Стратегії персуазивності в нещирому дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологія. Острог: Вид-во Нац. ун-т «Острозька академія». 2022. Вип. 15. С. 17–20.

70. Коляда Е. К., Лісінська Т. Ю. Базові поняття сенсорної лінгвістики. *Актуальні питання іноземної філології*. 2020. № 12. С. 125–132.

71. Коляда Е. К., Мельник О. М. Маскування емоцій у процесі міжособистісної комунікації. *Актуальні питання іноземної філології*. 2019. № 11. С. 66–71.

72. Кононець Ю. В. Вербально-візуальна єдність полікодових текстів. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2010. Вип. 18. С. 186–192.

73. Космацька Н. В. Вербальні і невербальні засоби творення емоційності інформаційного повідомлення. *Наукові праці: наук.-метод. журн. Серія «Філологія. Мовознавство»*. Вип. 243. Т. 255. Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2015. С. 42–46.

74. Костенко М. А. Друкована реклама як креолізований текст: шрифтові виділення. *Мова*. 2014. Вип. 21. С. 64–67. URL: <http://surl.li/pqcdr> (дата звернення: 19.05.2021).

75. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2008. 423 с.

76. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ: Видавничий центр «Академія», 2001. 368 с.

77. Крисанова Т. А. Концептуальні ознаки емоції СУМ в англomовній картині світу. *Актуальні питання іноземної філології*, 2018. № 9. С. 106–112.

78. Крисанова Т. А. Мультиmodalьна актуалізація негативних емоцій в англomовному кінодискурсі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*”. 2020. Вип. 92. С. 16–22.

79. Крупкіна Т. В. Структурно-семантичні типи висловлень застереження у німецькомовному діалогічному дискурсі. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. № 86. С. 48–55.

80. Кубишкіна К. І. Аналіз теорії жанрів Ігоря Качуровського в контексті багатовікової літературної традиції. *Прикарпатський вісник НТШ: науковий журнал*. Івано-Франківськ, 2014. № 2 (26). С. 345–353.

81. Кузнецова Л. Р. Малоформатний текст як акт мовленнєвої комунікації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія:

Філологічна. 2012. Вип. 29. С. 312–314. URL: <https://11l.innk/9NuYq> (дата звернення: 28.03.2022).

82. Кузнецова М. О. Полікодовий характер вторинного дискурсу англomовних текстів жанру фентезі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2015. Вип. 58. С. 105–107.

83. Кузьменко А. О. Жанрово-мовленнєва типологія малоформатних інфантичних текстів. *Нова філологія*, 2014. № 66. С. 111–115.

84. Куравська Н. Ю. Семантика превентива та засоби його вираження в сучасній українській мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2016. Вип. 60. С. 175–177.

85. Ленська С. В. Жанрова специфіка малих епічних форм у теоретико-літературознавчому дискурсі. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди*. Сер.: Літературознавство. Харків: ХДПУ, 2013. Вип. 4 (76). Ч. 2. С. 85–93.

86. Ленська С. В. Стратегії розвитку жанрових структур в українській малій прозі 1920-х років. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Літературознавство, мовознавство, фольклористика. 2013. Вип. 24. С. 12–16. URL: <https://cutt.ly/hwLh6Yrl> (дата звернення: 11.06.2021).

87. Ленська С. В. Українська мала проза 1920–1960-х років: на перетині жанру і стилю. Полтава: ПолтНТУ, 2014. 656 с.

88. Літкович Ю. В., Ковальчук Л. В., Киричук Л. М. Лінгвістичні особливості спілкування в соціальних мережах. *Академічні студії*. Серія: «Гуманітарні науки». Луцьк: Видавничий дім «Гельветика», 2023. № 1. С. 68–74.

89. Літкович Ю. В., Ковальчук Л. В., Лесик І. В. Рекламна функція англomовних газетних заголовків. *Академічні студії*. Серія: «Гуманітарні науки». Луцьк: Видавничий дім «Гельветика», 2022. № 3. С. 125–131.

90. Ломоносова К. С. Функціонально-комунікаційна система малих текстових форм у мас-медіа: структура і типологія (на матеріалі пресових та інтернет-видань) : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Київ: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, ін-т журналістики, 2015. 346 с.

91. Лук'янець Т. Г. Мультиmodalність художнього тексту з позицій соціосеміотичного підходу. *Актуальні проблеми філології, американські та британські студії*: зб. статей за матер. IV Міжн. наук.-практ. конференції. Київ: Університет «Україна», 2011. Т. 1 С. 62–66.

92. Лютянська Н. І. Полікодовість як ознака англомовних мас-медійних текстів. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. Сер.: Філологічні науки. Мовознавство. 2019. № 11. С. 88–92.

93. Макарук Л. Л. Вербальні та невербальні засоби актуалізації проксемічних обмежень вперіод пандемії COVID-19. *Philological Sciences and Translation Studies: European Potential: conference proceedings, July 9-10, 2021*. Wloclawek: Baltija Publishing, 2021. P. 137–142.

94. Макарук Л. Л. Вербальні та невербальні засоби в англомовній комунікації. *Науковий вісник Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки*. Сер.: Філологічні науки. Мовознавство. 2015. № 4 (305). С. 139–145.

95. Макарук Л. Л. Візуальна комунікація: ключові поняття та вектори аналізу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*: зб. наук. пр. Острог, 2014. Вип. 44. С. 167–170.

96. Макарук Л. Л. Візуальна комунікація: сучасний стан та перспективи. URL: <https://cutt.ly/AwLjrL8H> (дата звернення: 11.05.2021).

97. Макарук Л. Л. Візуальні засоби репрезентації проксемічних обмежень в англомовних інфографічних текстах присвячених COVID-19. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2021. Вип. 12 (80). С. 55–58.

98. Макарук Л. Л. Візуальні засоби як маркери міжкультурного спілкування. *Стратегії розвитку та пріоритетні завдання філологічних наук*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 21-22 липня 2023 р. Львів – Торунь: Liha-Pres, 2023. С. 176–178.

99. Макарук Л. Л. Гетерогенність англомовних семіотичних ресурсів та проблема їх номінації. *Україна і світ: діалог мов і культур*: матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції 11–13 квітня 2018 р. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2018. С. 193–195.

100. Макарук Л. Л. Гетерогенність лінгвальних елементів англомовної реклами. *Нова філологія*: зб. наук. пр. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. Вип. 66. С. 123–128.

101. Макарук Л. Л. Графічна лінгвістика: становлення, сучасний стан та перспективи розвитку. *Іноземна філологія*. Львів, 2013. Вип. 125. С. 16–21.

102. Макарук Л. Л. Графічне відображення мови тіла, тактильної поведінки, дистанціювання та часових параметрів в англомовних інфографічних текстах на тематику COVID-19. *Пріоритети германської та романської філології*: збірник матеріалів XV Міжнародної наукової онлайн-конференції, 07-08 жовтня 2022 року. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. С. 53–55.

103. Макарук Л. Л. Засоби та прийоми лінгвальної гри у сучасній англійській мові. Наукові записки. Сер.: «Філологічні науки» / відп. ред. проф. Г. В. Самойленко. Ніжин: Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 2014в. Кн. 1. С. 142–148.

104. Макарук Л. Л. Зображення як невід’ємні сегменти філологічних досліджень. *Міжкультурна компетентність у контексті вивчення іноземної мови*: зб. матеріалів міжвузівської наук.-практ. конференції, 14 квітня 2016 року. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. С. 79–80.

105. Макарук Л. Л. Конвергенція вербальних, невербальних та паравербальних засобів у сучасних відеоресурсах, присвячених запобіганню поширення COVID-19. *Сучасні тенденції фонетичних досліджень*: зб. матеріалів круглого столу / КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021. С. 15–20.

106. Макарук Л. Л. Конструювання англомовних мультимодальних текстів: експериментальні тенденції чи нове бачення писемної інтеракції. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Сер.: «Лінгвістика»: зб. наук. пр. Херсон: Херс. держ. ун-т., 2018. Вип. 34. С. 130–136.

107. Макарук Л. Л. Лінгвістична мультимодальність. *Мова та література у полікультурному просторі*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Львів: ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2014. С. 98–102.

108. Макарук Л. Л. Лінгвопрагматика кольору в англomовному медіапросторі. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». Луцьк, 2013. № 20. С. 71–76. URL: <https://11l.in/yl8RF> (дата звернення: 09.12.2021).

109. Макарук Л. Л. Мультимодальна грамотність у цифровому столітті. *Наукові записки національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». Острог: Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2015. Вип. 54. С. 49–52.

110. Макарук Л. Л. Мультимодальна лінгвістика: термінологічний апарат і вектори аналізу. *Науковий вісник Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». Луцьк, 2015. № 6 (307). С. 64–70.

111. Макарук Л. Л. Мультимодальні засоби репрезентації заборони в англomовних інфографічних текстах у період пандемії COVID-19. *Проблеми гуманітарних наук*: зб. наук. пр. Серія: Філологія. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 47. С. 112–117.

112. Макарук Л. Л. Мультимодальність сучасного англomовного масмедійного комунікативного простору : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2019. 635 с.

113. Макарук Л. Л. Мультимодальність сучасної англomовної масмедійної писемної комунікації: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 424 с.

114. Макарук Л. Л. Мультимодальність та полікодовість у сучасних лінгвістичних студіях: школи, постаті, підходи. *Актуальні питання іноземної філології*: наук. журн. / редкол.: І. П. Біскуб (гол. ред.) та ін. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. № 9. С. 133–142.

115. Макарук Л. Л. Новітні лінгвістичні галузі дослідження невербальних усних та невербальних писемних засобів інтеракції. *Наукові записки*. Серія

«Філологічні науки». Ніжин: Ніжин. держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя, 2016. Кн. 1. С. 181–185.

116. Макарук Л. Л. Паралінгвальні графічні компоненти як стилістично марковані засоби інтеракції у сучасному англійському писемному дискурсі. *East European Journal of Psycholinguistics*. Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University, 2016. Vol. 3. No. 2. P. 61–68.

117. Макарук Л. Л. Паралінгвальні засоби як композиційні складники сучасних англомовних мультимодальних текстів. *Актуальні питання іноземної філології*. 2016. № 4. С. 94–98. URL: <https://cutt.ly/8wLjdzkb> (дата звернення: 01.02.2022).

118. Макарук Л. Л. Паралінгвальні засоби як механізми впливу та маніпуляції в сучасному англомовному мультимодальному рекламному дискурсі. *Psycholinguistics. Психолінгвістика. Психолінгвістика*: зб. наук пр. Серія «Філологія». Переяслав-Хмельницький: ФОП Домбровська Я. М., 2018. Вип. 23 (2). С. 148–164.

119. Макарук Л. Л. Паралінгвальні засоби як складники усного та писемного мовлення: проблема відповідності. *Сучасні тенденції 410 фонетичних досліджень*: зб. матеріалів круглого столу (26 квітня 2018 р., КПІ ім. Ігоря Сікорського). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського; Вид-во «Політехніка», 2018. С. 114–118.

120. Макарук Л. Л. Паралінгвістика XXI століття: проблеми та перспективи. *Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації (ELLIC 2015)*: матеріали II Міжнародної наукової конференції / відп. ред. Н. Я. Яцків. Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2015. С. 76–80.

121. Макарук Л. Л. Писемне мовлення vs усне мовлення: антропологічний вимір. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Перекладознавство та міжкультурна комунікація». Херсон, 2017. № 4. С. 68–72.

122. Макарук Л. Л. Піктографічний сегмент англомовної інфографіки COVID-19. *Виклики та парадокси соціальної взаємодії в постмодерному*

світі: лінгвістичний та психологічний аспекти: матеріали II Міжнар.наук.-практ.конф. (15-16 квітня 2021 р.) /за заг. ред. О. В. Лазорко, В. А. Ущиної. Луцьк, 2021. С. 114–119.

123. Макарук Л. Л. Поліфонічність номінації семіотично ускладнених текстів. *Нова філологія*: зб. наук. пр. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. Вип. 60. С. 102–109.

124. Макарук Л. Л. Про нові парадигми лінгвістичних досліджень. *Мова в професійному вимірі: комунікативно-культурний аспект*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції: в 2 ч. Ч. I. Харків: НУЦЗУ, 2014. С. 191–192.

125. Макарук Л. Л. Проблеми дослідження семіотично ускладнених текстів. *Науковий вісник Чернівецького ун-ту*: зб. наук. пр. 2014. Вип. 692–693: Германська філологія. С. 67–70.

126. Макарук Л. Л. Системно-функціональний підхід до дослідження англійського мультимодального дискурсу. *Актуальні питання іноземної філології*: наук. журн. / редкол.: І. П. Біскуб (гол. ред.) та ін. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2016. № 5. С.138–142.

127. Макарук Л. Л. Специфіка структурних компонентів англомовних інфографічних текстів (на матеріалі ресурсів, присвячених COVID-19). *Актуальні проблеми іноземної комунікації: лінгвістичні, методичні та соціально-психологічні аспекти*: зб. матеріалів IV Всеукраїнської науково-методичної інтернет-конференції, 14 квітня 2021 року. Луцьк: Відділ іміджу та промоції Луцького НТУ, 2021. С. 186–189.

128. Макарук Л. Л. Специфіка сучасного англомовного мультимодального дискурсу. *East European Journal of Psycholinguistics*. Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University, 2014. Vol. 1. No. 2. P. 70–78.

129. Макарук Л. Л. Статус та роль піктограм у сучасному англомовному комунікативному просторі. *East European Journal of Psycholinguistics*, 2015. Vol. 2(1). P. 96–105.

130. Макарук Л. Л. Таксономія паралінгвальних засобів комунікації. *Людина. Комп'ютер. Комунікація*: зб. наук. пр. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. С. 126–127.

131.Макарук Л. Л. Термінологічний апарат сучасної графічної лінгвістики. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ: ВПЦ «Київ. ун-т», 2014. Вип. 50. Ч. 2. С. 20–28.

132.Макарук Л. Л. Типи англомовних мультимодальних інфографічних текстів на тематику COVID-19. *Science and Education. A New Dimension. Philology*. Budapest, 2021. IX (76). Issue: 260, Nov. 2021. P. 41–46.

133.Макарук Л. Л. Типологія англомовних мультимодальних текстів та їх диференційні ознаки. *Актуальні питання іноземної філології: наук. журн. / редкол.: І. П. Біскуб (гол. ред.) та ін. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2017. № 6. С. 106–112.*

134.Макарук Л. Л. Функціонування невербальних графічних компонентів на різних рівнях. *Наукові записки. Сер. «Філологічні науки»*. Кіровоград: Вид. Лисенко В. Ф., 2016. Вип. 145. С. 165–171.

135.Макарук Л. Л. Шрифт як лінгвальний модус: функціональний аспект (на матеріалі англійського мультимодального дискурсу). *Науковий вісник Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Сер. «Філологічні науки. Мовознавство»*. 2016. № 6(331). С. 31–38.

136.Макарук Л. Невербальні та паралінгвальні семіотичні ресурси у лінгвістичних студіях ХХ–ХХІ століть: прикладний аспект. *Закарпатські філологічні студії: зб. наук. пр. Ужгород: Ужгородський національний університет, 2018. № 5. С. 66–72.*

137.Марченко В. В., Нікитюк М. О. Структурні особливості полікодового рекламного тексту. *Молодий вчений*. 2018. № 7. С. 436–439.

138.Мирончук Т. А., Одарчук Н. А. Опозитивні відношення як семантичний ґрунт превентивних мовленнєвих актів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. Острог: Видавництво НУ «ОА», 2010. Вип. 13. С. 474–478.

139.Мірошніченко І. Г. Стислий текст в українському масмедійному дискурсі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпро: Дніпропетровський національний імені Олеся Гончара, 2020. 275 с.

140. Образцова О. М. Мінімальний текст композиційно-мовленнєвої форми оповідь – речення-примітив. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки*. 2011. № 12. С. 122–131. URL: <https://cutt.ly/kwLjIK73> (дата звернення: 23.08.2021).

141. Панченко К. І. Лінгвістичні особливості текстів малої форми. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 213–214.

142. Панченко О. І., Шевчик К. Ю. Стислий текст ХХІ сторіччя як проблема лінгвістики та перекладу (на матеріалі російської та англійської мов). *Scientific developments of European countries in the area of philological researches: collective monograph*. Riga: Izdevnieciba «BaltijaPublishing», 2020. Р. 379–395.

143. Поліщук О. Л. Номінації невербального компонента комунікації «проксемні дії» у сучасному англомовному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2010. Вип. 14. С. 98–109. URL: <https://cutt.ly/PwLjzjfQ> (дата звернення: 10.07.2023).

144. Прокопенко Н. М. Малі текстові форми гумористичного дискурсу. *Філологічні трактати*. 2016. Т. 8. № 1. С. 54–61. URL: <https://1ll.ink/bc3ND> (дата звернення: 11.11.2022).

145. Рогач Ю. І. Засоби реалізації полікодовості в англомовному газетному дискурсі (на матеріалі друкованої преси Австралії) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2019. 378 с.

146. Романюк С. К., Ковальчук Т. Г. Невербальні компоненти в рекламному дискурсі. *Актуальні проблеми філології та методики викладання гуманітарних дисциплін*. Рівне: РДГУ, 2012. С. 9–11.

147. Рябова К. О. Функції хештегу як мікротексту (на матеріалі соціальної мережі Twitter). *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2019. Т. 1. Вип. 9. С. 129–132.

148. Світліковська О. А. Кореляція вербальних та невербальних засобів в англомовних масмедійних мультимодальних текстах. *Науковий вісник*

Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2020. № 45. С. 135–138.

149. Світліковська О. А. Реалізація соціокультурних цінностей американців та британців у вербальних та невербальних засобах як складниках масмедійних текстів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Сер. «Філологія. Соціальні комунікації».* 2020. Т. 31 (70). № 4. С. 177–183.

150. Світліковська О. А. Специфіка сучасних англомовних мультимодальних текстів. *Topical issues of modern science, society and education: proceedings of the 6th International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”.* Kharkiv, Ukraine. 2021. P. 1313–1320. URL: <https://cutt.ly/GwLjcvgl> (дата звернення: 10.06.2021).

151. Семенюк Т. П. Вербальні та невербальні індикатори персуазивної стратегії аргументування у німецькомовній комерційній рекламі. *Львівський філологічний часопис: зб. наук. пр. Львів, 2018. № 3. С. 234–239.*

152. Семенюк Т. П. Вербальні, невербальні та паравербальні засоби реалізації стратегії диференціації в німецькомовній рекламі. *Science and Education a New Dimension. Budapest, 2016. IV (22). Issue 99. P. 52–55.*

153. Семенюк Т. П. Цілісність та зв'язність рекламного тексту (на матеріалі текстів німецької реклами). *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Сер. «Філологічні науки».* 2014. Кн. 2. С. 222–227.

154. Семенюк Т. П., Близнюк Л. М. Інтертекстуальний характер полікодових текстів: невербальний аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія: «Філологія». Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія». 2019. Вип. 8 (76). С. 39–42.

155. Семенюк Т. П., Усік С. Р. Особливості невербальної версифікації концепту COVID-19 у сучасних засобах масової інформації Німеччини. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: «Філологія. Журналістика».* 2022. Том 33 (72) № 5. Ч. 1. С. 257–262.

156. Семотюк О. Л. Сучасні технології лінгвістичних досліджень: навч. посібник. Львів: Вид-цтво Львів. політехніки, 2011. 152 с.
157. Серажим К. С. Семіотичний аспект аналізу тексту. URL: <http://surl.li/pqdil> (дата звернення: 11.02.2021).
158. Серажим К. С. Текстознавство : підручник. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 527 с.
159. Серажим К. Семантичний і семіотичний аспекти аналізу текстів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*. Київ, 2013. № 20. С. 34–36.
160. Соловій У. В. Оцінно-образна номінація у структурі художнього тексту (на матеріалі української «малої прози» кінця XIX – початку XX століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Івано-Франківськ: Прикарпатський університет імені Василя Стефаника, 2003. 25 с.
161. Солощук Л. В. Вербальні та невербальні аспекти дискурсивної взаємодії як відображення полікодової природи комунікативного процесу. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». 2013. № 19. С. 233–237.
162. Солощук Л. В. Семіотика комунікативної взаємодії в англomовному діалогічному дискурсі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Сер. «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». 2014. № 77. С. 11–18.
163. Сподарик О. В. Ілюстрація як елемент полікодового художнього тексту (на матеріалі британського роману XXI століття). *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. № 24. С. 140–144. URL: <https://cutt.ly/UwLjQYIn> (дата звернення: 09.08.2021).
164. Сподарик О. В. Функційний аналіз параграфемного коду полікодового художнього прозового тексту. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2017. № 3. С. 280–287.

165. Станіслав О. В. Прагматичне значення пунктуаційних знаків у системі французької орфографії. *Наук. вісн. Волин. держ. ун-ту. Серія «Філологічні науки»*. 2007. № 3. С. 334–337.

166. Тараненко Л. І. Актуалізація англійських прозових фольклорних текстів малої форми : монографія. Київ: НТУУ «КПІ». 2014. 288 с.

167. Тараненко Л. І. Просодичні засоби актуалізації емоційно-прагматичного потенціалу тексту англійського анекдоту. *Актуальні питання іноземної філології: наук. журн.* Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2019. № 10. С. 261–268.

168. Тараненко Л. І. Структурні особливості та ознаки фольклорних текстів малої форми. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство): у 5 ч.* Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2008. Вип. 75 (3). С. 137–143.

169. Тараненко Л. І. Фабульна структура фольклорної загадки та когнітивно-креативний механізм її декодування. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2013. I (3), Issue: 13. Budapest, P. 167–174.

170. Тараненко Л. І., Лазарева М. О. Феномен пандемічної лексики: особливості творення короналогізмів та їх перекладу на українську мову. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: «Філологія». Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія». 2021. Вип. 12(80). С. 63–66.

171. Ткачук-Мірошніченко О. Є. Імплікація у рекламному дискурсі (на матеріалі англійської комерційної реклами) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2001. 18 с.

172. Трачук Л. Ф., Казначеева Л. М. Інструменти невербальної інтернет-комунікації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 1. С. 59–64.

173. Ущатовська І. В. Структурно-семантичні, соціолінгвальні та прагматичні параметри мови бренду: мультимодальний підхід (на матеріалі англійських брендів кави) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2020. 258 с.

174. Фурман О. М. Актуалізація семантики превентива в період пандемії в англомовних масмедійних медичних текстах. *Сучасна філологія: тенденції та пріоритети розвитку*. Одеса: Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2021. С. 98–101.

175. Фурман О. М. Архітектоніка і семантика складників англомовних масмедійних медичних текстів малої форми на тематику COVID-19. *Science and Education. A New Dimension. Philology*. 2021. IX (76). Issue: 260. Budapest, P. 23–26.

176. Фурман О. М. Вербальні та невербальні засоби репрезентації COVID-19 в англомовних масмедійних інфографічних текстах. *Актуальні проблеми іношомовної комунікації: лінгвістичні, методичні та соціально-психологічні аспекти*: зб. матеріалів IV Всеукраїнської наук.-метод. інтернет-конференції Луцьк, 2021. С. 227–231.

177. Фурман О. М. Графічна синонімія у сучасних англомовних мультимодальних масмедійних медичних текстах на тематику COVID-19. *Актуальні проблеми міжкультурної комунікації*: зб. матеріалів I Міжнародної наук.-практ. конференції. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2022. С. 97–101.

178. Фурман О. М. Диференційні ознаки сучасних англомовних текстів малої форми. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського: науковий журнал*. Серія «Філологія. Журналістика». 2021. Том 32 (71). № 2. Ч. 1. С. 230–236.

179. Фурман О. М. Засоби візуалізації дистантних позицій при COVID-19 в англомовних масмедійних текстах малої форми. *Науковий вісник Міжнар. гуманітарного ун-ту*. Серія «Філологія». № 62. С. 230–236.

180. Фурман О. М. Засоби репрезентації семантики превентива в англомовних медичних текстах малої форми. *Сучасні проблеми германського та романського мовознавства*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конференції. Рівне, 2021. С. 119–124.

181. Фурман О. М. Засоби субституції графем у термінології COVID-19. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали XVII Міжнародної наук.-практ. конференції аспірантів і студентів». Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2023. С. 314–317.

182. Фурман О. М. Ключові підходи до дослідження піктограм (на матеріалі англомовних масмедійних медичних текстів малої форми). *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали XV Міжнародної наук.-практ. конференції аспірантів і студентів. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2021. С. 667–670.

183. Фурман О. М. Піктограми як ключові семіотичні ресурси масмедійних медичних текстів малої форми на тематику COVID-19. *International scientific and practical conference «Philological Sciences and Translation Studies: European Potential»*: conference proceedings. Wloclawek: Baltija Publishing, 2021. P. 170–174.

184. Фурман О. М. Роль графічних засобів у сучасних англомовних масмедійних текстах на тематику COVID-19. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*: матеріали X Всеукраїнської наук.-практ. конференції молодих науковців, 19 травня 2023 р. / упоряд.: М. Рожило, Н. Шульська. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. С. 241–244.

185. Фурман О. М. Симбіоз вербальних та невербальних засобів в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику COVID-19. *Взаємодія журналістики, реклами та PR у сучасному медійному просторі*: матеріали Міжнародної наук. конф. в м. Ченстохова (Республіка Польща), 12-13 жовтня 2022 р. С. 42–46.

186. Фурман О. М. Типи англомовних масмедійних текстів на тематику COVID-19. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень*: матеріали XVI Міжнародної наук.-практ. конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. Луцьк, 2022. С. 386–388.

187. Фурман О. М. Тракткування мультимодальності у сучасних лінгвістичних студіях. *Нова філологія*: зб. наук. пр. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2021. № 82. С. 315–320.

188. Хавкіна Л. М. Колористика в рекламі як засіб втілення рекламної концепції: функціональні варіанти. *Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна*. 2005. № 647. Сер. «Філологічна». С. 143–150.

189. Цапів А. О. Конструювання графічних наративів (коміксів) (на матеріалі графічних текстів циклу *Fables*). *Science and Education a New Dimension: Philology*. 2020. Issue 266. P. 50–55. URL: <https://cutt.ly/xwLjTZ11> (дата звернення: 21.06.2022).

190. Цуканова Г. О. Інфографіка як ефективний візуальний складник рекламного повідомлення. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. № 50. С. 129–133.

191. Чабаненко М. В. Комп'ютерна інфографіка та інші способи компресії інформації в інтернеті. *Держава та регіони*. Серія: Гуманітарні науки. 2012. № 4. С. 89–92.

192. Шабат-Савка С. Т. Непрямі висловлення у системі синтаксичних репрезентантів категорії комунікативної інтенції. *Лінгвістичні студії*: [зб. наук. пр. / наук. ред. А. П. Загнітко]. Донецьк: ДонНУ, 2013. Вип. 27. С. 122–127.

193. Шабат-Савка С. Т. Функційно-змістовий діапазон і засоби вербалізації інтенцій сугестивного спонукання. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія «Філологія». Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2015. Т. 18. № 2. С. 203–210.

194. Швед О. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2015. № 30. С. 305–313.

195. Швецова М. Г., Мельник В. І. Полікодовість рекламного тексту як модульної дискурсивної одиниці. *Studia philologica*. 2013. Вип. 2. С. 66–69.

196. Швидка Н. В. Імперативні речення в сучасній українській мові: семантика, засоби вираження спонукальності функції : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 1998. 20 с.

197. Шевченко А. О. Візуалізація інформації засобами інфографіки при висвітленні теми пандемії корона вірусу в інтернет-виданні «Українська правда». *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 2020. С. 160–163.

198. Шевченко І. С. Англомовний кінодискурс у полікодовому вимірі. *Якісна мовна освіта у сучасному глобалізованому світі: тенденції, виклики, перспективи*: матеріали І Всеукраїнської наук.-практ. конференції / за ред. В. А. Глущенко. Суми: Сумський державний університет, 2017. С. 196–199.

199. Шувалова М. Чи існує українська short story? *Наукові записки НаУКМА*. Серія «Літературознавство». Київ: Національний університет «Києво-Могилянська академія», 2019. № 2. С. 135–143.

200. Шукало І. М. Англомовний комп'ютерний рекламний дискурс: семантичний і комунікативний аспекти (на матеріалі веб-сайтів британських туристичних компаній): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2008. 20 с.

201. Яненко Я. В. Особливості репрезентації пандемії COVID-19 в українських інтернет-ЗМІ. *Образ: науковий журнал*. Суми; Київ, 2020. Вип. 2 (34). С. 15–23.

202. Яненко, Я. Інфографіка як засіб медичного інформування у період пандемії COVID-19. *Образ: науковий журнал*. 2021. Вип. 2 (36). С. 6–13.

203. Adami E., Al Zidjaly N., Canale G., Djonov E., Ghiasian M., Gualberto C., Karatza S., Lim FV, Pedrazzini A., Pirini J., Wildfeuer J., Zhang Y. PanMeMic Manifesto: Making meaning in the Covid-19 pandemic and the future of social interaction. *Working Papers in Urban Language & Literacies*. 2020. URL: <http://surl.li/pqdye> (access date: 21.09.2022).

204. Angeliki T. When the Advertised Product is not the Target: Multimodal Metaphor in Greek TV Commercials. *Brno Studies in English*. 2013. Vol. 39. Issue 1. P. 107–128.

205. Archer A. Power, Social Justice, and Multimodal Pedagogies. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. Abingdon, Oxon; Milton Park, Oxfordshire: Routledge, 2014. P. 189–198.

206. Aylanda D. N. The Generic Structure of Print Advertisement of Elizabeth Arden's intervene: A Multimodal Discourse Analysis. *K@TA: a biannual publication*

on the study of language and literature. Siwalankerto: Petra Christian University. 2009. Vol. 11. No. 1. P. 70–84.

207. Baldry A. Phase and Transition, Type and Instance: Patterns in Media Texts as Seen Through a Multimodal Concordance. *Multimodal Discourse Analysis: Systemic Functional Perspectives* / ed. by O. Halloran. London & New York: Continuum, 2004. P. 83–108.

208. Baldry A., Montagna E. Interdisciplinary Perspectives on Multimodality: Theory and Practice. Carnobasso: Palladino, 2009. P. 26.

209. Baldry A., Thibault P. Applications of Multimodal Concordances. HERMES. *Journal of Language and Communication in Business*. 2017. No. 21 (41). P. 11–41.

210. Baldry A., Thibault Paul J. Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimodal Toolkit and Coursebook with Associated On-line Course. London: Equinox, 2005. 300 p.

211. Barker P., Schaik van P. Designing and Evaluating Icons. *Iconic Communication* / ed. by Masoud Yazdani, Philip Barker. Bristol, UKPortlandOR, USA: Intellect Books, 2000. P. 161–177.

212. Barker P., Schaik van P. Icons in the Mind. *Iconic Communication* / ed. by Masoud Yazdani, Philip Barker. Bristol, UKPortlandOR, USA: Intellect Books, 2000. P. 143–161.

213. Barnes B. S. An Introduction to Visual Communication: From Cave to Second Life. N. Y.: Peter Lang Publishing Inc., 2011. 273 p.

214. Barry A. M. Visual Intelligence: Perception, Image, and Manipulation in Visual Communication. State University of New York Press. 1997. 425 p.

215. Barski A. Types of Visual Communications. URL: <http://surl.li/pgebc> (access date: 19.11.2022).

216. Barthes R. Image. Music. Text. London: Fontana, 1977. 220 p.

217. Barthes R. Rhetoric of the Image. *Image Music Text* / ed. by R. Barthes. London: Fontana, 1977. P. 32–51.

218. Bartolomeo P. The Relationship between Visual Perception and Visual Mental Imagery: a Reappraisal of the Neuropsychological Evidence. *Cortex*. 2002. No. 38 (3). P. 357–378.
219. Barzini E. *Non-verbal Communication*. N. Y., 1984. 231 p.
220. Bateman J. *Text and Image: a Critical Introduction to the Visual/Verbal Divide*. London; New York: Routledge, 2014. 276 p.
221. Bateman J., Wildfeuer J., Hiippala T. *Multimodality: Foundations, Research and Analysis: a Problem-Oriented Introduction*. Berlin/Boston: de Gruyter Mouton, 2017. 415 p. URL: <https://cutt.ly/bwLjJeZ0> (access date: 12.03.2021).
222. Bates H. E. *The Modern Short Story: A Critical Survey*. London: The Writer Inc, 1976. 198 p.
223. Beene S., Koelling G., Thompson D. Recommendations for Creating Inclusive Visual Communication During a Pandemic. *Visual Resources Association Bulletin*. 2020. Vol. 47. Issue 2. P. 3–15.
224. Bell A. *The Language of News Media*. Blackwell Publishers Ltd., 1996. 277 p.
225. Beltran M. I, Dijkerman H. C., Keizer A. Affective touch experiences across the lifespan: Development of the Tactile Biography questionnaire and the mediating role of attachment style. *PLOS ONE*. Universita degli Studi di Udine (Italy), 2020.
226. Berger A. A. *Seeing is Believing: An Introduction to Visual Communication*. Front Cover. 4th ed. McGraw-Hill Education. *Visual communication*. 2012. 267 p.
227. Bergstrom B. *Essentials of Visual Communication*. Published by Laurence King; Publishing Ltd.; Printed in China. 2008. 240 p.
228. Bernsen N. O. *Multimodality Theory*. Natural Interactive Systems Lab. University of Southern Denmark. 2008 URL: <http://surl.li/pqeio> (access date: 10.04.2021).
229. *Collins Online Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/key> (access date: 25.05.2022).

230. Crossland R. A. Graphic Linguistics and its Terminology. *Mechanical Translation*. Vol. 3. No. 1. Massachusetts Institute of Technology, 1956. P. 8–11.
231. Cruickshank L., Barfield L. The Augmentation of Textual Communication with User-created Icons. *Iconic Communication* / ed. by Masoud Yazdani, Philip Barker. Bristol, USA: Intellect Books, 2000. P. 111–126.
232. Elam K. Expressive Typography: The Word as Image. NY: Nostrand Reinhold, 1990. 165 p.
233. Ellen J. All about microtext: A Working Definition and a Survey of Current Microtext Research within Artificial Intelligence and Natural Language Processing. Sciterpress. *Proceedings of the Third International Conference on Agents and Artificial Intelligence "ICAART-2011"*. SciTePress Digital Library, 2011. P. 329–336.
234. Fairclough N. Media Discourse. London: Bloomsbury Academic, 2011. 214 p.
235. Ferguson S. Defining the Short Story, Impressionism and Form. *The New Short Story Theories*. Athens: Ohio University Press, 1994. P. 13–24.
236. Flesh R. F. A new Readability Yardstick. *Journal of Applied Psychology*. 1948. No 32. P. 221–233.
237. Forceville C. Adventures in Multimodality (AIM). URL: <https://muldisc.wordpress.com> (access date: 18.04.2022).
238. Forceville Ch. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitive framework: agendas for research. *Multimodal metaphor*. Berlin-New York, 2009. P. 379–402.
239. Forceville C. Pictorial Metaphor in Advertisements. *Metaphor and Symbolic Activity*. 1994. No. 9 (1). P. 1–29.
240. Gausman M., Chizlett C. Double Vision. *Iconic Communication* / ed. by Masoud Yazdani, Philip Barker. Bristol, UK/PortlandOR, USA: Intellect Books, 2000. P. 51–63.
241. Gelb J. Grammatology and Graphemics. *Papers from the Fourth Regional Meeting of Chicago Linguistic Society*. Chicago, 1968. P. 197–198.

242. Gibbons A. *Multimodality, Cognition and Experimental Literature* / ed. by O'Halloran L. Kay. New York; London: Routledge, 2012. P. 1–46.
243. Goodings L. Understanding Social Network Sites: Lessons from MySpace. *Visual Communication*. 2012. No. 11. P. 485–510.
244. Goodman S. Word and Image. *The Art of English: Literary Creativity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 2006. P. 244–298.
245. Griffin M. Social Cultural Perspectives on Visual Communication. *Journal of Visual Literacy*. 2002. No. 22 (1). P. 29–52.
246. Gueguen N. Nonverbal encouragement of participation in a course: The effect of touching. *Social Psychology of Education*. 2004. No 7. P. 89–98.
247. Guerro L. K. *Nonverbal Communication*. New York, 1994. 482 p.
248. Halliday M. A. K. *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. Sydney: Edward Arnold, 1978. 256 p.
249. Hartadi, J. N. I., Sukarini, N., & Weddha, S. P. Verbal and Visual Signs of the Greenpeace Advertisements. *Humanis*, 2019. No. 23(1). P. 13–18.
250. Head D. *The Modernist Short Story: A Study in Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge UP, 1992. 256 p.
251. Helfman S. E. *Signs and Symbols Around the World*. Lothrop, Lee & Shepard Company, 1967. 192 p.
252. Henderson K. *On Line and Paper: Visual Representations, Visual Culture and Computer Graphics and Design Engineering*. Cambridge, MA: MIT Press, 1999. 250 p.
253. Hiippala T. Multimodal Genre Analysis. *Interactions, Images and Texts: a Reader in Multimodality*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. P. 111–123.
254. Holsanova J. In the Mind of the Beholder: Visual Communication from a Recipient Perspective. *Visual Communication: Handbook of Communication Science* / ed. by D. Machin. Berlin; Boston: De Gruyter Mouton, 2014. P. 331–354.
255. Holsanova J. Reception of Multimodality: Applying Eye Tracking Methodology in Multimodal Research. *The Routledge Handbook of Multimodal*

Analysis / ed. by C. Jewitt. Abingdon, Oxon; Milton Park, Oxfordshire: Routledge, 2014. P. 287–298.

256. Hull G., Nelson M. E. Locating the Semiotic Power of Multimodality. *Written Communication*. 2005. No. 22. P. 224–226.

257. Hunter A. *The Cambridge Introduction to the Short Story in English*. Cambridge: Cambridge UP, 2007. 212 p.

258. Iedema R. Multimodality, Resemiotization: Extending the Analysis of Discourse as a Multisemiotic Practice. *Visual Communication*. 2003. No. 2 (1). P. 29–57.

259. Ingram F. *Representative Short Story Cycles of the Twentieth Century: Studies in a Literary Genre*. Boston: Mouton, 1971. 234 p.

260. Jacob R. Visualising Global Pandemic: A Content Analysis of Infographics on Covid 19. *Journal of Content, Community and Communication*. 2020. Vol. 11. Issue 6. P. 116–123.

261. Jacobson R. Language in the Relation to Other Communication Systems. *436 Selected Writings*. The Hague: Mouton Publishers, 1971. Vol. 2. P. 570.

262. Janzen T. Visual Communication: Signed Language and Cognition. *Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives* / eds. G. Kristiansen, M. Achard, R. Dirven, F. J. Ruiz de Mendoza Ibanez. Berlin; New York: Mouton de Gruyter. 2006. P. 359–377.

263. Jewitt C. Multimodal Classroom Research. *AERA Review of Research in Education*. 2008. No. 32. P. 241–267.

264. Jewitt C. Multimodality, “Reading”, and “Writing” for the XXI Century. *Discourse: Studies in the Cultural Politics and Education*. 2005. Vol. 26. No. 3, September. P. 315–331.

265. Jewitt C. *Technology, Literacy and Learning: A Multimodal Approach*. London: Routledge, 2008. 211 p.

266. Jewitt C. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. Abingdon, Oxon; Milton Park, Oxfordshire: Routledge, 2014. 544 p.

267. Jewitt C., Bezemer J. Multimodal Analysis: Key Issues. *Research Methods in Linguistics* / ed. L. Litosseliti. 2009. P. 180–197.
268. Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K. L. *Introducing Mutimodality*. London: Routledge, 2016. 232 p.
269. Jewitt C., Kress G. *A Multimodal Approach to Research in Education. Language, Literacy and Education: a Reader*. Trentham Books in association with the Open University: Stoke-on-Trent. 2003. P. 277–92.
270. Jewitt C., Kress G. *Multimodal Literacy*. New York: Peter Lang, 2003. 196 p.
271. Jewitt C., Oyama R. *Visual Meaning: a Social Semiotic Approach. Handbook of Visual Analysis* / ed. by Van Leeuwen, T. and Jewitt, C. London: Sage, 2001. P. 134–56.
272. Jing L. *Visual Images Interpretive Strategies in Multimodal Texts. Journal of Language Teaching and Research*. Academy Publisher Manufactured in Finland. 2013. Vol. 4. No. 6. P. 1259–1263.
273. John H. C. *Accommodating Multimodality in Functional Discourse Grammar*. Loughborough University, Great Britain. 2009. P. 1–18.
274. Jones, T., Glover, L. *Exploring the psychological processes underlying touch: Lessons from the Alexander Technique. Clinical Psychology and Psychotherapy*. No 21 (2). 2014. P. 140–153.
275. Julian D. *Media Literacy is Vital in the Age of the Image*. 2005. URL: <http://surl.li/pqell> (access date: 17.08.2022).
276. Kashchyshyn N., Ivashchyshyn O. *Multimodal Tools of Politeness in Diplomacy. Politeness studies: new frontiers, Synergies and perspectives. Book of Abstracts: 14th Symposium on Politeness*. Funchal, Portugal, 2003. P. 26–27.
277. King J. A. *On the Possibility and Impossibility of a Universe Iconic Communication System. Iconic Communication* / ed. by Masoud Yazdani, Philip Barker. Bristol, UKPortlandOR, USA: Intellect Books, 2000. P. 17–29.
278. Knapp M. L., Hall J. A. *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Wadsworth: Thomson Learning, USA, 2002. 482 p.

279. Koliada E., Yatsyshyn N., Melnyk O., Peredon N., Kalynovska I., Hordun S., Lesyk I. Foreign Language in the Process of the Intercultural Communication Formation. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. 2022. Vol. 12, Issue 1 (25). P. 105–109.

280. Kress G. Multimodality. *Multiliteracies: Learning Literacy and the Design of Social Futures* / ed. by Cope B., Kalantzis M. Melbourne: Macmillan, 2000. P. 182–202.

281. Kress G. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge, 2009. 236 p.

282. Kress G. R. What is a Mode? *Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. London: Routledge, 2014. P. 60–75.

283. Kress G. What is Mode? *Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London: Routledge, 2009. P. 54–67.

284. Kress G., Jewitt C., Ogborn J., Tsatsarelis C. *Multimodal Teaching and Learning: the Rhetorics of the Science Classroom*. London: Continuum, 2001. 223 p.

285. Kress G., Leeuwen van T. Colour as a Semiotic Mode: Notes for a Grammar of Colour. *Visual Communication*. 2002. No. 1 (3). P. 343–346.

286. Kress G., Leeuwen van T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 1996. 316 p.

287. Krysanova T. Constructing negative emotions in cinematic discourse: a cognitive-pragmatic perspective. *Cognition, Communication, Discourse*. 2019. No. 19. P. 55–77.

288. Krysanova T., Shevchenko I. Conceptual Blending in Multimodal Construction of Negative Emotions in Film. *Text-Image-Music: Crossing the Borders*. Series: Text-Meaning-Context: Cracow Studies in English Language, Literature and Culture. Intermedial Conversations on the Poetics of Verbal, Visual and Musical Texts. Berlin: Peter Lang. 2021. P. 357–371. <https://doi.org/10.3726/b18012>

289. Krysanova T., Verbytska A. DISTRESS in English media: integrating cognitive-discursive and computational approaches. *Cognition, Communication, Discourse*. Series "Philology". 2020. No. 21. P. 72–92.
290. Leborg C. *Visual Grammar*. New York: Princeton Architectural Press, 2004. 96 p.
291. Lemke J. Introduction: Language and Other Semiotic Systems in Education. *Linguistics and Education*. 1998. No. 10 (3). P. 245–246.
292. Lemke J. Metamedia literacy: Transforming Meanings and Media. *Handbook of Literacy and Technology: Transformations in a Post-typographic World*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1998. P. 283–302.
293. Lemke J. Multiplying Meaning: Visual and Verbal Semiotics in Scientific Text. *Reading Science*. London: Routledge, 1998. P. 87–113.
294. Lemke J. Transmedia Traversals: Marketing Meaning and Identity. *Interdisciplinary Perspectives on Multimodality: Theory and Practice* / ed. by Daldry A., Montagna E. Campobasso: Palladino, 2008. P. 283–301.
295. Lester P. M. *Visual Communication Images with Messages*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company. 2006. 464 p.
296. Lester P. M., Harris C. *Visual Journalism a Guide for New Media Professionals*. Boston: Allyn & Bacon, 2002. 342 p.
297. Lester P. M. *Syntactic Theory of Visual Communication*. California: California State University. 2006. URL: <https://11l.ink/oedmi> (access date: 24.08.2022).
298. Lister M., Wells L. Seeing Beyond Belief: Cultural Studies as an Approach to Analysing the Visual. *Handbook of Visual Analysis* / ed. by van Leeuwen, T. and Jewitt C. London: Sage, 2001. P. 61–91.
299. Litkovych Yu., Smal O., Yanovets A. Structural typology of redundancy in English. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. Trnava: University of SS Cyril and Methodius in Trnava. 2020. Issue V (1). P. 99–142.
300. Luke J. *Writing the visible page: a multimodal approach to graphic devices in literary fiction*. Queensland, 2013. 202 p.

301. Lukeman N. *A Dash of Style: The Art and Mastery of Punctuation*. New York: W.W. Norton & Company, 2007. 208 p.
302. Lukianets T. Інтерсеміотична комплементарність у художньому тексті. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія*. Серія: «Філологія». Острог: Видавництво НУ «Острозька академія», 2012. Вип. 1(24). С. 186–188.
303. Lyons A. Multimodality. In Zhu Hua. *Research Methods in Intercultural Communication: A practical guide*. Wiley-Blackwell. P. 268–280.
304. Makaruk L. A Linguistics-oriented Study of the Primary Aspects of the Processes Involved in the Perception of Graphic Images. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV(18). Issue: 80. Budapest, 2016. P. 86–89.
305. Makaruk L. A Synthesis of Verbal and Non-verbal Devices in Modern English Multimodal Texts. *Challenges of Psycholinguistics and Psychology of Language and Speech – COLAPOLS 2017: Book of Abstracts / Serhii Zasiiekin & Larysa Zasiiekina, (eds.)*. Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University. P. 45.
306. Makaruk L. Identifying Features of Multimodal Structures Used in Mass Media Discourse. *Multimodality. Moving Theory Forward: Book of Abstracts*. University of Southern Denmark, Odense. P. 108.
307. Makaruk L. Linguistics Approaches to the Study of Multimodal Texts. Within Language, Beyond Theories. *Discourse Analysis, Pragmatics and CorpusBased Studies / ed. by Wojciech Malec, Marietta Rusinek*. UK: Cambridge Scholars Publishing, 2015. Vol. III. P. 26–36.
308. Makaruk L. Multidimensional Approaches to the Study of Written Communication. *Science and Education. A New Dimension. Philology*. I (2), Issue: 11. Budapest, 2013. P. 184–187.
309. Makaruk L. Multimodal Literacy: Options for Semiotic Resource Combinability and Perception. *International Conference Media Literacy in Foreign Language Education Digital and Multimodal Perspectives*. Munich: Ludwigs Maximilian Universitat, 2017. P. 23.

310. Makaruk L. Multimodal Literacy and the Spectrum of Communicative Possibilities Furnished by Non-verbal Devices. *Language. Culture. Politics: International Journal* / red. Tomasz Zygmunt. Chelm: Institut Neofilologii Panstwowej Wyzszej Szkoły Zawodowej, 2017. Vol. 1. P. 37–51.

311. Makaruk L. Multimodal Metaphors Based on Pictograms. *RaAM 11 Metaphor in the Arts, in Media and in Communication. The 11th Conference of the Association for Researching and Applying Metaphor*. Freie Universität, Berlin, 2016. P. 131–132.

312. Makaruk L. L. Multimodal Syntactic Constructions as a New Pattern in Modern English. *Language, IT, ELT: International Scientific and Practical Conference*. Zhytomyr: Zhytomyr Polytechnic State University, 2022. P. 18–20.

313. Makaruk L. Multimodal Texts: Potential Directions for Further Research. CREATING, SHAPING, SIGNIFYING. *Abstracts. 10th Brno Conference of English, American and Canadian Studies*. Brno, Czech Republic, 5–7 February, 2015. P. 84–85.

314. Makaruk L. Non-verbal Elements within Multimodal Discourse and the Systematization of Research Approaches to those Elements. Book of Abstracts. *Linguistics Beyond and Within. Challenging Ideas and Innovative Applications*. International Linguistics Conference in Lublin. Lublin: John Paul II Catholic University of Lublin, 2014. P. 73.

315. Makaruk L. Options for Multimodal Expression and the Literacy Required for Perceiving Meaning of Textual Material in the Digital Age. *East European Journal of Psycholinguistics*. Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University, 2016. Vol. 3. No. 1. P. 83–90.

316. Makaruk L. The Range and the Communicative Importance of Paralinguistic Means Employed in Contemporary Multimodal Texts. Abstract book. *ICS 2016. 1st International Conference on Sociolinguistics*. Budapest: Eötvös Loránd University, 2016. P. 92.

317. Makaruk L. The Range and the Communicative Importance of Paralinguistic Means Employed in Contemporary English Written Multimodal Discourse. *Language. Culture. Politics: International Journal* / red. Tomasz

Zygmunt. Chelm: Institut Neofilologii Panstwowej Wyzszej Szkoły Zawodowej, 2018. Vol. 1. P. 43–55.

318. Makaruk L. The Role of Visual Perception and Visual Recognition in Deriving Meaning from Multimodal Texts. Book of Abstracts. *Linguistic Snapshots: Language and Cognition “Explorations in Lexico-Grammar Continuum”* (Poland, Sosnowiec, 16–17 May). 2014. P. 27.

319. Makaruk L. The Stylistic Processes which are Made Possible by Multimodal Semiotic Resources. *2nd International Conference on Sociolinguistics: Abstract Book ICS 2018*. Budapest: Eotvos Lorand University, 2018. P. 149.

320. Makaruk L. Types of Multimodal Syntactic Constructions in Modern English Mass Media Texts. *Science and Education. A New Dimension. Philology*, VI (54). Issue: 183. Budapest, 2018. P. 184–187.

321. March-Russel P. *The Short Story: An Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009. 305 p.

322. Marx V., Nagy E. Fetal behavioral responses to the touch of the mother's abdomen: A frame-by-frame analysis. *Infant Behavior and Development*. 2017. No 47. P. 83–91.

323. May Ch. *The New Short Story Theories*. Ohio: University Press, 1994. 364 p.

324. Mealing S. Do You See What I'm Saying? *Iconic Communication* / ed. by Masoud Yazdani, Philip Barker. Bristol, UK/PortlandOR, USA: Intellect Books, 2000. P. 68–79.

325. Mealing S. Where Graphic Design Meets Paragraphemics. *Visual Language*. 2003. No. 37. P. 43–58.

326. Mehrabian A. *Nonverbal Communication*. 2nd ed. New Brunswick, NJ: Aldine Transaction, 2007. 235 p.

327. Miaki Y. A. *Visual communication theory: a search for roots*. Flagstaff AZ, 1995. URL: <https://cutt.ly/mwLj2woX> (access date: 27.06.2022).

328. Mitchel W. J. T. There are no Visual media. *Visual Culture*. 2005. No. 4 (2). P. 257–266.

329. Mitchell W. J. T. *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1987. 236 p.
330. Mitchell W. J. T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1994. 466 p.
331. Muller, M. G. Visual competence: A new paradigm for studying visuals in the social sciences? *Visual Studies*. 2008. 23(2), p. 101–112.
332. Muller M. G. *Basic of Visual Communication. Approaches and Methoda for Analysis*. Konstanz, 2003.
333. *Multimodal Analysis Lab*. URL: <https://multimodal-analysis-lab.org/> (access date: 28.04.2021).
334. *Multimodality Talk Series*. URL: <https://cutt.ly/LbJYpLa> (access date: 28.04.2021).
335. Nakagawa K. *Making Information Sparkles. Pictogram and Icon Collection. From Public Signage to Web Icons*. Pil-Books; Printed in Japan, 2006. P. 6.
336. *New Perspectives on Narrative and Multimodality*/ed. by R. Page. Routledge. 2010. 242 p.
337. Norgaard N. *Multimodal Stylistics of the Novel: More Than Words*. Routledge; Taylor&Fransis, 2018. 340 p.
338. Norgaard N. The Semiotics of Typography in Literary Texts. A Multimodal Approach. *Orbis Litterarum*. 2009. No. 64 (2). P. 141–160.
339. Norris S. Modal Density and Modal Configurations: Multimodal Actions. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. London; New York: Routledge, 2009. P. 78–91.
340. O'Halloran K. L. Multimodal Digital Humanities. *International Handbook of Semiotics* / ed. by P. Trifonas. Dordrecht: Springer, 2015. P. 383–409.
341. O'Halloran K. L. *Multimodal Discourse Analysis. Companion to Discourse*. London; New York: Continuum, 2011. P. 120–137.
342. O'Halloran K. L. *Multimodal Studies: Exploring Issues and Domains*. Routledge Studies in Multimodality. 1st Edition. 2011. 290 p.

343. O'Halloran K. L. Systemic Functional-multimodal Discourse Analysis (SFMDA): Constructing Ideational Meaning Using Language and Visual Imagery. *Visual Communication*. 2008. No. 7 (443). P. 444–475.
344. O'Halloran K. L., Chua A., Podlasov A. The Role of Images in Social Media Analytics: a Multimodal Digital Humanities Approach. *Visual Communication* / ed. by D. Machin. Berlin: Mouton de Gruyter, 2014. P. 565–588.
345. O'Halloran K. L., Lim F. V. Systemic Functional Multimodal Discourse Analysis. *Texts, Images and Interactions: a Reader in Multimodality*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2014. P. 137–154.
346. O'Halloran K. L., Podlasov A., Tan S. Multimodal Digital Semiotics: the Interaction of Language with other Resources. *Text and Talk: Special Edition for Michael Halliday* / ed. by Geoff Thompson. 2013. No. 33 (4-5). P. 665–690.
347. O'Halloran K. L., Tan S. A Multimodal Approach to Discourse, Context and Culture. *Discourse in Context* / ed. by J. Flowerdew. Hong Kong: Bloomsbury Professional, 2014. P. 247–272.
348. O'Halloran K. L., Tan S. Multimodal Analytics: Software and Visualization Techniques for Analyzing and Interpreting Multimodal Data. *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London: Routledge, 2014. P. 386–396.
349. O'Halloran K. L. Multimodal Analysis and Digital Technology. *Readings in Intersemiosis and Multimedia* / ed. E. Montagna. 2013. P. 35–53.
350. O'Halloran K. L., Smith B. A. Multimodal Studies: Exploring. Issues and Domains. London: Routledge, 2011. 270 p.
351. O'Halloran K., Pal G., Jin M. Multimodal Approach to Analysing Big Social and News Media Data. *Discourse, Context and Media*. 2021. URL: <https://cutt.ly/twLj6a95> (access date: 21.09.2022).
352. *PanMeMic*. URL: <http://surl.li/pqfdz> (access date: 28.04.2021).
353. Patea V. The Short Story Theories: A Twenty-First Century Perspective. Amsterdam; New York: Rodopi, 2012. 333 p.
354. Pytash. R. F. Exploring Multimodal Composition and Digital Writing. 2014. (access date: 10.11.2022).

355. Reid I. *The short story: The critical idiom*. London; New York: Methuen; Barnes & Noble Books, 1977. 76 p.
356. Roscoe J. *The Limits of Iconic Communication*. *Iconic Communication* / ed. by Masoud Yazdani, Philip Barker. Bristol; UKPortlandOR; USA: Intellect Books, 2000. P. 29–42.
357. *Routledge*. URL: <https://cutt.ly/ybJYYxN> (access date: 28.04.2021).
358. Royce T., Bowcher W. *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*. London; New York: Routledge, 2013. 416 p.
359. Samoyault T. *Give me a Sign. What Pictograms Tell us Without Words*. Published by Viking; Printed in France, 1997. 783 p.
360. Scefild M. *The Cambridge Introduction to the American Short Story*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. 281 p.
361. Scollon R. Multimodality and the language of politics. *Encyclopedia of language and linguistics*. 2nd ed. / eds. Yu. I. Alexandrov et al. Oxford: Elsevier, 2006. Vol. 9. P. 386–387.
362. Semenuik T. P., Gordienko Yu. A. A verbal representation of the concept COVID-19 in the modern German mass media. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: «Філологія. Журналістика». Одеса: Видавничий дім «Гельветика». 2022. Том 33 (72). № 2. Ч. 1. С. 193–196.
363. Serafini F. *Beyond the visual. An introduction to researching multimodal phenomena*. New York: Teachers College Press, 2022. 264 p.
364. Shapiro M. *Words and Pictures*. The Hague: Mouton, 1973. 109 p.
365. Seryakova I. I. *Magic of Nonverbal Communication*. Київ: Освіта України, 2009. 161 с.
366. Sieriakova I. Nonverbal Semiotics of Discursive Practices. *Science and Education a New Dimension: Philology*. Budapest: Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe, 2016. IV (17), Issue 78. P. 73–76.
367. Simarmata Y. J., Suastini N. W., Desak P. A Verbal and Non-Verbal Signs of Walt Disney Posters. *Humanis*. 2022. Vol. 26. No. 2. P. 172–179. URL: <https://cutt.ly/IwLkwNJm> (access date: 09.11.2022).

368. Stockl H. In between modes: Language and Image in Printed Media. *Perspectives in Multimodality*. London: Benjamins, 2004. P. 9–30.
369. Street B. Introduction. Literacy and Development. *Ethnographic Perspectives*. London: Routledge, 2001. P. 1–17.
370. Tahir H. M., Padil N., Abd Rashid M. S., Baharom S. N., Kamarudin D. Visual Communication as a Medium Sending Standard Operating Procedure (Sop) Message to Public During Pandemic Covid-19. *Proceedings of the International Conference of Innovation in Media and Visual Design (IMDES 2020)*. Atlantis Press, 2020. P. 173–179.
371. Taranenko L. I. Prosodic Expression of Emotional-And-Pragmatic Potential of a Spoken English Proverb. *Advanced Education*. 2018. Issue 9. P. 169–177.
372. *The Bremen-Groningen Online Workshops on Multimodality*. URL: <https://cutt.ly/ObJYwNJ> (access date: 28.04.2021).
373. *The UCL Visual and Multimodal Research Forum*. <http://surl.li/pgfif> (access date: 28.04.2021).
374. Tonfoni G. Visualisation of Textual Structures. *Iconic Communication* / ed. 452 by M. Yazdani, P. Barker. Bristol; UKPortlandOR; USA: Intellect Books, 2000. P. 92–111.
375. Tsapiv A. Multimodal imagery in picture books for children. *Cognition, Communication, Discourse*. 2022. Issue 25. P. 80–88.
376. Tsapiv A. O. Narrative organization of literary texts for children: communicative and pragmatic aspects. *Second International conference on pragmatics and philosophy*, 18–21 September, Lisboa, 2018. P. 61.
377. Tsapiv A. O. Poetics of narrative in Australian short stories for children. *Поетика художнього тексту: матеріали Всеукраїнської наукової конференції*, Херсон, 18–19 травня 2018 р. Херсон: ХДУ, 2018. С. 101–103.
378. Unsworth L. Image/Text Relations and Intersemiosis: Towards Multimodal Text Description for Multiliteracies Education. *Proceedings of the 33rd International Systemic Functional Congress*. Sao Paulo; Brazil: PUCSP, 2007. P. 1165–1205.

379. Unsworth L. Multiliteracies and a Metalanguage of Image/Text Relations: Implications for Teaching English as First or Additional Language in the 21st Century. *Tales Out of School: Identity and English Language Teaching: Special edition of TESOL in Context*. Series S (1). 2006. P. 147–162.

380. Unsworth L. *Multimodal Semiotics: Functional Analysis in Contexts of Education*. New York: Continuum, 2009. 270 p.

381. Unsworth L., Cleirigh C. Multimodality and Reading: the Construction of Meaning Through Image-text Interaction. *The Routledge Handbook of Multimodal Research* / ed. by C. Jewitt. London; New York: Routledge, 2009. P. 151–163.

382. Van Leeuwen T. *Introducing Social Semiotics*. London: Routledge, 2004. 320 p.

383. Van Leeuwen T. Multimodality. *The Handbook of Discourse Analysis* / ed. by Tannen Deborah, Hamilton E. Heidi, Schiffrin Deborah. Wiley Blackwell, 2015. Vol. 2. P. 447–465.

384. Van Leeuwen T. Multimodality. *The Routledge Handbook of Applied Linguistics* / ed. J. Simpson. New York: Routledge, 2011. P. 668–682.

385. Van Leeuwen T. Towards a Semiotics of Typography. *International Design Journal + Document Design*. John Benjamins Publishing Company. 2006. No. 14 (2). P. 139–155.

386. Van Leeuwen T. Typographic Meaning. *Visual Communication*. SAGE Publication. 2005. No. 4 (137). P. 137–143.

387. Vorobiova M. Intermediality, Multimodality and Intermodality in Modern Linguistics. *Scientific discoveries: projects, strategies and development: International Scientific and Practical Conference October 25, 2019*. Edinburg, UK. Ch. 3. P. 9–11.

388. Wallace D. Why Using a Period at the End of a Sentence Sounds So Angry. The smallest piece of punctuation in our arsenal might actually be the most powerful. 2019. URL: <https://11l.ink/H4bsJ> (access date: 14.06.2022).

389. Yazdani M., Barker P. *Iconic Communication*. Great Britain: Granwell Press. Wiltshire, 2000. 204 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

390. *American Red Cross. How to Social Distance During COVID-19.* URL: <https://bit.ly/3UcPIiN> (access date: 15.04.2021).
391. *Adobe Stock.* URL: <https://11l.ink/RkYJY> (access date: 21.02.2021).
392. *Advent Health. Staying Safe as Your Community Reopens.* URL: <https://bit.ly/491LbUz> (access date: 16.07.2022).
393. *Alamy.* URL: <https://cutt.ly/CwJsPk6H> (access date: 12.07.2022).
394. *Alamy.* URL: <https://cutt.ly/PwJdh0KI> (access date: 25.07.2022).
395. *Aljazeera. Coronavirus: Which countries have confirmed cases?* URL: <https://bit.ly/3Oh6WYq> (access date: 15.07.2023).
396. *Alphagraphics. Safe Distance Signage.* URL: <https://bit.ly/47K9wNz> (access date: 16.11.2023).
397. *American Red Cross. COVID-19: more than 5 million cases in US, follow these safety steps.* URL: <https://bit.ly/3HvM7Vy> (access date: 29.07.2027).
398. *Australia.* URL: <https://bit.ly/3u89Urt> (access date: 16.04.2023).
399. *Azernews.* URL: <https://bit.ly/3vXeE3y> (access date: 24.05.2023).
400. *BBC News. Coronavirus: Simple guide to staying safe.* URL: <https://bit.ly/3SbIzgz> (access date: 24.07.2023).
401. *BBC News. Coronavirus: Would you spit in a tube every week to end the pandemic?* URL: <https://www.bbc.com/news/health-53437555> (access date: 11.07.2023).
402. *BBC News. Covid symptoms:* URL: <https://bit.ly/3SdBXxE> (access date: 16.01.2023).
403. *BBC News. Covid symptoms: What are they and how do I protect myself?* URL: <http://surl.li/pdhjc> (access date: 14.03.2022).
404. *BBC News. Coronavirus: Simple guide to staying safe.* URL: <https://bit.ly/3SbIzgz> (access date: 19.08.2023).
405. *Bin shop. No Handshake Poster* URL: <https://bit.ly/3SrW9x4> (access date: 26.08.2023).

406. *Blitzmedia. Covid-19 Safety Signs & Posters.* URL: <https://bit.ly/48K2wBK> (access date: 11.09.2023).
407. *Blogsmedia.* URL: <https://bit.ly/3Sc2X0n> (access date: 14.10.2023).
408. *British Society for Immunology. COVID-19 testing explained.* URL: <https://bit.ly/3St3Ses> (access date: 02.07.2021).
409. *Broward County Organization. Coronavirus (COVID-19) Information.* URL: <https://cutt.ly/IwLkoPgg> (access date: 17.09.2023).
410. *Cal Matters. With coronavirus, we should practice physical distancing not social distancing.* URL: <https://bit.ly/47T1Us1> (access date: 09.09.2022).
411. *Canadian Men's Health foundation. Social Distancing and Physical Distancing: Which is More Important During COVID-19.* URL: <https://bit.ly/3u70fkV> (access date: 26.10.2023).
412. *Cargill.* URL: <https://bit.ly/3S7hyud> (access date: 29.05.2022).
413. *CCGOV.* URL: <https://bit.ly/3Hs9ZcJ> (access date: 08.03.2022).
414. *CDC. Please, read before entering.* URL: <https://bit.ly/493phAg> (access date: 27.11.2021).
415. *CDC.* URL: <https://bit.ly/3HtGPtA> (access date: 02.03.2021).
416. *Cecil County Maryland. Coronavirus.* URL: <https://bit.ly/3SxJ4mc> (access date: 12.08.2021).
417. *Centers for Disease Control and Prevention. Symptoms of COVID-19.* URL: <http://surl.li/pqful> (access date: 25.05.2022).
418. *Centers for Disease Control and Prevention. Protect yourself and others.* URL: <https://bit.ly/3weSBQv> (access date: 25.05.2022).
419. *CIPL. How to Fight COVID-19.* URL: <https://cavalryinfo.com/fight-covid-19/> (access date: 17.11.2023).
420. *CNN Health. Social distancing means standing 6 feet apart. Here's what that actually looks like.* URL: <https://bit.ly/3vGhIGI> (access date: 15.12.2022).
421. *Colourbox.* URL: <http://surl.li/pdfft> (access date: 26.07.2023).
422. *Colourbox.* URL: <https://1ll.ink/b8XBq> (access date: 28.10.2021).

423. *Communitymedicine4all*. URL: <https://bit.ly/3Uhl08p> (access date: 20.06.2023).
424. *Conexus. Safe Distancing Marking*. URL: <https://bit.ly/3S8akpP> (access date: 11.03.2023).
425. *Content*. URL: <https://bit.ly/3OhS7VD> (access date: 02.09.2023).
426. *County News Center. Social Distancing, Visiting Restrictions Established*. URL: <https://bit.ly/496Qjqo> (access date: 24.02.2022).
427. *Covid-19 – Municipality of Swakopmund*. URL: <https://cutt.ly/KwJfrFp8> (access date: 22.06.2022).
428. *COVID-19 Communication Card*. URL: <https://bit.ly/47NDWhO> (access date: 30.12.2021).
429. *Covid-19 Communication Network*. URL: <https://11l.ink/oUvfF> (access date: 08.12.2021).
430. *COVID-19 Communication Network*. URL: <https://bit.ly/48I9hUD> (access date: 26.05.2022).
431. *COVID-19 Next Steps*. URL: <https://bit.ly/48XxDtq> (access date: 25.01.2023).
432. *CTV News. Ottawa Public Health outlines 'Safe' social distancing guidelines*. URL: <https://bit.ly/42cRoLl> (access date: 16.05.2023).
433. *Cumberland Healthcare. COVID19 shopping tip*. URL: <https://bit.ly/497plyP> (access date: 23.09.2022).
434. *Depositphotos*. URL: <https://11l.ink/igCzK> (access date: 14.07.2021).
435. *Depositphotos*. URL: <http://surl.li/pdfaj> (access date: 03.11.2023).
436. *DLSUMC. The Do's of Social Distancing*. URL: <https://bit.ly/3vLF8VZ> (access date: 01.10.2021).
437. *Dr. Phil Page*. URL: <https://bit.ly/3vMZD4F> (access date: 01.07.2022).
438. *Dreamstime*. URL: <http://surl.li/pdfvh> (access date: 02.04.2023).
439. *East Yorkshire Back Clinic. Coronavirus (COVID-19) Update*. URL: <https://bit.ly/3HsVHI>. (access date: 23.09.2021).
440. *Easttec*. URL: <http://www.easttec.cz/> (access date: 29.06.2023).

441. *European Centre for Disease Prevention and Control*. URL: <https://bit.ly/3ObYmub> (access date: 10.08.2022).
442. *Europol*. URL: <https://bit.ly/428j7N7> (access date: 13.01.2021). (access date: 02.08.2021).
443. *Evernews*. *Staying COVID Safe in 2021*. URL: <https://bit.ly/3Ohic7o> (access date: 24.04.2023).
444. *Exploratorium*. URL: <https://cutt.ly/ywJfqrM> (access date: 22.02.2022).
445. *Exploratorium*. URL: <https://11l.ink/cAUbV> (access date: 03.11.2022).
446. *Facebook*. *10 tips for at home quarantine*. URL: <https://bit.ly/3vJPMMF> (access date: 01.10.2022).
447. *Facebook*. *Break the chain of infection*. URL: <https://bit.ly/3vOJBXS> (access date: 10.08.2021).
448. *Facebook*. *COVID-19 vaccination*. URL: <https://bit.ly/3SvzH6g> (access date: 11.10.2021).
449. *Facebook*. *Crescent Head Medical Centre*. URL: <https://bit.ly/3SaMyJV> (access date: 11.10.2021).
450. *Facebook*. *Home care for COVID-19*. URL: <https://bit.ly/47Q4X4e> (access date: 23.11.2022).
451. *Facebook*. *Illinois Department of Public Health (IDPH). COVID-19 General prevention guidelines*. URL: <https://bit.ly/47MDrEZ> (access date: 21.10.2022).
452. *Facebook*. *Please. Do not enter without a face mask*. URL: <https://bit.ly/3vW46BN> (access date: 19.11.2023).
453. *Facebook*. *UK Health Security Agency*. URL: <https://bit.ly/3rEL3Xl> (access date: 16.02.2023).
454. *Facebook*. URL: <https://bit.ly/3HsaPWV> (access date: 28.09.2022).
455. *Facebook*. URL: <http://surl.li/pdghg> (access date: 17.05.2022).
456. *Facebook*. URL: <https://bit.ly/429K7eZ> (access date: 08.08.2023).
457. *Facebook*. URL: <https://cutt.ly/IwJfQsFq> (access date: 24.03.2023).

458. *Facebook. What's the risk?* URL: <https://bit.ly/3Uv4OR5> (access date: 09.11.2022). (access date: 07.06.2022). (access date: 28.12.2021).
459. *Facebook. WHO. Post COVID-19 condition can affect people of all ages.* URL: <https://bit.ly/42djaHC> (access date: 03.10.2023).
460. *Facebook. World Health Organization Western Pacific Region. 4 ways to stay healthy to help beat COVID19.* URL: <https://bit.ly/42a4rNk> (access date: 31.01.2022).
461. *Fisher Scientific. Prevent the Spread of Coronavirus (COVID-19).* URL: <https://bit.ly/4996h3z> (access date: 21.12.2022).
462. *Forbes. Timeline Shows 3 Paths To COVID-19 Treatment And Prevention.* URL: <https://bit.ly/3tXfAV1> (access date: 15.01.2021).
463. *Freepik.* URL <https://11l.ink/YNNBV> (access date: 09.12.2022).
464. *Freepik.* URL: <https://11l.ink/3ecVN> (access date: 18.04.2023).
465. *Freepik.* URL: <https://cutt.ly/uwJdP9m4> (access date: 17.06.2022).
466. *Freepik.* URL <http://surl.li/pdeqx> (access date: 21.07.2022).
467. *Freepik.* URL <http://surl.li/pdeux> (access date: 06.04.2022).
468. *Freepik.* URL: <https://cutt.ly/4wJd4ZBK> (access date: 15.11.2023).
469. *Gettyimages.* URL: <http://surl.li/pddbby> (access date: 29.05.2021).
470. *Gettyimages.* URL: <https://cutt.ly/ywJsSPok> (access date: 29.05.2023).
471. *Glendale Covid Clinic by HHMD.* URL: <https://bit.ly/48MPq6C> (access date: 19.11.2023).
472. *Global Spill and safety.* URL: <https://bit.ly/3vNkzIF> (access date: 31.12.2022).
473. *GOV.UK.* URL: <https://www.gov.uk/coronavirus> (access date: 13.01.2022).
474. *Harvard T. H. Chan. How to behave in an elevator during COVID-19 pandemic.* URL: <https://bit.ly/42rqeAx> (access date: 23.09.2023).
475. *Health University of Utah.* URL: <https://bit.ly/3HusH3i> (access date: 11.12.2021).
476. *Healthcare.* URL: <https://bit.ly/47R4UVU> (access date: 23.11.2023).

477. *Heart Attack and Stroke Symptoms*. URL: <http://surl.li/pdfdf> (access date: 20.08.2022).
478. *Houston Methodist. Social Distancing: How Far Is 6 Feet, Anyway?* URL: <https://bit.ly/48ZZwkc> (access date: 28.08.2021).
479. *Idei.club.Health in public place*. URL: <https://bit.ly/4b5Bt5n> (access date: 31.10.2022).
480. *Idexx. So how far is 1.5 metres of social distance?* URL: <https://bit.ly/496Imli> (access date: 13.01.2021).
481. *Illinois Department of Public Health. COVID-19.Quarantine vs. Isolation*. URL: <https://bit.ly/3U9zcjt> (access date: 15.09.2023).
482. *Illinois Department of Public Health*. URL: <https://bit.ly/3SsH6TZ> (access date: 22.07.2023).
483. *Imperial College London*. URL: <https://bit.ly/3Uc9L0F> (access date: 04.07.2023).
484. *IndiaBioscience. Going the distance to slow the COVID-19 outbreak*. URL: <https://bit.ly/3Sth8zH> (access date: 30.01.2022).
485. *Industry and Finance Corporation of Western Lithuania*. URL: <https://vlpf.k.lt/en/charitable-trust/> (access date: 17.05.2021).
486. *Infectious Diseases Clinical Research Consortium*. URL: <https://idcrc.org/> (access date: 01.02.2021).
487. *Infographic showing outcomes of 100 people who are tested for COVID-19*. URL: <https://bit.ly/497v8o6> (access date: 31.12.2021).
488. *Instagram*. URL: <http://surl.li/pdhjp> (access date: 11.11.2021).
489. *Instagram. The latest COVID-19 boosters protect against the omicron variants*. URL: <https://bit.ly/42eefWS> (access date: 30.06.2023).
490. *Instagram*. URL: <http://surl.li/pdhbf> (access date: 12.06.2023).
491. *Instagram. VaccinEquity is a key to ending the COVID19 pandemic, together!* URL: <https://bit.ly/42cdGg1> (access date: 25.02.2021).
492. *Instagram. Who should get a booster? Who is eligible?* URL: <https://bit.ly/3ScLwNf> (access date: 30.04.2023).

493. *Instagram. Whoeurope. Health workers can help survivors of violence during by offering support, providing treatment and referring survivors to support.* URL: <https://bit.ly/42cu6Vz> (access date: 19.02.2021).

494. *Instagram. Whoeurope. Wash your hands to help protect yourself and others from COVID-19.* URL: <https://bit.ly/3hfDTED> (access date: 28.09.2023).

495. *Intelligent Cities Challenge. Stop Covid19 Cat.* URL: <https://11l.in/c7MxZ> (access date: 25.09.2023).

496. *International SOS.* URL: <https://bit.ly/3HuKxD9> (access date: 30.10.2021).

497. *Issuewire. The measure that can protect you in time of Pandemic COVID-19 while working on construction projects.* URL: <https://11l.in/BFRaO> (access date: 12.03.2021).

498. *iStock. Stop COVID-19.* URL: <https://bit.ly/48VXdPk> (access date: 23.03.2023).

499. *iStock.* URL: <http://surl.li/pdedl> (access date: 19.10.2023).

500. *iStock.* URL: <http://surl.li/pdhpf> (access date: 08.09.2022).

501. *iStock.* URL: <https://11l.in/qosNr> (access date: 20.06.2023).

502. *iStock.* URL: <https://cutt.ly/1wJsVQWM> (access date: 27.06.2022).

503. *iStock.* URL: <https://cutt.ly/9wJdqace> (access date: 21.12.2022).

504. *iStock.* URL: <https://cutt.ly/pwJfu4Oq> (access date: 31.01.2023).

505. *Istockphoto.* URL: <https://11l.in/crHtr> (access date: 01.02.2022).

506. *John Hopkins medicine. COVID-19 Story Tip: Herd Immunity Is a Dangerous Strategy for Fighting COVID-19.* URL: <https://bit.ly/3HCG953> (access date: 18.10.2021).

507. *John Hopkins medicine. Coronavirus at a Glance.* URL: <https://bit.ly/3yrx2hj> (access date: 24.04.2022).

508. *John Hopkins medicine. Hand-washing and Coronavirus Prevention for Children: Infographic.* URL: <https://bit.ly/3kaItph> (access date: 28.10.2023).

509. *Johns Hopkins Medicine. Health. UNDERSTANDING COVID-19.* URL: <http://surl.li/pdfkc> (access date: 09.06.2023).

510. *Johns Hopkins Medicine. Health. Getting Ready – and Staying Safe* URL: <https://bit.ly/3jBPDTA> (access date: 07.07.2023).
511. *Johns Hopkins University. COVID-19 Personal Preparedness: Infographic.* URL: <https://bit.ly/3k99WI0> (access date: 02.06.2021).
512. *Johns Hopkins University. Preventing Flu, COVID- 19 and RSV Infographic.* (access date: 24.05.2021).
513. *Jonellepatrick. J-style Social Distancing Measurements for the Rest of Us.* URL: <https://bit.ly/47NHKzT> (access date: 27.09.2021).
514. *Kingston Massachusetts.* URL: <https://bit.ly/47MAioC> (access date: 31.07.2021).
515. *KTVB7. How to social distance in Idaho graphic uses potatoes, trout, blue jays.* URL: <https://bit.ly/3Oh0yQW> (access date: 05.11.2022).
516. *Linkedin. Social Distancing vs Social Isolating.* URL: <https://bit.ly/3Udukdh> (access date: 19.03.2023).
517. *Linn County.* URL: <https://bit.ly/3vOXsxr> (access date: 19.03.2023).
518. *Liveworksheets.* URL: <https://bit.ly/3UjS6UO> (access date: 30.07.2023).
519. *Lybrate.* URL: <https://1ll.ink/4mxy6> (access date: 30.07.2023).
520. *Mass.* URL: <https://bit.ly/3vJzZ0t> (access date: 29.01.2023).
521. *McGovern Medical School.* URL: <https://cutt.ly/MwJdx7Dg> (access date: 24.06.2021).
522. *MDPI.* URL: <https://cutt.ly/FwJd04w1> (access date: 25.09.2022).
523. *Medblog.* URL: <https://bit.ly/3OeVWeg> (access date: 04.02.2023).
524. *Medbox.* URL: <https://bit.ly/3u1VDg3> (access date: 09.10.2021).
525. *Médecins Sans Frontières. As coronavirus COVID-19 spreads, fear drives people away from hospitals in Yemen.* URL: <https://bit.ly/47LfIVE> (access date: 12.10.2023).
526. *Medical Tutors. W.H.O GUIDELINES ON GETTING YOUR WORKPLACE READY FOR COVID-19.* URL: <https://bit.ly/3SbGH6Z> (access date: 10.12.2021).

527. *MedicPresents. A Guide to Social Distancing, Self-Quarantine & Self-Isolation Infographic.* URL: https://bit.ly/42ccB82_ (access date: 09.12.2022).
528. *Merrimac Police Department.* URL: <https://11l.ink/F5w9v> (access date: 12.07.2023).
529. *Montrose County Public Health.* URL: <https://bit.ly/3FoBq3O> (access date: 04.11.2022).
530. *Mothership. Covid-19: Safe distancing stickers rolled out on trains, buses, MRT stations, bus stops.* URL: <https://bit.ly/47ShKTU> (access date: 05.08.2021).
531. *National Council for science and technology Communication.* URL: <https://bit.ly/3OfuU6v> (access date: 05.01.2023).
532. *National Environment Agency. Safe Distancing Measures At Markets.* URL: <https://bit.ly/3Ohl8Rs> (access date: 22.02.2023).
533. *National Foundation for Infectious Diseases.* URL: <https://bit.ly/4b1eQPs> (access date: 11.01.2023).
534. *National Orientation agency. COVID-19: SOCIAL DISTANCING – HOW FAR IS 1 METER?* URL: <https://bit.ly/3ScLLI7> (access date: 19.02.2022).
535. *Navjeevan Express. COVID-19 cases climbed to 649 in India, death toll 13, says Health Ministry.* URL: <https://bit.ly/3vUORL8> (access date: 10.05.2021).
536. *News Medical Life Sciences.* URL: <http://surl.li/pdfsp> (access date: 13.09.2021).
537. *News. The history of vaccines, from smallpox to SARS and beyond.* URL: <https://bit.ly/4bjx2Ei> (access date: 20.03.2023).
538. *Next Steps: Notifying Close Contacts of Positive Exposure.* URL: <https://bit.ly/48Q7ahK> (access date: 10.06.2022).
539. *Orange County Health Department.* URL: <https://bit.ly/3UarRQG> (access date: 25.07.2021).
540. *Paris Lamar County Health District.* URL: <https://bit.ly/3Ugp8Ft> (access date: 02.09.2022).
541. *PCMA. An Interactive Tool for Planners to Determine COVID-19 Indoor Risk Factors.* URL: <https://bit.ly/3Oh6U2R> (access date: 06.12.2022).

542. *PDSIGNS. COVID-19 FAI Avoid Touching Your Face Sign.* URL: <https://cutt.ly/rwJfxPVG> (access date: 18.12.2021).
543. *Pikbest.* URL: <https://bit.ly/3Oh3gWJ> (access date: 16.03.2021).
544. *Pinterest. Physical Distancing.* URL: <https://bit.ly/3OhhbMm> (access date: 25.05.2023).
545. *Pinterest. Six Feet Away.* URL: <https://bit.ly/3vNu0aW> (access date: 23.07.2023).
546. *Pintetest. Increase in body temperature, icon high temperature.* URL: <https://bit.ly/48LiZ8z> (access date: 26.08.2021).
547. *Premier Signs & Graphics.* URL: <https://11l.ink/2mnLA> (access date: 11.03.2022).
548. *PWC. Infographic: The impact of COVID-19 on citizen trust.* URL: <https://bit.ly/3SdQ462> (access date: 07.07.2022).
549. *Riverside.* URL: <https://bit.ly/429691q> (access date: 15.05.2021).
550. *RNAO. How to wear a mask properly.* URL: <https://rnao.ca/covid19/maskathon> (access date: 22.02.2021).
551. *Science Direct. Motivating social distancing during the COVID-19 pandemic: An online experiment.* URL: <https://bit.ly/3S9FoWe> (access date: 03.07.2021).
552. *Scottish Tourism Alliance. Scotrail reminder of the Five Rules for Safer Travel.* URL: <https://bit.ly/48M3zqx> (access date: 02.12.2021).
553. *Shedrack Agediga Foundation. WE WILL WIN THE WAR AGAINST COVID-19 IN UNITY.* URL: <https://cutt.ly/IwJflHxg> (access date: 13.04.2022).
554. *Shenandoah University. Some Social Distancing & Mask Resources From An Expert.* URL: <https://bit.ly/3SwpF4I> (access date: 21.12.2022).
555. *Shutterstock.* URL: <http://surl.li/pdfbi> (access date: 21.04.2023).
556. *Shutterstock.* URL: <https://cutt.ly/WwJsfG43> (access date: 27.08.2023).
557. *Shutterstock.* URL: <https://11l.ink/iPHHp> (access date: 08.03.2021).
558. *Shutterstock.* URL: <http://surl.li/pdfhx> (access date: 20.06.2021).
559. *Shutterstock.* URL: <http://surl.li/pdfry> (access date: 15.03.2021).

560. *Shutterstock*. URL: <http://surl.li/pdhgl> (access date: 11.05.2022).
561. *Shutterstock*. URL: <https://11l.ink/kAePC> (access date: 17.06.2022).
562. *Shutterstock*. URL: <https://11l.ink/tSgX2> (access date: 17.04.2022).
563. *Shutterstock*. URL: <https://cutt.ly/mwJdJYMS> (access date: 06.03.2021).
564. *Shutterstock*. URL: <https://cutt.ly/YwJdHboQ> (access date: 11.07.2023).
565. *Shutterstock*. URL: <http://surl.li/pdhdq> (access date: 12.02.2021).
566. *Sky News*. URL: <https://bit.ly/3SwkjH1> (access date: 09.12.2021).
567. *Smog Pros Milpitas. COVID-19 Safety Tips from the CDC*. URL: <http://surl.li/pdhkd> (access date: 03.12.2021).
568. *R.S. Commercial Cleaning. COVID-19 Info*. URL: <https://cutt.ly/dwJfnZMb> (access date: 16.06.2023).
569. *Spartans Abroad EA and COVID-19*. URL: <https://cutt.ly/ywJfoMGJ> (access date: 14.05.2023).
570. *Swedish Smile Clinic. EXTRA PRECAUTIONARY MEASURES AGAINST COVID-19*. URL: <https://www.swedishsmileclinic.co.uk/covid-19/> (access date: 16.07.2023).
571. *TAT News. Social Distancing – What everyone can do to stop COVID-19*. URL: <https://bit.ly/3U7Mihn> (access date: 22.02.2022).
572. *That's Farming*. URL: <https://bit.ly/3u3kuQA> (access date: 13.09.2022).
573. *The Balm in Gilead. Facts on Social Distancing – How It Helps Slow the Spread of COVID-19 (Coronavirus)*. URL: <https://bit.ly/3SsUQ14> (access date: 17.10.2022).
574. *The Economic Times. Dispelling myths and misconceptions about coronavirus*. URL: <https://bit.ly/4bbQ9A7> (access date: 10.04.2022).
575. *The Economic Times. Watch your space! Physical distancing can lead to significant reduction in Covid-19 transmission*. URL: <https://bit.ly/40p0zqg> (access date: 24.09.2021).
576. *The Guardian. Social distancing tips: the rules of safe shopping under coronavirus*. URL: <https://bit.ly/490G5YC> (access date: 05.02.2021).

577. *The New Social Worker. Distancing.* URL: <https://bit.ly/48ZFAi9> (access date: 10.10.2021).

578. *The New York State Senate. Coronavirus Response and Prevention.* URL: <https://bit.ly/3IVbiBP> (access date: 17.09.2023).

579. *The New York State Senate. Social Distancing Measures in Place.* URL: <https://bit.ly/3HyVDY1> (access date: 10.06.2022).

580.

581. *The New York Times. Coronavirus World Map: Tracking the Global Outbreak.* URL: <https://bit.ly/3SudvcK> (access date: 15.09.2021).

582. *The Scientist.* URL: <https://1ll.ink/DUGti> (access date: 22.11.2023).

583. *The Southerner. Covid-19 makes a comeback through incentives.* URL: <https://bit.ly/42ccZ6D> (access date: 30.07.2023).

584. *The Village of Long Grove Illinois. The Coronavirus- Social Distancing.* URL: <https://www.longgroveil.gov> (access date: 25.02.2021).

585. *The Meridian. Social Distancing Is Putting Mental Health At Risk.* URL: <https://cutt.ly/MwJd3rn6> (access date: 31.01.2023).

586. *TLC Medical Arts Pharmacy.* URL: <https://bit.ly/3HuljF6> (access date: 30.06.2021).

587. *Tony Thorne. CORONASPEAK – the language of Covid-19 goes viral.* URL: <https://bit.ly/42cYq2I> (access date: 03.08.2023).

588. *Twitter. Be READY to fight COVID19.* URL: <https://bit.ly/3StS3ol> (access date: 22.09.2023).

589. *Twitter. Globe Med Lebanon.* URL: <https://bit.ly/3Ss8Nfw> (access date: 10.09.2022).

590. *Twitter. Hands. Face. Space v COVID-19.* URL: <https://bit.ly/3SqXILL> (access date: 21.01.2021).

591. *Twitter. Kentucky Tourism.* URL: <https://bit.ly/47MJPMk> (access date: 20.10.2023).

592. *Twitter. Protect yourself and loved ones.* URL: <https://bit.ly/492T8sE> (access date: 10.03.2021).

593. *Twitter*. URL: <https://cutt.ly/UwJfxV4M> (access date: 22.09.2022).
594. *Twitter*. *World Health Organization (WHO). People with heart disease, #diabetes & respiratory conditions may appear to be more susceptible to becoming severely ill with #COVID19*. URL: <https://bit.ly/429Zhkq> (access date: 01.06.2022).
595. *Twitter*. *COVID-19 Snapshot*. URL: <https://bit.ly/4b5m4Sx> (access date: 03.02.2022).
596. *UConn Today*. URL: <https://cutt.ly/1wJdDMhs> (access date: 02.01.2022).
597. *UN Women*. *Asia-Pacific greets safely in times of COVID-19*. URL: <https://11l.ink/rlFfx> (access date: 21.02.2022).
598. *UN Women*. URL: <https://bit.ly/48MOLIE> (access date: 08.06.2022).
599. *Unicef*. *What is social distancing?* URL: <https://bit.ly/3vN35Mr> (access date: 23.05.2021).
600. *University of California*. *Why don't some people get sick from COVID-19? A gene mutation may be at work*. URL: <https://cutt.ly/bwJdzkrN> (access date: 02.08.2023).
601. *University of Oxford*. *Maximising the impact of social distancing on COVID-19*. URL: <https://bit.ly/48ZFAi9> (access date: 07.04.2021).
602. *University of Cambridge*. *Social distancing: How close is safe?* URL: <https://bit.ly/3Ue5ZE6> (access date: 15.04.2021).
603. *Upstate Family Health Center*. *Coronavirus COVID-19 Update*. URL: <https://bit.ly/4b9FbLu> (access date: 17.06.2021).
604. *Vecteezy*. *KEEP YOUR HANDS CLEAN and clean and dirty hand concept*. URL: <https://bit.ly/48MNV8K> (access date: 15.03.2022).
605. *VectorStock*. URL: <http://surl.li/pdcue> (access date: 13.06.2021).
606. *VectorStock*. URL: <http://surl.li/pdcvq> (access date: 11.11.2023).
607. *VectorStock*. URL: <http://surl.li/pddoe> (access date: 15.05.2023).
608. *Verywell Health*. *A Timeline of COVID-19 Vaccine Side Effects*. URL: <https://bit.ly/3SbQAS1> (access date: 13.04.2021).
609. *Vistacreate*. URL: <https://11l.ink/pIadb> (access date: 06.07.2023).
610. *VOI*. URL: <https://cutt.ly/wwJdW3OI> (access date: 25.02.2021).

611. Vox. URL: <https://bit.ly/3DzCS2Q> (access date: 26.05.2022).
612. *We are teachers*. URL: <https://bit.ly/3HwGuXa> (access date: 10.09.2022).
613. WHO. *3 Factors to Help You Make Safer Choices*. URL: <https://bit.ly/3vKzK5s> (access date: 02.10.2022).
614. WHO. *Are you caring for children under the age of 5?* URL: <https://bit.ly/3OeNzzb> (access date: 25.12.2021).
615. WHO. *COVID-19 Coronavirus symptoms*. URL: <https://bit.ly/47NEHHK> (access date: 21.12.2022).
616. Wikipedia. *Symptoms of COVID-19 (English)*. URL: <https://cutt.ly/AwJdVHBN> (access date: 08.05.2023).
617. Wisconsin Department of Health Services. *COVID-19 Antigen Testing: Community Guidance*. URL: <https://bit.ly/3Dv5SZO> (access date: 28.03.2023).
618. Wisconsin Department of Health Services. URL: <https://cutt.ly/hwLloe82> (access date: 19.05.2021).
619. Wolverhampton. *Stay safe!* URL: <https://bit.ly/4b6qlFn> (access date: 06.06.2023).
620. Women4globalfund. URL: <https://bit.ly/4b6H5fM> (access date: 24.01.2023).
621. World Heart Federation. URL: <https://bit.ly/496MyBi> (access date: 28.08.2021).
622. Writco. URL: <https://bit.ly/4b7DEW8> (access date: 23.01.2021).
623. Youtube. URL: <http://surl.li/pdfeg> (access date: 30.12.2022).

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Фурман О. М. Актуалізація семантики превентива в період пандемії в англомовних масмедійних медичних текстах. *Сучасна філологія: тенденції та пріоритети розвитку*. Одеса: Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2021. С. 98–101.

2. Фурман О. М. Архітектоніка і семантика складників англомовних масмедійних медичних текстів малої форми на тематику COVID-19. *Science and Education. A New Dimension. Philology*. 2021. IX (76). Issue: 260. Budapest, P. 23–26.

3. Фурман О. М. Вербальні та невербальні засоби репрезентації COVID-19 в англомовних масмедійних інфографічних текстах. *Актуальні проблеми іншомовної комунікації: лінгвістичні, методичні та соціально-психологічні аспекти*: зб. матеріалів IV Всеукраїнської наук.-метод. інтернет-конференції (14 квітня 2021 року). Луцьк, 2021. С. 227–231.

4. Фурман О. М. Графічна синонімія у сучасних англомовних мультимодальних масмедійних медичних текстах на тематику COVID-19. *Актуальні проблеми міжкультурної комунікації*: зб. матеріалів I Міжнародної наук.-практ. конференції. (6 квітня 2022 року). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2022. С. 97–101.

5. Фурман О. М. Диференційні ознаки сучасних англомовних текстів малої форми. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського: науковий журнал*. Серія «Філологія. Журналістика». 2021. Том 32 (71). № 2. Ч. 1. С. 230–236.

6. Фурман О. М. Засоби візуалізації дистантних позицій при COVID-19 в англомовних масмедійних текстах малої форми. *Науковий вісник Міжнар. гуманітарного ун-ту*. Серія «Філологія». № 62. С. 230–236.

7. Фурман О. М. Засоби репрезентації семантики превентива в англомовних медичних текстах малої форми. *Сучасні проблеми германського та романського мовознавства*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конференції. (15 лютого 2021 року). Рівне, 2021. С. 119–124.

8. Фурман О. М. Засоби субституції графем у термінології COVID-19.

Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: матеріали XVII Міжнародній наук.-практ. конференції аспірантів і студентів», (16-17 травня 2023 року). Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2023. С. 314–317.

9. Фурман О. М. Ключові підходи до дослідження піктограм (на матеріалі англомовних масмедійних медичних текстів малої форми). *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: матеріали XV Міжнародної наук.-практ. конференції аспірантів і студентів. (12-13 травня 2021 року). Луцьк, 2021. С. 667–670.*

10. Фурман О. М. Піктограми як ключові семіотичні ресурси масмедійних медичних текстів малої форми на тематику COVID-19. *International scientific and practical conference «Philological Sciences and Translation Studies: European Potential»: conference proceedings. Wloclawek: Baltija Publishing, 2021. P. 170–174.*

11. Фурман О. М. Роль графічних засобів у сучасних англомовних масмедійних текстах на тематику COVID-19. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: матеріали X Всеукраїнської наук.-практ. конференції молодих науковців (19 травня 2023 р.) / упоряд.: М. Рожило, Н. Шульська. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. С. 241–244.*

12. Фурман О. М. Симбіоз вербальних та невербальних засобів в англомовних масмедійних текстах малої форми на тематику COVID-19. *Взаємодія журналістики, реклами та PR у сучасному медійному просторі: матеріали Міжнародної наук. конф. в м. Ченстохова (Республіка Польща), (12-13 жовтня 2022 року). С. 42–46.*

13. Фурман О. М. Типи англомовних масмедійних текстів на тематику COVID-19. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: матеріали XVI Міжнародної наук.-практ. конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. (17 травня 2022 року). Луцьк, 2022. С. 386–388.*

14. Фурман О. М. Тракткування мультимодальності у сучасних лінгвістичних студіях. *Нова філологія: зб. наук. пр. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2021. № 82. С. 315–320.*

ДОДАТКОВИЙ ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ



Рис. Б 1 [548]

COVID-19 Snapshot: Two Years On

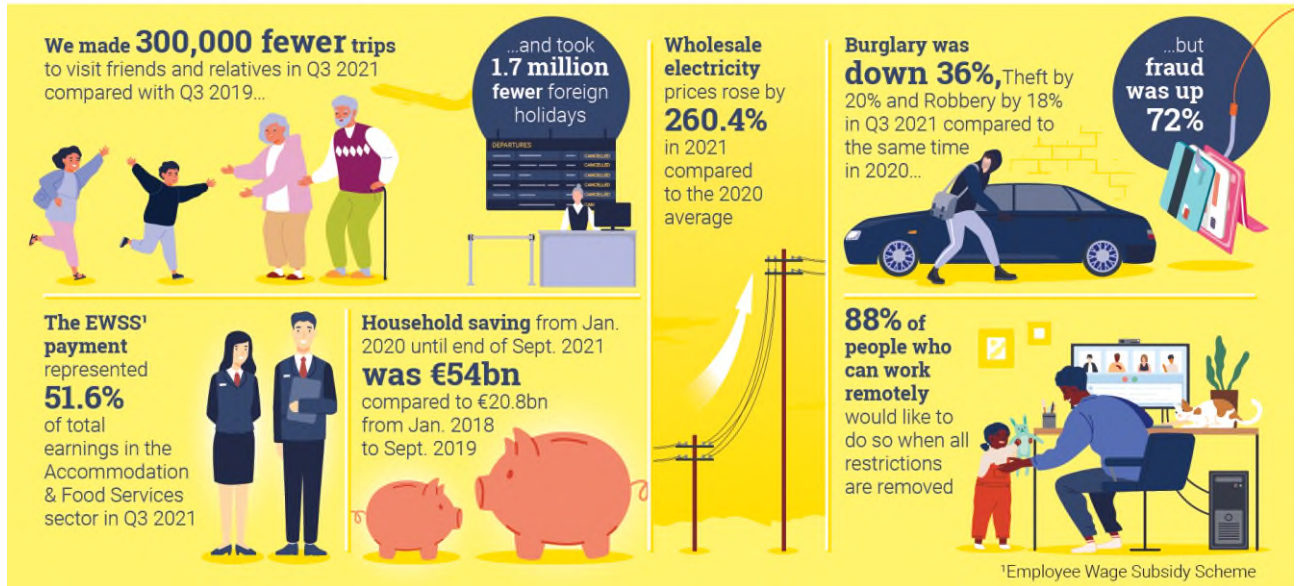


Рис. Б 2 [594]

COUNTING THE COSTS OF COVID-19

ASSESSING THE IMPACT ON GENDER AND THE ACHIEVEMENT OF THE SDGs IN INDONESIA

COVID-19 may be putting the achievement of the Sustainable Development Goals at stake for women and girls in Indonesia



Women in Indonesia depend largely on income from family businesses, but COVID-19 has shrunk it for

82% OF WOMEN and **80% OF MEN**



Although more men have died from the virus, women's mental health has suffered a larger setback:

57% OF WOMEN noted increases in stress and anxiety, compared to **48% OF MEN**



COVID-19 has increased the unpaid care and domestic workload and women are paying the price:

19% OF WOMEN noted an increase in intensity of unpaid domestic work, compared to **11% OF MEN**



COVID-19 increased the demand for water and home-cooked meals. In response,

22% OF WOMEN and **16% OF MEN** spend more time collecting water and firewood



The pandemic may be putting food security at risk, as

76% OF WOMEN and **78% OF MEN** saw drops in income from farming and fishing



School closures have transferred responsibilities for children's education to parents, as evidenced by

39% OF WOMEN and **29% OF MEN** spending more time teaching children at home



COVID-19 exposed women's vulnerability to shocks in the labour market, particularly informal workers:

36% OF WOMEN in informal employment decreased their paid work time, compared to **30% OF MEN** in informal employment

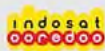













Рис. Б 3 [597]



Рис. Б 4 [524]

Symptoms	Coronavirus	Flu	Cold
 Fever	Common	Common	Rare
 Cough	Common	Common	Mild
 Loss of taste and smell	Sudden	Rare	Sometimes
 Fatigue	Sometimes	Common	Sometimes
 Headaches	Sometimes	Common	Rare
 Aches and pains	Sometimes	Common	Common
 Runny/stuffy nose	Rare	Sometimes	Common
 Sore throat	Sometimes	Sometimes	Common
 Sneezing	No	No	Common
 Shortness of breath	Sometimes	No	No
 Diarrhoea	Sometimes for children	Sometimes, especially for children	No

Source: WHO, CDC BBC

Рис. Б 5 [402]

Flu Prevention During Coronavirus Pandemic

Fall and winter months bring the flu season. Here is what you need to know to help protect you and your family from the flu and COVID-19.













FLU	PREVENTION		COVID-19
<p>Flu shot. A flu shot protects you and your family from most strains of the flu.</p> 			<p>Physical distancing, mask wearing, frequent hand washing. These important safety measures help prevent COVID-19 and also protect against the flu.</p>
SYMPTOMS			
<p>Flu and COVID-19 can have similar symptoms. Call a doctor or health care center if you have any of these symptoms:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stuffy or runny nose • Cough • Diarrhea • Fever or chills • Headache • Muscle or body aches • Nausea or vomiting • New fatigue/feeling tired or without energy • New loss of taste or smell • Shortness of breath or difficulty breathing • Sore throat 			
WHAT TO EXPECT			
 <p>Fever and aches should end within five days. Coughing and fatigue/feeling tired or not having energy can last about two weeks. See your doctor if symptoms get worse. Severe cases may lead to hospitalization or death.</p>	<p>Some people may never have symptoms. Recovery can take up to two weeks for mild cases, or six weeks or more for severe cases. COVID-19 may also lead to lasting organ damage, hospitalization or death.</p> 		
TREATMENT			
<p>Rest, a fever reducer, such as acetaminophen, and an antiviral medicine to reduce the amount of time you have the flu and prevent complications</p> 	 <p>Mild cases: rest, fever reducers and cough medicine. Serious cases: hospitalization, breathing support with a ventilator or other therapies.</p>		
COMPLICATIONS			
 <p>Flu can turn into pneumonia, and very severe cases can be fatal.</p>	<p>This disease can result in pneumonia and lasting damage to your lungs, kidneys, heart and brain. COVID-19 can be fatal.*</p> <p><small>* More research is needed, but doctors and scientists currently believe that the death rate of COVID-19 could be 10 times higher (or more) than most strains of the flu.</small></p> 		
CAUSE			
<p>It is caused by several different influenza viruses that change each year, which is why there is a new vaccine each flu season.</p> 	 <p>This disease is caused by a coronavirus called SARS-CoV-2, which emerged late in 2019.</p>		
WHEN TO CALL YOUR DOCTOR. Call your doctor or health center if you have any signs or symptoms of illness. Explain what is happening, and follow their advice.			
			

Рис. Б 6 [540]

COVID-19

Symptoms of Coronavirus Disease

The infographic features a central illustration of a man in a green jacket and blue pants, appearing unwell with a fever and cough. Surrounding him are various icons and labels for symptoms, connected by dotted lines. A legend at the top right indicates that teal circles represent 'Common' symptoms and yellow circles represent 'Less typical' symptoms.

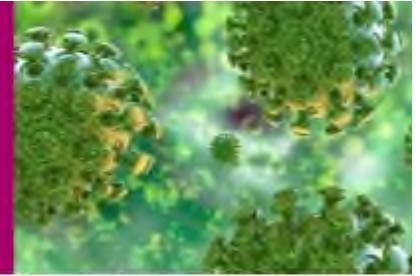
- Common Symptoms (Teal Circles):** Fever, Cough, Shortness of Breath, Fatigue, Aching Muscles.
- Less typical Symptoms (Yellow Circles):** New Loss of Taste or Smell, Headache, Phlegm Buildup, Diarrhea.

Even if you have only one symptom,
GET TESTED.

Рис. Б 7 [471]

COVID-19

(Coronavirus Disease 2019)



COVID-19 (Coronavirus Disease 2019) is a respiratory illness that can spread from person-to-person. The virus that causes COVID-19 is a new form of coronavirus that was first found in people in December 2019. It can cause severe illness in some people.



How is it spread?

- ▶ People with COVID-19 can easily spread it to others. The virus is found in droplets from the throat and nose. When someone coughs, sneezes, sings, or even shouts, other people near them can breathe in those droplets.
- ▶ The virus can also spread when someone touches an object with the virus on it. If that person then uses their hands to touch their face, mouth, or eyes, the virus can make them sick.



What are the signs and symptoms*?

- | | |
|---|------------------------------|
| ▶ Cough (new or worsening of chronic cough) | ▶ Runny nose |
| ▶ Shortness of breath | ▶ Muscle ache |
| ▶ Fever | ▶ Headache |
| ▶ Chills | ▶ New loss of taste or smell |

**Some people may also experience fatigue or have gastrointestinal symptoms such as nausea, vomiting, diarrhea, or abdominal pain.*

NOTE: Not everyone with COVID-19 has all of these symptoms and some people have no symptoms. You can still spread the virus to others even if you have mild or no symptoms.



What should I do if I have symptoms of COVID-19?

- ▶ Contact your doctor and ask to be tested.
- ▶ Stay home and isolate yourself from people and animals in your home.
- ▶ Complete an [online health screening assessment](#), and a licensed health practitioner will contact you.
- ▶ See if a [community testing site](#) is available near you.



For medical professionals

EXTENDED WEAR: Eye Protection, Mask, and Gown Personal Protective Equipment (PPE)

Eyes and Mask


- 1 


Exit patient room and remove gloves.
See step 3 under *Entry* for gown guidance.
- 2 


Sanitize hands.
- 3 

Only keep eyewear and face protection if they are **not visibly soiled.**

Gown

- 1 

Get a new gown.
- 2 

Tear the neck at center. Protect the seams.
- 3 

Tie the gown at the neck and waist.

Entry

- 1 

Put on fresh gloves.
- 2 

Sanitize the gloves.*
- 3 

If your gown is not soiled or torn and you are heading **directly to another COVID-19 patient, you may keep on.**
- 4 

Enter the next COVID-19 patient room.

*It is important to always confirm your sanitizer is compatible with your PPE. If you are unsure, test first or consult your PPE specialist. Incompatible sanitizer can compromise the integrity of your PPE.

P-02644 (04/2020)



Graphics provided by Emory University

Рис. Б 9 [617]

How To Use: Reusable Face Coverings

1		5	
2		6	
3		7	
4		8	

#MaskUpWisconsin



 WISCONSIN DEPARTMENT
of HEALTH SERVICES
P-02734 (08/2020)

Рис. Б 10 [617]

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) 10 Tips for At-Home Quarantine or Self-Monitoring

If you have been directed to quarantine or self-monitor at home because of possible COVID-19 contact:


- 1** Stay home from work, school and away from public places.



- 2** Monitor for symptoms and take your temperature twice daily. If you develop symptoms or a fever, then call your healthcare provider immediately.


- 3** Get rest, stay hydrated and exercise if possible. If you are able to exercise, do so in your home or yard. Avoid locations where you may come into contact with others.


- 4** If you have a medical appointment, call the healthcare provider ahead of time and tell them that you have been exposed to COVID-19.



- 5** For medical emergencies, call 911 and notify the dispatch personnel that you have been exposed to COVID-19.



- 6** Take everyday actions to prevent the spread of germs.

 - Clean your hands often with soap and water for at least 20 seconds, or an alcohol-based hand sanitizer that contains at least 60% alcohol.
 - Cover your cough/sneeze.
 - Avoid touching your eyes, nose and mouth.
- 7** As much as possible, stay in a specific room and away from other people and pets in your home. Use a separate bathroom, if available.


- 8** Avoid sharing personal items with other people in your household, like dishes, towels and bedding.


- 9** Clean all surfaces that are touched often, like counters, tabletops and doorknobs. Use household cleaning sprays or wipes according to the label instructions.

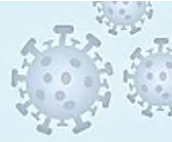

- 10** Make the best of your time at home by teleworking if you're able or catching up on reading, exercising or other hobbies.



For more information, visit mass.gov/COVID19 or call 2-1-1

 Massachusetts Department of Public Health

COVID-19: PROJECTED TIMELINE FOR TREATMENT AND PREVENTION



There are **66 programs** working on **3 different approaches**:



REPURPOSED DRUGS	ANTIBODIES	VACCINES
<p>Existing first line of defense</p> <p>Studying drugs that are already approved to treat other diseases to see if they are effective to treat COVID-19.</p> <p>Ebola HIV Malaria</p> <p>Stops Replication or Blocks Virus</p>	<p>Critical to treat this season's COVID-19</p> <p>Y-shaped proteins that stick to the virus SARS-CoV-2. These can be manufactured through recombinant technology and injected into patients to prevent or reduce infection.</p> <p>From recovered patients Animal produced Bio-Engineered from previous viruses</p> <p>Mass production</p> <p>Mass production</p>	<p>Critical to treat a seasonal COVID-19</p> <p>Vaccines mimic enough of the viral infection to trigger the body's immune response which makes antibodies against the virus.</p> <p>Sub-unit of protein shell RNA</p> <p>Sub-unit of protein shell RNA</p> <p>Patient's B cell Plasma cell</p> <p>Makes antibodies</p> <p>Makes antibodies</p>

Learn more at www.synbiobeta.com/COVID19

Рис. Б 12 [462]



COPING WITH STRESS, ANXIETY, AND SUBSTANCE USE DURING COVID-19

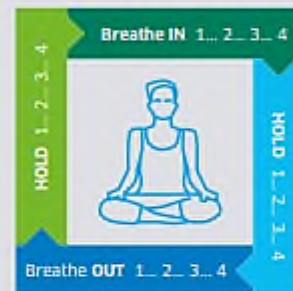
The COVID-19 pandemic has created disruptions in our lives that can cause feelings of stress and anxiety. **These feelings are normal.**

What you'll experience if you're feeling stressed or anxious

- ⦿ Fear or constant worry
- ⦿ Anger or being easily irritated
- ⦿ Difficulty sleeping
- ⦿ Difficulty concentrating
- ⦿ Struggling with decisions
- ⦿ Consuming alcohol, cannabis, or other substances more than usual

Square breathing

This simple exercise can help calm your nervous system and alleviate feelings of anxiety when you're getting overwhelmed.



When you use alcohol, cannabis, or other substances to cope or temporarily relieve stress and anxiety, it may make those feelings worse and increase the risk of developing a substance use disorder.

What you can do to cope

- 📱 **Stay active and keep yourself busy** with activities you enjoy.
- 👥 **Stay connected** with friends and family while still practising physical distancing.
- ⚖️ **Find balance** by staying informed but know when to take a break from COVID-19 news and topics.
- 💖 **Be kind to yourself**, this is a difficult time, and you're doing your best to manage a challenging situation.
- 🏃 **Take care of your body** by eating and sleeping well, exercising, and meditating.
- 🆘 **Reach out for help!** Talk to a family member or friend, and seek professional support if needed.

If you use substances

- 1 Monitor your use: pay attention to its frequency and context.
- 2 Follow *Canada's Low-Risk Alcohol Drinking Guidelines*.
- 3 Follow *Canada's Lower Risk Cannabis Use Guidelines*.
- 4 Avoid stockpiling alcohol, cannabis, and other substances.
- 5 Reach out for help if you feel your use is becoming a problem.

For more information, visit www.ccsa.ca or www.mentalhealthcommission.ca/English/covid19



Mental Health
Commission
of Canada

Commission de
la santé mentale
du Canada



Financial contribution from

Health Canada Santé Canada



Canadian Centre
on Substance Use
and Addiction

Evidence. Engagement. Impact.

Рис. Б 13 [441]

Home care for COVID-19: Guide for family and caregivers

 <p>Identify one household member to be the caregiver. The caregiver should have no high risk factors and the fewest contacts with people outside.</p>	 <p>Prepare a separate room or isolated space for the person with COVID-19 infection.</p>	 <p>Open a window(s) to improve ventilation and increase the circulation of fresh air.</p>	 <p>Do not allow visitors and try to avoid close contact (less than 1 metre) with the person with COVID-19 infection.</p>
 <p>Everyone should wear a medical mask when in the same room with the person with COVID-19 infection.</p>	 <p>Clean hands frequently using soap and water or an alcohol-based hand sanitizer.</p>	 <p>Clean and disinfect frequently touched surfaces, especially those touched by the person with COVID-19 infection.</p>	 <p>Use separate dishes, cups, eating utensils and bedding from the person with COVID-19 infection.</p>
 <p>The person with COVID-19 infection should rest, drink plenty of fluids, and eat nutritious food; continue any medication for chronic conditions.</p>	 <p>Take paracetamol/acetaminophen for fever and/or body pain according to instructions. Antibiotics are not effective against COVID-19 infection.</p>	 <p>Monitor the person with COVID-19 infection's symptoms regularly. Call your healthcare provider immediately if you see any of these danger signs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difficulty breathing • Chest pain • Confusion • Loss of speech or mobility 	



In some people there is a risk of more severe COVID-19.

High risk factors include:

- age 60 and over
- hypertension
- diabetes
- cardiac disease
- chronic lung disease
- cerebrovascular disease
- dementia
- mental disorders
- chronic kidney disease
- immunosuppression (including HIV)
- obesity
- cancer

During pregnancy, women over the age of 35, obesity, and chronic conditions are also **high risk factors**.

People who are infected with the **COVID-19 virus** and have any of these risk factors should be closely monitored by a health provider.

A pulse oximeter can be used to monitor oxygen levels.

- For people with **high risk factors**, check oxygen levels twice a day and report results to a health provider.
- Follow instructions on how to appropriately use the device.
- If the oxygen level on the screen is **less than 90%**, call for emergency help.
- If the oxygen level is **between 90-94%**, reach out to your health care provider for further guidance.
- For children, if the oxygen level is **less than 90%** plus a cough, difficulty breathing, inability to breastfeed or drink, lethargy or unconsciousness, or convulsions, call for emergency help.

Рис. Б 14 [450]

Hand-washing and Coronavirus Prevention for Children

Encourage your kids to become **HAND-WASHING SUPERHEROES!**



SING THE ABCs. Wash hands regularly, with soap and warm water*, for at least 20 seconds while singing the ABCs.



BE SURE TO WASH YOUR HANDS



After using the bathroom, sneezing, coughing or blowing your nose



Before eating meals or snacks



Immediately after coming inside from playing outdoors

KIDS WHO BALK. If your child is refusing to wash their hands, it might help to give them a small reward, such as the Hand-washing Superhero Badge.

Mark a star for each day your child practices great hand-washing skills.



**If soap and water are not available, the next best option is hand sanitizer.*



Рис. Б 15 [508]



Рис. Б 16 [395]

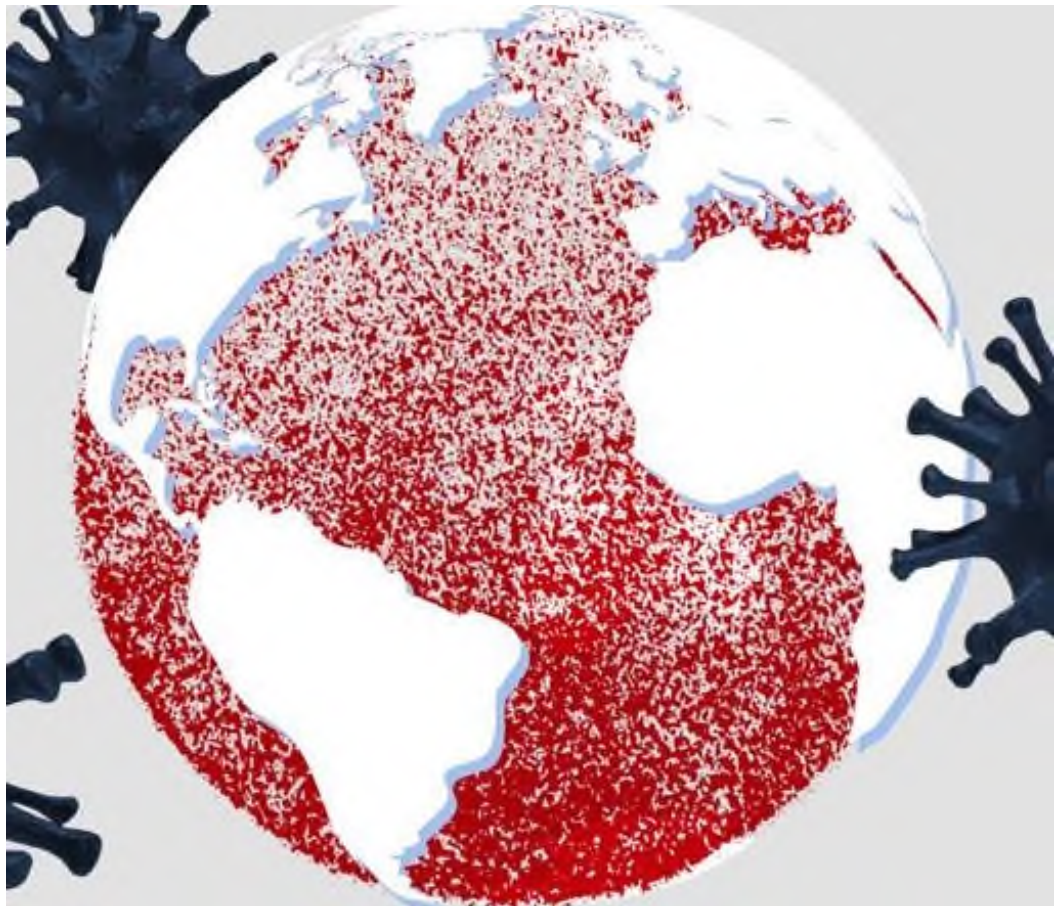


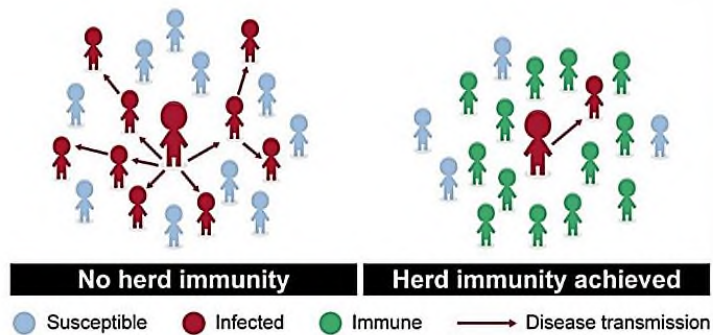
Рис. Б 17 [566]



Рис. Б 18 [491]

COVID-19 Story Tip: Herd Immunity Is a Dangerous Strategy for Fighting COVID-19, Says Johns Hopkins Expert

08/25/2020



Graphic explaining herd immunity, where immunity to a disease in a population — whether through natural infection or preferably, by widespread vaccination — reaches a high-enough percentage to stem the spread of an outbreak. Credit: Courtesy of General Services Administration and National Institutes of Health

Рис. Б 19 [506]



Рис. Б 20 [452]

HOW TO TELL THE DIFFERENCE BETWEEN FLU, RSV, COVID-19, AND THE COMMON COLD

Common symptoms may include cough, headaches, sneezing, runny nose, and congestion. Different symptoms may include:

		COLD	FLU	COVID-19	RSV
	ACHES	XX	XXX	XX	X
	DIFFICULTY BREATHING	X	X	XXX	XX
	FATIGUE	XX	XXX	XXX	X
	FEVER	X	XXX	XX	XX
	LOSS OF TASTE OR SMELL	X	X	XX	X
	SORE THROAT	XXX	XX	XXX	X
	WHEEZING	X	X	X	XXX

Legend: X (Green) Rarely, X (Yellow) Sometimes, X (Red) Often

Рис. Б 21 [533]

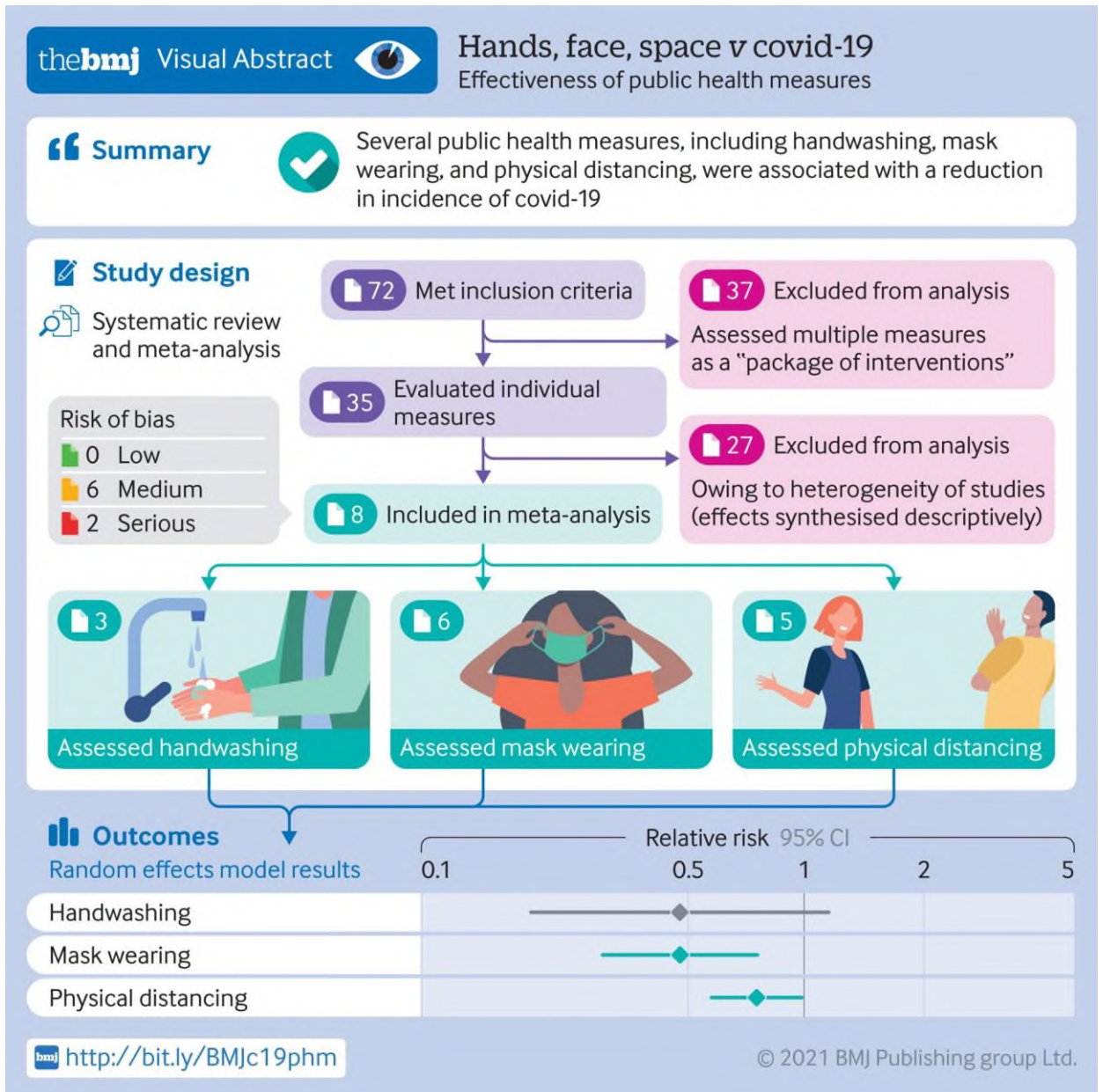


Рис. Б 22 [589]

COVID-19

Protect yourself and loved ones

Help prevent the spread of respiratory diseases like COVID-19

- + WASH YOUR HANDS**
Wash your hands with soap and warm water regularly.
- + COVER A COUGH OR SNEEZE**
Cover your cough or sneeze with your sleeve, or tissue. Dispose of tissue and wash your hands afterward.
- + DON'T TOUCH**
Avoid touching eyes, nose or mouth, especially with unwashed hands.
- + KEEP YOUR DISTANCE**
Avoid close contact with people who are sick.
- + STAY HOME**
If you experience respiratory symptoms like a cough or fever, stay home.
- + GET HELP**
If you experience symptoms of COVID-19 (cough, fever, shortness of breath), call your health care provider or local health department before seeking care.

Рис. Б 23 [591]

IS IT COVID-19 OR ALLERGIES?			
SYMPTOM		COVID-19	ALLERGIES
	FEVER OR CHILLS	✓	
	FATIGUE	✓	✓
	COUGH	✓	✓
	SORE THROAT	✓	✓
	HEADACHES	✓	✓
	RUNNY OR STUFFY NOSE	✓	✓
	SHORTNESS OF BREATH	✓	
	BODY ACHES	✓	
	LOSS OF TASTE OR SMELL	✓	
	SNEEZING	✓	✓
	ITCHY OR WATERY EYES		✓

Source: Centers for Disease Control and Prevention

Рис. Б 24 [585]

Tips to Prevent Coronavirus Transmission



Wash your hands frequently



Cough and sneeze into the elbow



Dispose of used tissues immediately



Avoid contact with others



Avoid crowds and public gatherings



Avoid touching your face



Clean all shared surfaces frequently



Avoid all nonessential travel



Call ahead before going to a clinic or hospital



Isolate yourself if sick or at risk of complications



Work from home if possible




Only wear a mask if you are sick, have COVID-19, or are caring for someone with it


Рис. Б 25 [399]

Testing for COVID-19


What happens when you get infected with SARS-CoV-2?



The virus enters the body and infection may result in COVID-19. The person may or may not have symptoms.



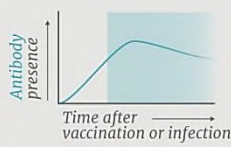


The specialised cells of the immune system help fight infection by producing **antibodies** that precisely match the invading **viral antigen**, which is a unique feature of the virus.



After the infection is cleared, protective antibodies can remain in the body to fight future infections with SARS-CoV-2.

How does testing work?

	PCR testing	Rapid lateral flow testing	Antibody testing
The test uses...	Swabs from the nose and throat	Swabs from the nose and/or throat mixed with a solution	Blood sample
The samples are tested...	...in a lab to identify the presence of SARS-CoV-2 genetic materialat home using a hand-held device to identify the presence of specific SARS-CoV-2 antigenin a lab to identify any antibodies present that match and bind to the viral antigen .
The test tells us...	...who currently has an infection.	...who currently has an infection.	...who has previously been infected with SARS-CoV-2 or made antibodies after having the COVID-19 vaccine .
The test does NOT tell us...	...about someone's immune response.	...about someone's immune response.	...whether someone is necessarily protected from future infection.
When should the test be taken?	When symptoms are present; as required for travel.	Regularly when you don't have symptoms; if you've been in close contact with someone with COVID-19; to end self-isolation; as required for travel.	After an infection has been cleared. If available and offered, after a positive PCR test; as part of a screening programme or research study.
The test result will likely be positive..	...during an active infection when the virus is in the body even if the person has no symptoms.	...during an active infection when the virus is in the body even if the person has no symptoms.	...from 7-10 days after an infection or vaccination, and for several months after.
			

Information accurate at time of publishing, January 2022.


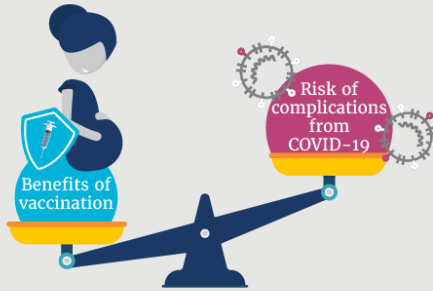

www.immunology.org

Рис. Б 26 [408]


COVID-19 vaccination in pregnancy

British Society for
immunology




COVID-19 vaccination is recommended in pregnancy. Vaccination is the best way to protect yourself and your unborn baby from the known risks of COVID-19 during pregnancy.


Risks of COVID-19 during pregnancy for you & baby

-  Pregnant COVID-19 patients are more likely to get very unwell and need intensive care in hospital.
 - > Preterm birth and stillbirth are more common if you develop COVID-19 while pregnant.
 - > Some evidence of COVID-19 infection during pregnancy increasing risk of miscarriage.

COVID-19 vaccines are effective in pregnancy

-  Very good at protecting against moderate and severe COVID-19 disease.
 - > Vaccination during pregnancy gives your baby protection against COVID-19 once they are born.

COVID-19 vaccines are safe in pregnancy

-  COVID-19 vaccines do not contain ingredients that are known to be harmful to pregnant people or to a developing baby. Ingredients do not cross the placenta or reach the baby.
 - > COVID-19 vaccination **decreases** the rate of stillbirth.
 - > COVID-19 vaccines **cannot** give you or your baby COVID-19 disease.
 - > Vaccination in pregnancy is associated with **NO increased risk** of:
 - x Miscarriage
 - x Preterm birth
 - x Stillbirth
 - x Complications at birth
 - x Congenital abnormalities
 - x Baby being born smaller than expected
 - x Baby having health problems in first six months of life

Evidence from **38 studies**, in **10 countries**, including **367,746 people** vaccinated or boosted in pregnancy

All stages of pregnancy are a clinical risk factor for COVID-19. If you are pregnant during the booster season, you will be offered a COVID-19 booster vaccine.

All references can be found in this detailed explainer by Dr Viki Male: tinyurl.com/pregnancydata

COVID-19 vaccine information from the Royal College of Obstetricians and Gynaecologists: fal.cn/3j0a9

Information updated in September 2023.

 www.immunology.org

 @britsocimm • @VikiLovesFACS



COVID-19

If you have recently traveled to China and are experiencing symptoms mentioned below, call ahead to your health care provider before seeking medical care.



What is it?

- A new respiratory virus first identified in Wuhan, China
- It has the potential to cause severe illness and pneumonia in some people

How is it spread?



Through the air by coughing and sneezing



Close personal contact, such as touching or shaking hands



Touching an object or surface with the virus on it, then touching your mouth, nose, or eyes

Who is at risk?



Travelers to and from certain areas are at increased risk as are the close contacts of those who are ill



Current risk to the general public is low



See travel guidance from the Centers for Disease Control and Prevention www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/travelers/index.html

What are the symptoms?

Illnesses can be mild, or in some cases be severe enough to require hospitalization. Symptoms of this respiratory illness primarily include:



Fever



Cough



Shortness of Breath

How is it prevented?

Similar to prevention of other respiratory illnesses, including the flu:

- **Wash hands** often
- **Avoid touching** eyes, nose, or mouth with unwashed hands
- **Avoid contact** with sick people
- **Stay home** while you are sick; avoid others
- **Cover mouth/nose** with a tissue or sleeve when coughing or sneezing



Visit scdhec.gov/COVID19 for more information.

CR-012890 1/20

Рис. Б 28 [518]



Рис. Б 29 [588]

‘Is it dangerous?’: Considerations on COVID-19 reopening precautions



Рис. Б 30 [619]

АНАЛІЗОВАНІ ЗРАЗКИ

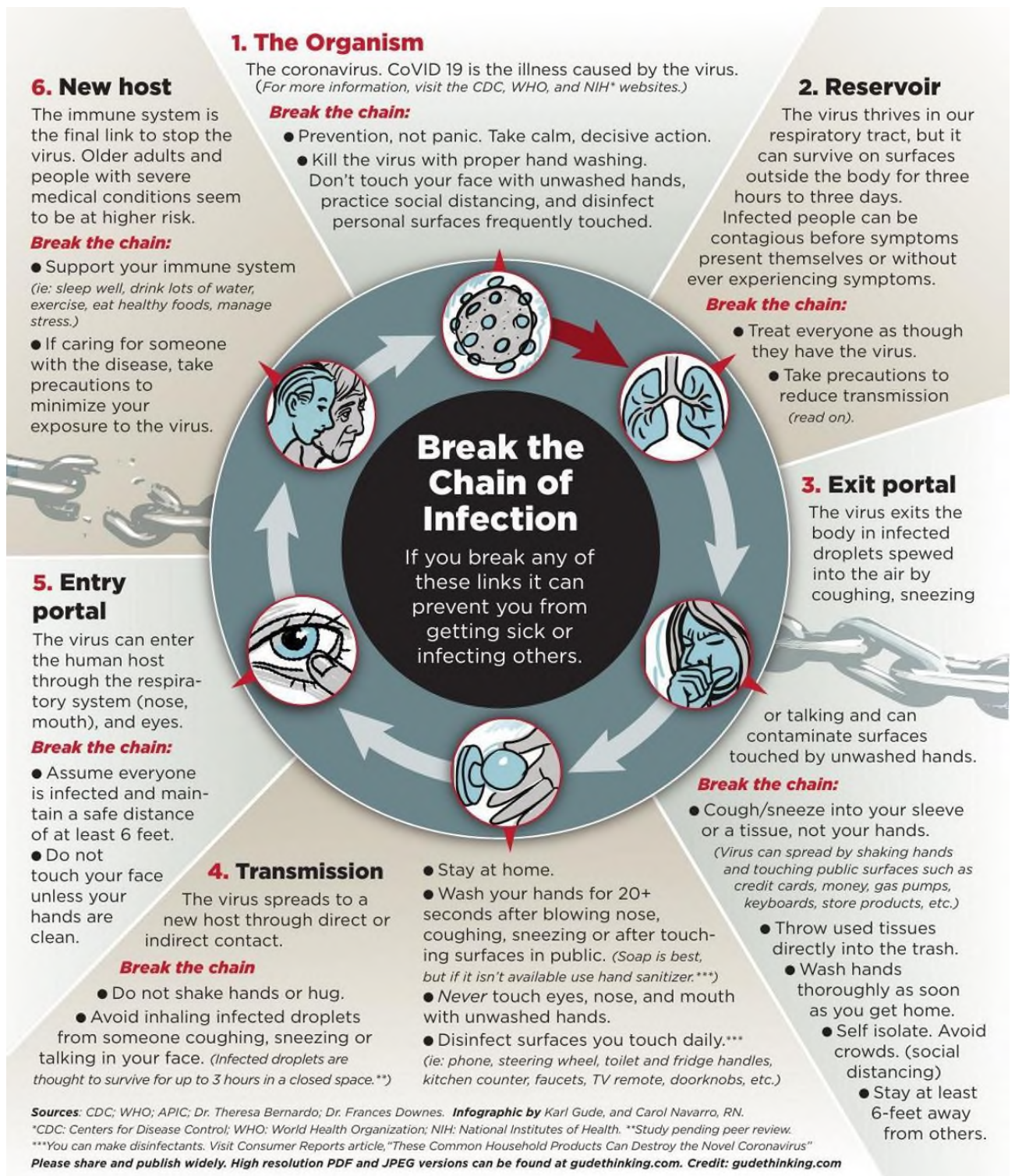



Рис. В 1 [447]

CORONAVIRUS


FACTS, RESPONSE, PREVENTION

Coronaviruses are a large family of viruses that cause respiratory illness ranging from the common cold to more severe respiratory diseases like bronchitis or pneumonia. Animal hosts infect humans with the virus. It can then spread from person to person.




COVID-19 SYMPTOMS
Can Appear After 2 to 14 Days


CORONAVIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)
The 2019 strain is the 7th human coronavirus and the cause of coronavirus disease 2019 (COVID-19). The virus is closely related to those that have caused past outbreaks. All have their origins in bats. They spread through respiratory droplets.



FEVER & FATIGUE



COUGH +/- CONGESTION



TROUBLE BREATHING




STOPPING COMMUNITY SPREAD

ORIGINS OF COVID-19
COVID-19 originated in December 2019 in Wuhan, China. As of March 2020, the number of confirmed cases globally exceeded 93,000.

COVID-19 IN NEW YORK STATE
COVID-19 is in New York State. The spread of the virus has been predominantly through travel to high-risk areas. However, the State has moved to combat the ongoing person-to-person, or community spread, of COVID-19.

NEW YORK STATE IS PREPARED


- Active Screening & Tracking
- \$40M to Fund Statewide Response
- No-Cost Testing for COVID-19



Wash Your Hands
20 SEC




Avoid Contact With/When Sick




Avoid Touching Your Face


STOP THE SPREAD OF CORONAVIRUS



If You're Sick, Stay Home!



Keep Surfaces Clean



Cover Coughs & Sneezes

80%

Experience mild to moderate symptoms.

14%

Experience severe respiratory diseases (pneumonia or bronchitis)

↓ RISK

General Public Youth & Children (≤18)

↑ RISK

Recent Travel to Affected Areas
Ages 60+
Pre-Existing Conditions
Pregnant Women
Contact With Infected

A World Health Organization assessment of 44,000 cases in China has given the U.S. and New York State valuable insights about COVID-19.

LINKS, RESOURCES & DATA

NYS Department of Health
Novel Coronavirus (COVID-19)
health.ny.gov

U.S. Centers for Disease Control
Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Situation Summary
cdc.gov/coronavirus/2019-nCoV

World Health Organization
Coronavirus disease (COVID-19) outbreak
who.int/emergencies

New York State COVID-19 Hotline 1-800-364-3065

Johns Hopkins Medicine
Coronavirus (COVID-19)
hopkinsmedicine.org/coronavirus

NYSenate.GOV






Рис. В 2 [578]

COVID-19 VACCINATION

Protect Yourself & The Community






COVID-19 VACCINES ARE SAFE AND EFFECTIVE
All COVID-19 vaccines have to undergo rigorous testing as follows:


3 phases of clinical trials

Approval process of **Stringent Regulatory Authorities**
National drug regulation authority which is considered by the WHO to apply stringent standards for quality, safety and efficacy in its process of regulatory review of drugs and vaccines for marketing authorisation.


COVID-19 VACCINATION SAVES LIVES
Vaccination **reduces the risks** of infection, especially severe infection that leads to hospitalisation.

 This will help keep our hospitals and healthcare facilities from being overwhelmed.


Vaccinated people are probably **less likely to transmit** COVID-19.



Enough vaccinated people can **reduce the spread**.




The **community will be safer**, especially for those who cannot be vaccinated.




Vaccination can contribute to a **safe & gradual reopening of the economy & society**.

While **vaccination is voluntary**, all who are medically eligible are **encouraged to be vaccinated**.

Millions of people have been vaccinated. Reports of serious side effects have been very rare and no long term complications reported.







Seek **facts**, backed by research and data, published by credible health care providers and organisations. Avoid spreading misinformation.

WHO
ECDC
CDC

If you have any questions or doubts about COVID-19 vaccination, reach out to your trusted doctors and health providers for clarification.



Be aware of scams pretending to provide COVID-19 vaccines. Only participate in vaccination programmes authorised by your local health authorities.



DISCLAIMER: This infographic has been developed for educational purposes only. It is not a substitute for professional medical advice. Should you have questions or concerns about any topic described here, please consult your medical professional.

Version 1, January 2021
© Copyright 2021 AEA International Holdings Pte. Ltd. All rights reserved.

Рис. В 3 [448]

CORONAVIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)

WHAT YOU NEED TO KNOW It is caused by a new virus SARS-Cov-2; the situation is evolving.

TRANSMISSION

- Mainly spreads **between people in close contact**. Infected people **expel droplets** when they talk, cough, sing, sneeze, or breathe heavily. These may enter your eyes / nose / mouth.
- People may **inhale** infected droplets. Risk is higher in indoor spaces with inadequate ventilation (airborne transmission).
- Touching **contaminated objects** puts infected droplets onto your hands which can enter your nose / eyes / mouth.
- Infected people with **minimal or no symptoms** may spread COVID-19.



SYMPTOMS Some people may not have any symptoms yet can spread the infection.



Most cases are **MILD**, but some are **SEVERE** and can be fatal.

If you have been exposed or develop symptoms, **follow local procedures** for testing, quarantine / self-isolation / seeking medical care.



TESTING: Tests are done in specialised labs. Results may get delayed. Isolate yourself while waiting for test results.



PREVENTION



Vaccination: If you are eligible, get a COVID-19 vaccine as soon as it's available to you. Follow the guidelines from your local health authorities.



Reduce transmission, avoid potential exposure and maintain personal hygiene:

- Wear a face mask whenever required to, especially when in public places.
- Keep 1-2 metres away from others, even if they appear well, and avoid direct contact with them.
- Cover your coughs and sneezes. Use your elbow or a tissue.
- Wash your hands frequently. Carry hand sanitiser for use when soap and water are not readily available.
- Avoid crowded areas, ensure adequate ventilation in enclosed spaces.
- Minimise gatherings with friends and family.
- Avoid hugging, shaking hands and kissing when greeting others.
- Avoid touching your face, especially if you have touched objects handled by many people.
- If you have symptoms, even if mild, stay home and seek medical advice.
- Avoid visiting hospitals and other medical facilities unless you need medical care.

TREATMENT: There is no specific treatment yet. Several trials are ongoing. Supportive care helps relieve symptoms.



Keep up to date with news and information from the International SOS dedicated website: <https://pandemic.internationalsos.com/2019-ncov>

This infographic has been developed for educational purposes only and is correct at the time of publication. It is not a substitute for professional medical advice. Should you have any questions or concerns about any topic in the infographic, please consult your medical professional.

© 2021 AEA International Holdings Pte. Ltd. All rights reserved.
16/6/2021 - version 10.0

Scan the QR code to watch the COVID-19 Top 10 Preventative Measures video or go to <https://www.internationalsos.com/2019-ncov>



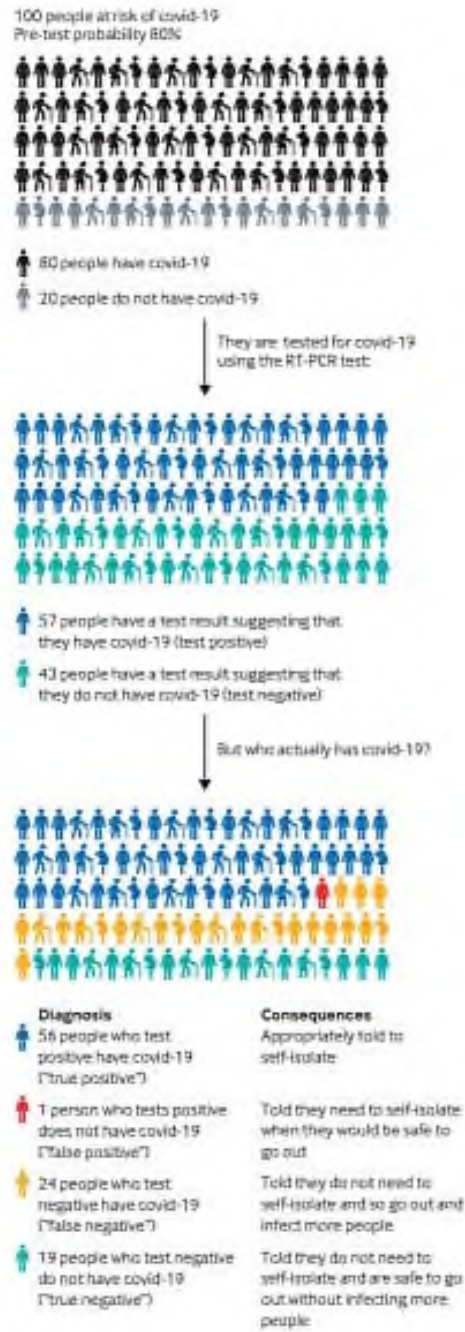



Fig 2 Infographic showing outcomes of 100 people who are tested for covid-19

Рис. В 5 [497]

DEAF & HARD OF HEARING INFO - CORONAVIRUS


▶ Commonwealth of Massachusetts
<https://mass.gov/covid19>
 ▶ Executive Office of Health & Human Services
<https://mass.gov/eohhs>
 call: Dial 211
 ▶ Massachusetts Commission for the Deaf and Hard of Hearing
<https://mass.gov/mcdhh>
 email: MCDsafety@mass.gov



PREVENTING ILLNESS



GET MEDICAL HELP



PREFERRED METHOD OF COMMUNICATION



QUICK COMMUNICATION

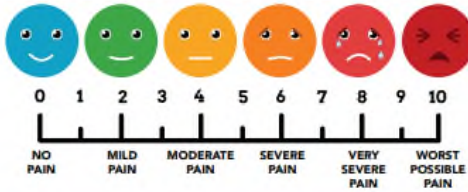


TIPS FOR HEALTH PROVIDER


- ▶ Get the person's attention and make eye contact
- ▶ Repeat, rephrase, or write down your request
- ▶ Ask and/or indicate before touching the person
- ▶ Ask the person their preferred method of communication
- ▶ Minimize the number of people interacting with the patient
- ▶ Know that hearing aids/cochlear implants may improve hearing, but a person may still benefit from an assistive listening device and still may not understand all that you say.

Рис. В 6 [131]


HOW DO YOU FEEL?




HOW LONG HAVE YOU HAD SYMPTOMS?



SITUATION, HISTORY & SYMPTOMS



TREATMENT & CARE



▶ DEVELOPED BY THE MASSACHUSETTS COMMISSION FOR THE DEAF AND HARD OF HEARING ▶ [HTTPS://MASS.GOV](https://mass.gov)

Some elements of this tool were used with permission by the Wisconsin Council on Disabilities. March 2020

Рис. В 7 [520]

COVID-19 Communication Card

This card will help us communicate.

- I am deaf or hard of hearing.
- I feel more comfortable communicating in a language other than English.

The best way(s) to communicate with me include:



Gestures



Google Translate, typing, or real-time captioning



Interpreter



Lip reading



Assistive listening device



Writing

Tips to stay healthy:



Stay up to date with COVID-19 vaccines and booster doses. Go to [vaccines.gov](https://www.vaccines.gov) or call 211 to find a COVID-19 vaccine or booster near you.



Get tested for COVID-19 if you have symptoms or 5 full days after you were around someone with COVID-19. Stay home if you test positive.



Wear a mask if you were exposed or diagnosed with COVID-19 or are in a county with a high COVID-19 Community Level.

Do you have any of these symptoms?



Fever



Cough



Sore throat



Muscle or body aches



Nausea or vomiting



Trouble breathing



Diarrhea



Headache



Fatigue

How many days ago did you start to feel sick?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10+

I do not feel sick right now.

Have you recently been around someone who has COVID-19?



Yes



No



For more information about COVID-19 in Wisconsin, visit: www.dhs.wi.gov/covid-19.htm





WISCONSIN DEPARTMENT
of HEALTH SERVICES

P-02629 (11/2022)

2763 or
www1.dhs.wi.gov

Рис. В 8 [428]

5 things to do in your workplace: COVID-19

There are a number of practical steps employers can take to manage the risk of exposure to COVID-19 at the workplace. You must take action, it's the law.

No matter what type of work your business carries out, these steps will help to identify all you can reasonably do to protect the health and safety of workers and others at your workplace.



1. Talk to your workers

Everyone is being bombarded with information. Your workers may be confused or concerned about what they hear. Stay across authoritative sources and provide information to workers about the measures you are planning to take to minimise the risk of exposure to COVID-19 at the workplace. And remember, consulting workers is a must. For more information, read the [Model Code of Practice on work health and safety consultation, cooperation and coordination](#) at [swa.gov.au](#).



2. Think about your workplace

Nominate a person or team to dedicate their time to infection control. Work with them to take a close look at the work environment, find potential areas of risk and come up with a plan to address them. Think about how you will keep high-touch surfaces clean and how you will put in additional hygiene measures such as hand-sanitizing stations.

You should also review your existing policies and practices. Can people work from home if necessary and do they have a safe environment to do so? Have you briefed your workers about the symptoms of COVID-19 and what to do if they are unwell?

Issues will vary for every workplace but to eliminate or minimise risks to health and safety look at your existing protocols. You can't find - and fix - breakdowns if you don't look for them.



3. Train your workers

The basics of keeping viral infections out of the workplace are well known: Wash your hands thoroughly and often. Cover your coughs and sneezes. Observe rules for social distancing. Clean and disinfect high-touch surfaces regularly. Stay home if you are sick. These things are straightforward, but we know that people don't always do them enough. Make sure your workers know how to comply with hygiene guidance in their day-to-day activities by providing training.

Designate members of your infection prevention team to teach their colleagues the proper procedures. Correct handwashing protocol, for instance, is easy to learn. The [Department of Health](#) has instructive posters and videos on their website.



4. Review control measures

Be vigilant with health and safety. Ask your infection prevention team and all workers, to keep a close eye on compliance and report any concerns. Continue to review the situation. Are there any obvious breakdowns? Is there anything you missed? Is your plan working? This will enable you to implement further controls as you go along and make further improvements.



5. Future proof

The pandemic situation is rapidly evolving. By looking ahead you can start to plan for what you will do if you need to close the doors for a period of time or need to require your workers to work from home.

- > Do you have a plan to ensure business continuity?
- > Do you know what to do if a staff member or one of their close relatives is found to have COVID-19 symptoms?
- > If this were to happen, do you know how to disinfect affected workspaces?
- > Do you have a protocol in place to reopen your workplace after a potential quarantine?

You may not end up needing these protocols, but it's better to think ahead.



UNDERSTANDING COVID-19

A novel coronavirus has caused an outbreak of respiratory illness that the World Health Organization named COVID-19 in February 2020. The disease has led to millions of cases around the world.



COVID-19 is spread by **CLOSE PERSON-TO-PERSON CONTACT** through respiratory droplets from speaking, coughing or sneezing.



SYMPTOMS MAY APPEAR 2 TO 14 DAYS AFTER EXPOSURE TO THE VIRUS THAT CAUSES COVID-19. A person does not have to have symptoms to spread the virus.



COVID-19 **CAN ONLY BE DIAGNOSED** with a laboratory test.

SYMPTOMS OF COVID-19 INCLUDE



HEADACHE



COUGH



SORE THROAT



FEVER OR CHILLS



SHORTNESS OF BREATH OR DIFFICULTY BREATHING



NEW LOSS OF TASTE OR SMELL



DIARRHEA

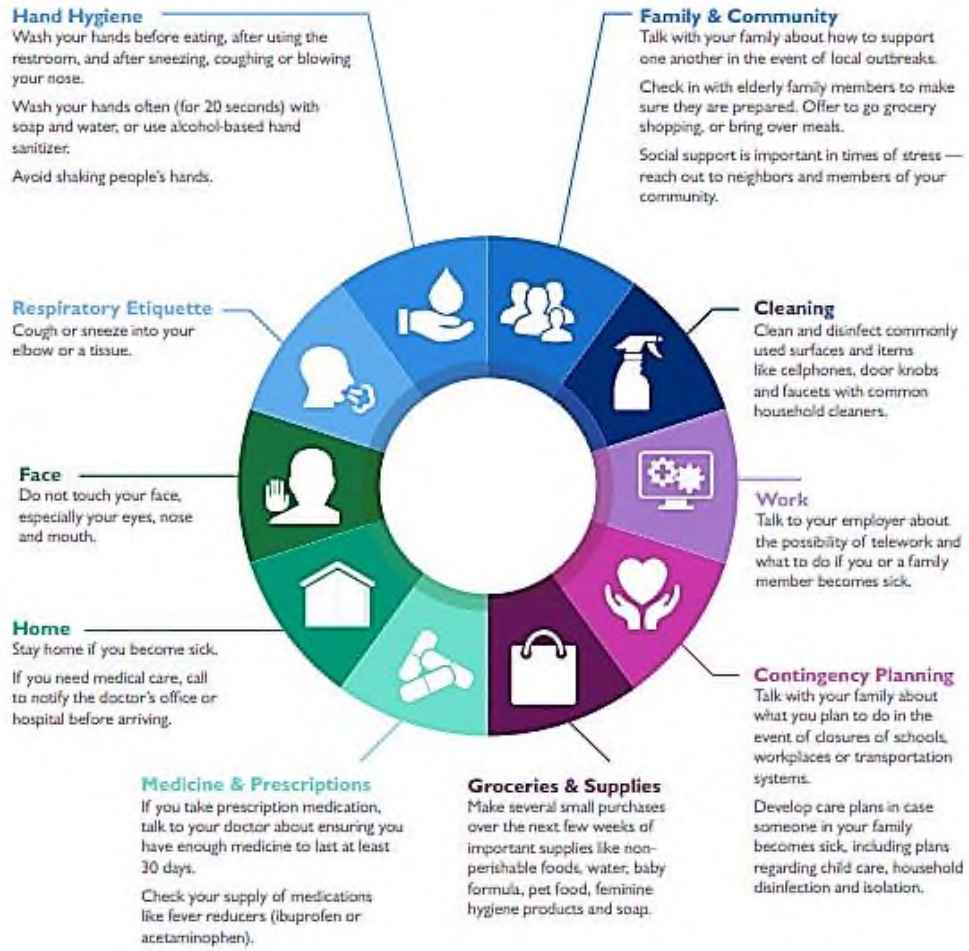


MUSCLE OR BODY ACHES

In rare cases, it can lead to severe respiratory problems, kidney failure or death.


Рис. В 10 [507]

COVID-19 PERSONAL PREPAREDNESS



JOHNS HOPKINS
UNIVERSITY & MEDICINE

Рис. В 11 [507]











State of Illinois
Illinois Department of Public Health

COVID-19

Social Distancing

Social distancing actions are taken to restrict when and where people can gather to stop or slow the spread of coronavirus disease (COVID-19) or other infectious diseases in communities. Social distancing actions include prohibiting groups of people coming together, closings buildings and cancelling events.

Protect yourself and your community	Change your daily habits
<p>Wash your hands often with soap and water for at least 20 seconds, especially after going to the bathroom, before eating, and after blowing your nose, coughing or sneezing. If you don't have soap or water, use an alcohol-based hand sanitizer with at least 60 percent alcohol. Avoid close contact with people who are sick and stay home when you're sick.</p> 	<p>Avoid shopping at peak hours and take advantage of delivery or pick-up services with retailers.</p> 
Universities and colleges	Work with your employer
<p>Implement web-based learning and cancel campus meetings and gatherings.</p> 	<p>Cooperate with leadership to change company practices, set up flexible shift plans, have employees telecommute, and cancel large meetings or conferences.</p> 
Public transit	Keep at least six feet between you and others.
<p>Avoid public transit, if possible, and travel only when necessary.</p> 	<p>Avoid shaking hands as a social greeting.</p> 
Crowded places	
<p>Avoid crowded places. Gatherings are limited to no more than 10 people.</p> 	



Questions about COVID-19?
 Call 1-800-889-3931 or email dph.sick@illinois.gov
 Illinois Department of Public Health - www.dph.illinois.gov

Printed by Authority of the State of Illinois • 3/24/20 100 20-673 400

Рис. В 12 [482]

10 things you can do to manage your COVID-19 symptoms at home

Accessible Version: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/if-you-are-sick/steps-when-sick.html>

If you have possible or confirmed COVID-19:

- 1. Stay home** from work and school. And stay away from other public places. If you must go out, avoid using any kind of public transportation, ridesharing, or taxis.


- 2. Monitor your symptoms** carefully. If your symptoms get worse, call your healthcare provider immediately.


- 3. Get rest and stay hydrated.**


- 4.** If you have a medical appointment, **call the healthcare provider** ahead of time and tell them that you have or may have COVID-19.


- 5.** For medical emergencies, call 911 and **notify the dispatch personnel** that you have or may have COVID-19.


- 6. Cover your cough and sneezes** with a tissue or use the inside of your elbow.


- 7. Wash your hands often** with soap and water for at least 20 seconds or clean your hands with an alcohol-based hand sanitizer that contains at least 60% alcohol.


- 8.** As much as possible, **stay** in a specific room and **away from other people** in your home. Also, you should use a separate bathroom, if available. If you need to be around other people in or outside of the home, wear a mask.


- 9. Avoid sharing personal items** with other people in your household, like dishes, towels, and bedding.


- 10. Clean all surfaces** that are touched often, like counters, tabletops, and doorknobs. Use household cleaning sprays or wipes according to the label instructions.





15111222A 01/01/2022

cdc.gov/coronavirus

Рис. В 13 [415]

EUROPOL
THE NEW NORMAL
AFTER COVID-19
A SAFETY GUIDE

You can go outside again. Criminals can too.

- Avoid sharing your location on social media
- Protect your home against burglaries
- Lock your doors and windows
- Keep valuables out of sight
- Face masks
- COVID-19 test kits
- COVID-19 vaccines

Protection is a must, spot the scams!

Still spending plenty of time online?

- Watch out for phishing and malware attacks
- Use safe online video conferencing solutions
- Back up your data and keep software updated
- Use strong passwords
- Avoid spreading misinformation

Still teleworking?

- Only access company data with corporate equipment
- Stay alert and keep applying good practices

OUT AND ABOUT CHILDREN'S SAFETY: A PRIORITY

- Take the time to discuss the rules of the new normal
- Talk about online and offline safety
- Encourage using devices in communal areas of the home
- Stay alert for signs of distress

WHEN AT HOME PROTECT YOUR FINANCES

Watch out for too-good-to-be-true deals!

- Investment bargains and loans
- Cheap offers for goods and services
- Suspicious job opportunities

Goodbye cash Hello online payments

- Use secure connections for online transactions
- Deal with reputable websites only
- Use credit cards for online shopping

Acquiring cryptocurrency?

- Buy it directly and avoid investment schemes
- Choose a reputable exchange
- Consider storing it in a hardware wallet

Рис. В 14 [442]

State of Illinois
Illinois Department of Public Health

COVID-19 Protecting Each Other

My Mask Protects You, Your Mask Protects Me.

COVID-19 can spread between people in close proximity – speaking, coughing, or sneezing – even if they are not exhibiting symptoms.
A simple cloth face covering can help slow transmission of the virus.

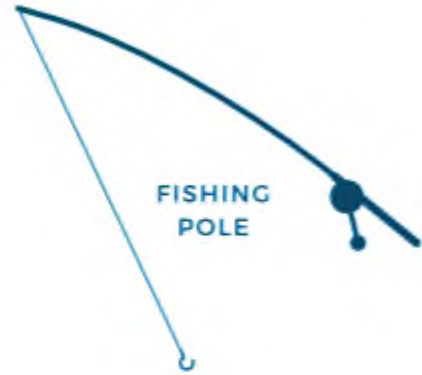
Carrier Status	Recipient Status	Infection Risk
COVID-19 Carrier with or without Symptoms (No Mask)	Recipient (No Mask)	High
COVID-19 Carrier with or without Symptoms (Mask)	Recipient (No Mask)	Moderate
COVID-19 Carrier with or without Symptoms (Mask)	Recipient (Mask)	Low

Cloth face coverings/masks do not replace social distancing, practicing frequent hand cleaning, and staying home when sick.

Рис. В 15 [481]

THANK YOU FOR PHYSICAL DISTANCING

Physical distancing is maintaining 6 feet around yourself at all times. These physical distance hints may put things in perspective.



SEVEN BRATS



FIVE CHEESEHEADS



TWO ADULT LABS



TWO SHOPPING CARTS



Thank you for caring about your community.



WISCONSIN DEPARTMENT
of HEALTH SERVICES
P-02673B (06/2020)

Рис. В 16 [617]

Please read before entering.

IF YOU HAVE



Please call our office before coming inside.
Clinic Phone # _____

The clinic staff may ask you to wear a mask or use tissues to cover your cough.

Thank you for helping us keep our patients and staff safe.



03/2024 8/11/24

cdc.gov/coronavirus

Рис. В 17 [414]

What should I do to prevent catching and spreading the virus?



Wash hands frequently with soap and water or use a sanitiser gel



Catch coughs and sneezes with **disposable tissues**



Throw away used tissues (then wash hands)



If you don't have a tissue **use your sleeve**



Avoid touching your eyes, nose and mouth with unwashed hands



Avoid close contact with people who are unwell

Source: NHS



Рис. В 18 [403]

Are you caring for children under the age of 5?

During the **COVID-19 pandemic**, it's more important than ever to protect children from flu.

Children under 5 years old are at greater risk of severe disease or complications following infection with influenza, such as hospitalization and, more rarely, death.

Ask your healthcare provider whether a flu vaccine is right for your child.



If you suspect flu or if a child has any of these symptoms, **seek immediate medical care:**

High fever 	Rapid breathing 	Blue lips 
Chest pain 	Severe muscle pain 	Severe vomiting 
Dehydration 	Not interacting when awake 	Unable to drink or breastfeed 
Lethargy 	Seizures 	



Because the flu vaccine doesn't protect you from **COVID-19**, follow these precautions:

						
Clean your hands frequently	Keep at least 1 metre distance from others	Wear a mask when 1 metre distance from others is not possible	Cough or sneeze into a bent elbow or a tissue	Avoid touching your eyes, nose and mouth	Avoid crowded public gatherings or activities	Open window

For more information visit www.who.int

Рис. В 19 [613]

SYMPTOMS OF COVID-19



FEVER OVER 100.4 DEGREES



COUGH OR SORE THROAT



NEW SHORTNESS OF BREATH



CHILLS



NEW MUSCLE PAIN



NEW LOSS OF TASTE OR SMELL



NAUSEA/ VOMITING



DIARRHEA



NEW HEADACHE/ EXCESSIVE FATIGUE



CONGESTION/ RUNNY NOSE

FACTS. . .
OVER FEAR
COVID-19

THE BEST WAYS TO PROTECT YOURSELF



Stay at least 6 feet away from others.



If you feel sick, stay home and contact your health care provider.



Do not touch your face without washing your hands first.

Рис. В 20 [507]

Wear a mask or face covering

Always wear a mask or face covering when you're in public – even outdoors. You could have COVID-19, have no symptoms, and still infect other people. Masks can help prevent the spread of the virus. Masks protect other people.



Wash your hands before putting your mask on and after taking it off. Don't touch the front of the mask. Handle it only by the ear loops or ties.



Cover your nose and mouth with the mask. Pull the bottom down under your chin. Adjust it until it fits snugly against the sides of your face. Your mask should not restrict breathing.



Remember, your mask must cover your nose and mouth at all times.

For more, visit: mass.gov/MaskUp

Massachusetts Department of Public Health

11/20/2020

Рис. В 21 [514]



Рис. В 22 [458]

Symptoms of Coronavirus (COVID-19)

Know the symptoms of COVID-19, which can include the following:



Symptoms can range from mild to severe illness, and appear 2–14 days after you are exposed to the virus that causes COVID-19.

**Seek medical care immediately if someone has
Emergency Warning Signs of COVID-19**

- Trouble breathing
- Persistent pain or pressure in the chest
- New confusion
- Inability to wake or stay awake
- Bluish lips or face

This list is not all possible symptoms. Please call your healthcare provider for any other symptoms that are severe or concerning to you.



Centers for Disease Control and Prevention
National Center for Emerging and Zoonotic Infectious Diseases

cdc.gov/coronavirus

Рис. В 23 [415]

CORONAVIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)

LOOKING AFTER YOUR WELLBEING

Dealing with COVID-19 pandemic can be very stressful.

COVID-19 STRESSORS

COVID-19 stressors can vary among people. Some include:

- Dealing with a rapidly changing situation
- Fear of sickness and isolation
- The need to take precautions - stay home, work from home, practise physical distancing, etc.
- Loneliness
- Loss of income
- Shortage of essential items



STRESS SYMPTOMS

Physical symptoms:



- Tense or aching muscles
- Headache
- Sleep disturbances
- Digestive disturbance - nausea, constipation or lack of appetite
- Rapid heartbeat

Emotional symptoms:



- Lack of concentration
- Nervousness or anxiety



Increased anger or aggression



Irritability



Sadness

COPING WITH STRESS DURING COVID-19

Things you can do to reduce stress:

- Take breaks from listening to, watching or reading about COVID-19, including checking social media.
- Focus on the facts of COVID-19 and understand the risk to yourself and those you care about.
- Separate facts from rumours. Gather information from reliable sources.
- Keep yourself in the best possible health. Sleep well, eat healthy, and be physically active.
- Practise positive thinking.
- Plan your day, prioritise tasks. Feel good about the decisions you make.
- Engage in activities you enjoy - keep yourself stimulated and entertained.
- Talk to people you trust, share your concerns and feelings.



If stress continues to hamper your daily activities, **talk to a doctor.**

Stop the Spread of Germs

Help prevent the spread of respiratory diseases like COVID-19.



Stay at least 6 feet (about 2 arms' length) from other people.



Cover your cough or sneeze with a tissue, then throw the tissue in the trash and wash your hands.



When in public, wear a mask over your nose and mouth.



Do not touch your eyes, nose, and mouth.



Clean and disinfect frequently touched objects and surfaces.



Stay home when you are sick, except to get medical care.



Wash your hands often with soap and water for at least 20 seconds.



cdc.gov/coronavirus

© 2020 U.S. Department of Health and Human Services

Рис. В 25 [414]

How to stick together, by staying apart



Stay at home
no unnecessary journeys
or social contact



Only leave home for
essential shopping
or **medical needs**



Or **exercise once a day**



Or **travelling to work if**
absolutely necessary



Public gatherings of
more than two people are banned -
excluding people you live with



Police may be able to fine you
if you don't follow the rules

PHYSICAL DISTANCING, EXPLAINED

Physical distancing can help slow the spread of coronavirus and keep high-risk populations safe.

PHYSICAL DISTANCING = LIMITING CLOSE CONTACT



REDUCE UNNECESSARY TRIPS



PRACTICE GOOD HYGIENE WHILE IN PUBLIC



FRESH AIR & EXERCISE = IMPORTANT!



healthfeed.uofuhealth.org

Updated: 03/20/20




Рис. В 27 [475]


SOCIAL DISTANCING

— What everyone can do to stop COVID-19. —


✘ Hold off activities, meetings, conferences, demonstrations, large gatherings, including friendly get-togethers.



✘ Getting up-close with each other is a no-no.



✘ Avoid contact with high-touch, shared surfaces like a handrail, doorknob, elevator button, etc.




✘ Avoid mingling, jostling in a packed crowd, or in a confined public venue like a movie theatre, big store, pub (bar), boxing stadium, etc.




✔ Get in touch with friends or colleagues virtually, and work from home via your mobile phone, PC, or laptop.



✔ Keep a distance of at least 6 feet or 2 metres from other people.



✔ Wash hands with water and soap, lathering up thoroughly, or rub hands with 70% alcohol gel.



✔ Stay home, hunker down, and get creative with self-entertainment like watching favourite DVDs, cooking, reading, gardening, housecleaning, decluttering, etc.



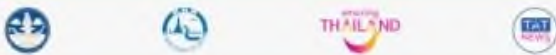


Рис. В 28 [571]

Keep physical distancing and **BE COVIDSAFE**



Physical distancing is working to help keep us all COVIDSafe. Remember, whenever you go out, stay 1.5 metres apart and avoid physical greetings. Follow guidelines in shops and businesses and always practise good hygiene. This will help stop the spread of coronavirus.

Together, let's **BE COVIDSAFE**. Visit [health.gov.au](https://www.health.gov.au) for more information.

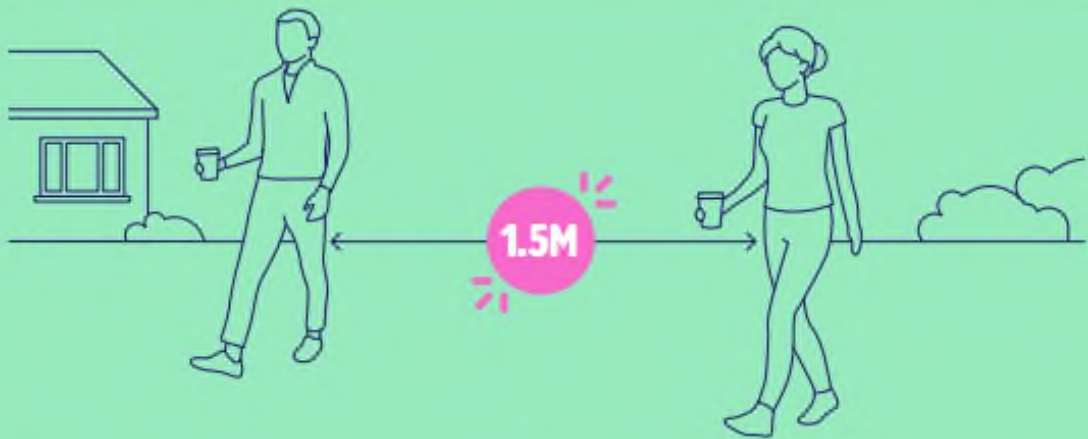


Рис. В 29 [472]

PUBLIC HEALTH
Prevent • Promote • Protect
BOSTON DEPARTMENT OF HEALTH SERVICES

Physical Distancing

What Does 6 Feet Look Like Anyway?

Physical distancing practices refer to the 6 foot rule; that is, keeping 6 feet between you and other people to avoid spreading the virus.
But what does 6 feet really look like anyway?



 <p>One full size mattress</p>	 <p>One standard bicycle</p>		
 <p>One pool floatie</p>	 <p>Five bowling pins</p>	 <p>One standard refrigerator</p>	 <p>Ryan Reynolds</p>
 <p>One weightlifting barbell</p>	 <p>Two dueling lightsabers</p>		

FIG. B 30 [544]

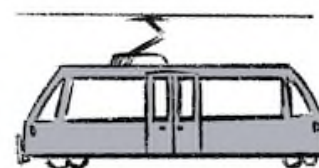
5 tips to keep your social distance

- 1** In a supermarket queue, take a step or two back from the person in front of you.



- 2** Keep chatting to people, but do so from 1.5 metres away.

- 3** On public transport, try to avoid crowds, and keep two seats between you and others.



- 4** In taxis or ride shares, sit in the back seat.

- 5** When jogging, walking or cycling in the park, avoid doing so in large groups and keep distance between you and the others.



Рис. В 31 [617]

MEASURING 6 FT. OF DISTANCE (FOR MICHIGANDERS)

Easy measurements to determine whether you're standing far enough from people or if you need a little more space.



14 cans of pop



5 large pizzas



1.5 golf bags



2.5 walleye

20.5 hands of euchre



1.75 orange construction barrels



7.25 robins

beaumont.org/distancing

Beaumont

Рис. В 32 [617]

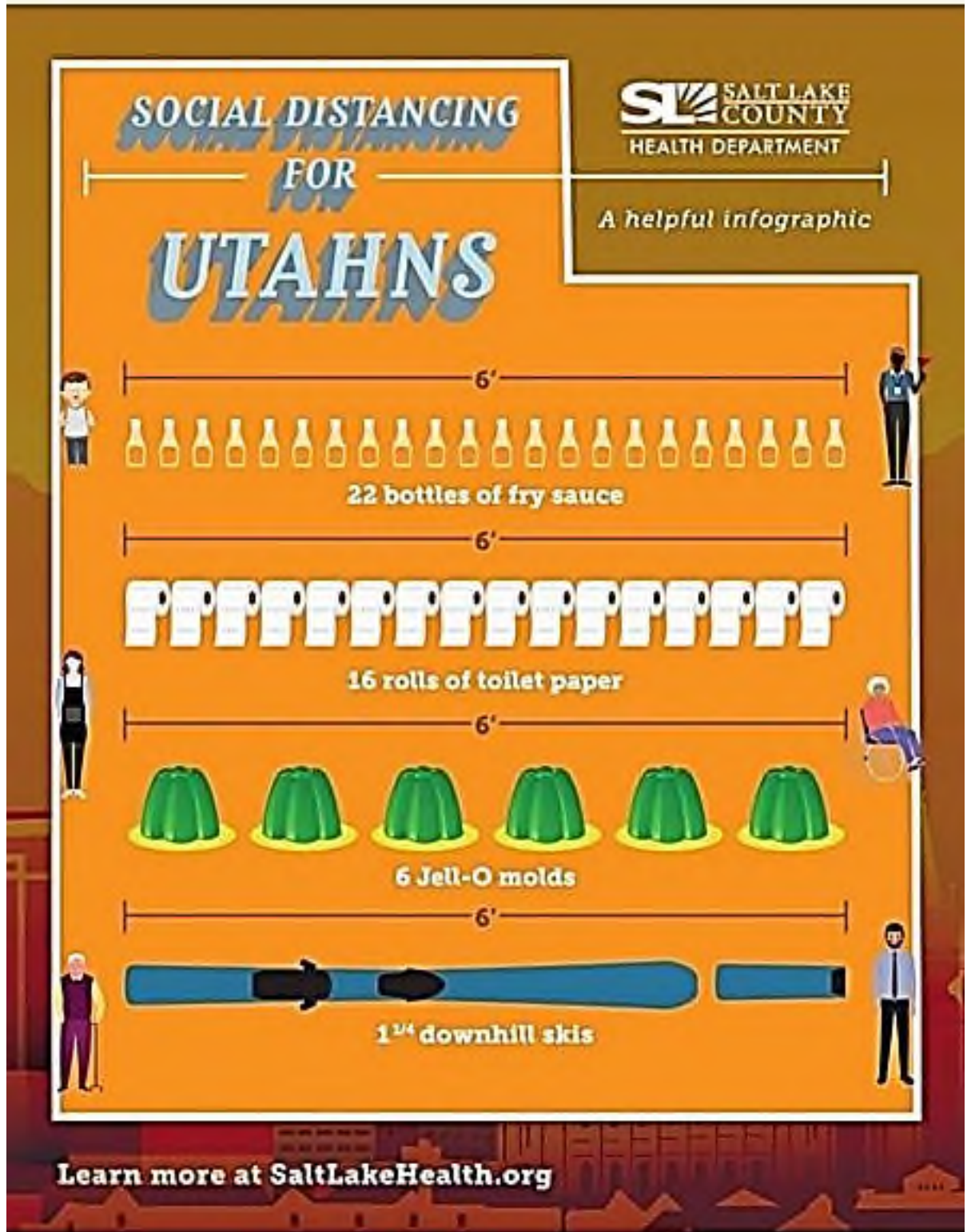


Рис. В 33 [475]