

6. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – 5-е изд., испр. и доп. – Назрань : ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
7. Маджаева С. И. Вербализация концепта «врач» – лингвокультурный и когнитивный аспекты / С. И. Маджаева // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 24 (95), вып. 8. – С. 152–156.
8. Словарь социолингвистических терминов / отв. ред.: д-р филол. наук В. Ю. Михальченко. – М. : Российская академия наук. Институт языкознания, Российская Академия лингвистических наук, 2006. – 312 с.
9. Соломатина Т. Ю. Приемный покой / Т. Ю. Соломатина. – Режим доступа: <https://knigov.ru/proza/sovremennaya-proza/6175-solomatina-tatyana-yurevna-priemnyi-pokoi/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
10. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет / Н. И. Формановская. – М. : ИКАР, 2005. – 250 с.

References

1. Azimov Je. G., Shhukin A. N. Novyj slovar' metodicheskikh terminov i ponjatij (teorija i praktika obuchenija jazykam). M. : IKAR, 2009. 448 p.
2. Andreeva G. M. Social'naja psihologija. 5th ed. M.: Aspekt Press, 2002. 229 p.
3. Vinogradov V. V. Problemy russkoj stilistiki. M. : Vysshaja shkola, 1981. 320 p.
4. Vinokur T. G. Govorjashhij i slushajushhij. Varianty rechevogo povedenija. M. : Nauka, 1993. 172 p.
5. Gagarina E. Ju., Madzhaeva S. I. Kommunikativnyj aspekt modeli jazykovoj lichnosti virtual'nogo vracha // Sovremennye problemy lingvistiki i lingvodidaktiki: koncepcii i perspektivy. Volgograd, 2015, pp. 50–57.
6. Zherebilo T. V. Slovar' lingvisticheskikh terminov. 5th ed. Nazran: ООО "Piligrim", 2010. 486 p.
7. Madzhaeva S. I. Verbalizacija koncepta «vrach» – lingvokul'turnyj i kognitivnyj aspekty // Nauchnye vedomosti. Serija Gumanitarnye nauki, 2010, № 24 (95), iss. 8, pp. 152–156.
8. Slovar' sociolingvisticheskikh terminov / ed.: Doctor of Philological Sciences V. Ju. Mihal'chenko. M.: Rossijskaja akademija nauk. Institut jazykoznanija. Rossijskaja Akademija lingvisticheskikh nauk, 2006. 312 p.
9. Solomatina T. Ju. Priemnyj pokoj. Available at: <https://knigov.ru/proza/sovremennaya-proza/6175-solomatina-tatyana-yurevna-priemnyi-pokoi>.
10. Formanovskaja N. I. Kul'tura obshhenija i rechevoj jetiket. M.: NKAR, 2005. 250 p.

doi 10.21672/1818-4936-2020-75-3-092-098

ЛЕКСИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ПЕРИОДА ПАНДЕМИИ

Касьянова Людмила Юрьевна, доктор филологических наук, профессор, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, kaslyudmila@yandex.ru

Статья посвящена лексике, появившейся в русском языке в 2020 году, в период пандемии. Исследование базируется на материале зафиксированных в масс-медиа неологизмов, являющихся лексическими маркерами названного временного периода. Изучаемый пласт лексики, сформированный в процессе неологизации современного русского языка, представляет собой социально значимый фрагмент его лексико-семантической подсистемы. Значительные преобразования коснулись как словарного состава, так и существенных характеристик лексических единиц.

Ключевые слова: лексические маркеры, неологизация, неологизация, пандемия, хронологически маркированные слова

LEXICAL PANDEMIC PERIOD MARKERS

Kasyanova Lyudmila Yu., Doctor of Philological Sciences, Professor, Astrakhan State University; 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishev st., kaslyudmila@yandex.ru

This article is devoted to the vocabulary that appeared in Russian in 2020, during the pandemic. The study is based on the material of neonominations fixed in the mass media, which are lexical markers of the named time period. The studied vocabulary layer, formed in the process of neologization of the modern Russian language, is a socially significant fragment of its lexico-semantic subsystem. Significant transformations affected both the vocabulary composition and the essential characteristics of lexical units.

Keywords: lexical markers, neologization, neomination, pandemic, chronologically marked words

Постоянные импульсы изменений, исходящие от динамически меняющейся среды, закономерно определяют и облик языка, его качественно-количественные трансформации, характеризующие, прежде всего, лексический уровень языковой системы. Особый исследовательский интерес представляет динамичное формирование буквально на наших глазах, в новейший период развития русского языка, целого пласта лексических единиц, связанных с пандемией. Такого рода единицы приобрели статус хронологически маркированной лексики, представляющей собой социально значимый фрагмент лексической системы современного русского языка.

Исходным теоретическим обоснованием предпринятого исследования служит то, что хрономаркированная лексика включает в свой состав лексические единицы, принадлежащие определённому временному срезу и характеризующие события или явления, происходящие в какой-либо сфере жизни общества именно в этот период. Данные единицы выступают в качестве лексических маркеров конкретного периода и в своей семантической структуре содержат темпоральный компонент, позволяющий им ассоциироваться с определённым временным отрезком.

В фокусе особого внимания в 2020 году находятся слова, стремительно ворвавшиеся в нашу жизнь и, соответственно, в язык, связанные с распространением новой коронавирусной инфекции. В результате мощного воздействия экстралингвистических факторов в течение короткого времени сформировался хрономаркированный лексический пласт. Составляющие этот пласт лексические единицы характеризуются тем, что в их семантической структуре темпоральный компонент настолько отчётливо связан с определённым временным отрезком, что при их употреблении в сознании сразу формируется особая связь с породившим их временем. Такие слова разграничивают время на «до» и «после», они запечатлевают время. В каждом из них более или менее рельефно обнаруживаются различные приметы времени. Такого рода лексические единицы способны аккумулировать и передавать информацию об определённом отрезке времени.

Релевантность временного периода, определённым образом отмеченного в семантике исследуемых единиц, обусловила необходимость обращения к исследованию хронологически маркированной лексики в русском языке конкретного временного среза – 2020 года. Состав лексических единиц данного периода обусловлен охватившей весь мир пандемией коронавирусной инфекции и напрямую зависит от хода этого процесса. Распространение вируса COVID-19 началось с китайского города Ухань, где в декабре 2019 года произошла мощная вспышка этого заболевания, которое распространилось по всему миру в 2020 году. Именно эта хронологическая отметка ассоциируется

с коронавирусной инфекцией и всем, что оказалось вовлечённым в орбиту пандемии.

Лексическими доминантами этого беспокойного времени стали слово *коронавирус*, являющееся калькой с латинского термина *coronaviridae*, вследствие чего имеющее именно такую графическую форму, и аббревиатура *COVID-19*, представляющая собой сокращение от *CO*rona*V*irus *D*isease 2019, что в переводе означает «заболевание, вызванное коронавирусом 2019». Появление именно такого наименования обусловлено тем, что в соответствии с принципами Всемирной организации здравоохранения необходимо было не относящееся к географическому расположению, животному, отдельному человеку или группе людей название, чтобы оно было произносимо и связано с болезнью. В результате быстрого распространения инфекции неонаминации *коронавирус* и *COVID* стали своеобразными лексическими маркерами пандемии, официально объявленной ВОЗ 11 марта 2020 г.

Что же касается лексической единицы *пандемия*, то её лингвистический статус определяется актуализацией в рамках современного языкового пространства. Это слово не было ранее так широко известно, поскольку употреблялось лишь в медицинских научных кругах. В настоящее же время оно известно каждому, независимо от возраста и профессиональной принадлежности. Согласно лексикографической дефиниции, *пандемия* – это распространение нового заболевания в мировых масштабах, и именно по этому параметру лексема отличается от существующего слова *эпидемия*, которое отражает тот же смысл, однако не передаёт масштаба происходящего.

Активным способом ментального освоения и отражения действительности является образование неонаминаций и их функционирование в неологическом пространстве русского языка исследуемого периода. В связи с этим считаем необходимым обратиться к рассмотрению производных единиц, отражающих процесс классификационно-когнитивной деятельности человека. В сложившейся ситуации новые производные единицы представляют собой результат работы сознания по установлению связей и отношений между предметами и явлениями действительности с помощью языковых средств.

Так, аббревиатура *COVID* стала мотивационной базой множества неонаминаций. Например, появилась целая серия однотипных по структуре сложных слов: *COVID-госпиталь*, *COVID-пациент*, *COVID-вакцина*, *COVID-диссидент*. По нашим наблюдениям, так называемые «*COVID-дериваты*», оформленные средствами латинской и русской графики, особенно частотны были в начальный период пандемии: «*На сегодняшний день в COVID-госпитале находятся 219 пациентов*» (Российская газета, 2020, 13 апреля); «*Россияне могут серьезно пострадать из-за COVID-диссидентов, считают медики. Люди, отрицающие существование коронавируса и не соблюдающие меры безопасности, способны быстро распространить инфекцию, что усугубит эпидемиологическую ситуацию в стране*» (Газета.Ru, 2020, 15 мая).

Появление в нашем языке таких гибридных единиц является результатом влияния английской словообразовательной системы. Однако такого рода единицы не соответствуют русской графической норме. Поскольку их первая часть представляет слово из двух слогов, говорящие превращают его в звучащую по-русски единицу и начинают писать кириллическим шрифтом, вследствие чего изменяется функциональный статус сложных слов, содержащих иноязычные аббревиатуры [2]. Так произошло и с аббревиатурой *COVID*, которая стала мотиватором неонаминации *ковид* («русифицированного» варианта названия болезни).

Проведённый анализ лексики периода пандемии позволяет утверждать, что наибольшее количество новых единиц пополнило словообразовательное гнездо с вершиной *ковид*. Например: *ковидный*, *антиковидный*,

противоковидный, постковидный, ковидник и др. Самым частотным является суффиксальный дериват *ковидный*: значительное количество производных образуется с помощью префиксов *анти-* и *противо-*, что вполне объяснимо в период борьбы с серьёзной инфекцией.

Данные неонимации широко используются в СМИ, поскольку средства массовой коммуникации являются средоточием тех процессов, которые происходят в языке, в том числе в его словообразовании. Например: «**COVID-госпиталь** Пироговского Центра выписал последнего пациента» (Российская газета, 2020, 2 июля); «По данным оперативного штаба, весь июнь каждый день в Пермском крае свободный коечный фонд для **COVID-пациентов** был под 50 %» (Новая газета, 2020, 2 июля); «В РФПИ допустили старт массового производства **COVID-вакцины** в РФ уже в августе» (Интерфакс, 2020, 21 июля); «В Москве число пациентов, выписанных их **ковидных** стационаров, впервые превысило количество госпитализаций за сутки» (Российская газета, 2020, 7 мая); «**Антиковидный** каталог уже разошлись по муниципальным администрациям и на крупные предприятия» (Российская газета, 2020, 6 июля); «**Противоковидный** препарат, по мнению академика Гинцбурга, сохранит действие на два года» (Российская газета, 2020, 22 авг.); «Академики рассказали о главных угрозах в **постковидном** мире» (Российская газета, 2020, 29 мая).

Приведённые неонимации возникли в исследуемый период в силу общественной необходимости для обозначения нового явления в рамках неологизации – процесса, в результате которого происходит обновление различных языковых ресурсов. Неонимации интенсивно пополняют язык, свидетельствуя о динамичном характере его развития и неологизации релевантных зон языковой системы. Источником апробации новых языковых средств, как информативных, так и экспрессивных, становится язык СМИ, специфику которого наиболее точно определил Г.Я. Солганик: «Вбирая в себя разнообразные стилевые потоки, усредняя и унифицируя их, язык СМИ выступает как своеобразная лаборатория, в которой осваиваются новые языковые средства, как главный языкотворец...» [3].

В этом плане показательным является использование в медиатекстах релевантных для рассматриваемого периода неонимаций. Например: «**Инфодемия и ковидометрия: заблуждения эпохи пандемии**» (Инвест-форсайт, 2020, 27 мая), где *инфодемия* – рост потока информации об эпидемии, нередко ложной и преувеличенной, *ковидометрия* – измерение уровня заболеваемости новой коронавирусной инфекцией по различным параметрам. Обращение в данном случае к языку СМИ позволяет «анализировать и оценивать степень использования ресурсов и удовлетворения базовых потребностей этого феномена, оценивать степень объективности и полноты воспроизводимой в нём картины мира» [1, с. 138].

Зафиксированные в СМИ неонимации, с одной стороны, являются индикаторами социальных изменений, с другой – отражают лингвокреативный потенциал субъектов, принимающих участие в формировании словаря периода пандемии. Например: «**Коронавты** расстроены» (utv.ru, 2020, 23 апреля); «**Ковидно, не сезон**» (Коммерсант, 2020, 25 июня); «**Коронюки** ругаются с **ковид-диссидентами, карантинейджеры** творят **коронарт**, а **ковидиоты** жалуются на локдаун. Послушайте эпизод, чтобы не приумножить инфодемию и узнать, какими словами рассказывать будущим **корониалам** о **коронапокалипсисе**» (lv.sputniknews.ru, 2020, 14 июня). Многочисленные новообразования такого рода используются исключительно с целью экспрессивизации речи.

Действительно, в исследуемый период, несмотря на всю его сложность, наблюдается стремление к словотворчеству. Основу словообразовательной игры составляют творческие способности языковой личности, в результате

чего и появляется новое слово. В период пандемии русский язык продемонстрировал поразительную способность к креативу. Значительное количество производных появилось от слова *карантин*, которое в современных реалиях получило новое осмысление: *карантикулы* (нерабочая неделя во время карантина, которая многими воспринималась как каникулы), *карантини* (по аналогии с *мартини*, однако обозначающее любой напиток, который употреблялся во время карантина), *карантинник* (концерт артистов, транслируемый из дома), *карантинки* (по аналогии с *валентинками*, мини-тексты, посылаемые влюблёнными, разлученными карантинном).

Ярким примером проявления дингвокреативного потенциала в международном масштабе стало повсеместно распространившееся слово *ковидиот*, которое образовалось путём сложения двух слов *ковид* и *идиот*. В течение непродолжительного времени у ставшего частотным слова сформировались два противоположенных значения: 1) люди, которые отрицают наличие эпидемии коронавируса, не соблюдают нормы защиты, нарушают режим самоизоляции и пренебрегают элементарными мерами предосторожности; 2) люди, которые чрезмерно поддаются панике, боясь заражения. Указанные значения реализуются в контекстах типа: «*Смолов в компании Роналду и Мауринью. Символическая сборная **ковидиотов**. Мы отобрали 11 футболистов, наплевавших на меры предосторожности во время пандемии*» (Советский спорт, 2020, 24 апреля); «*Ты видел этого **ковидиота** с 300 рулонами туалетной бумаги в тележке?*» (МТРК Мир, 2020, 22 марта). Приведённое в качестве примера слово *covidiot* с двумя противоположными значениями изначально появилось в словаре английского сленга Urban Dictionary, поскольку пандемия коронавируса охватила весь мир, однако новообразование оказалось востребованным и в российской коммуникации.

Развивая данную тему, считаем необходимым подчеркнуть, что в настоящее время уже можно говорить и о появлении двух значений у новых слов *ковиниалы* и *корониалы*: 1) поколение детей, родившихся в период пандемии; 2) дети, которые в период пандемии осваивают новые практики, адаптируясь к новым условиям.

В результате креативной работы человеческого сознания появилось большое количество новообразований типа *коронагеддон* (ощущение конца света, охватившее население планеты), *погулянцы* (те, кто во время карантина выходил гулять), *сидидомцы* (те, кто строго соблюдал карантин), *зумби* (тот, кто долго находится в Zoom) и др. Однако учёные, исследующие эти процессы, сходятся во мнении, что это слова-однодневки, которые уйдут вместе с пандемией, поскольку потеряют свою актуальность.

Безусловно, пандемия коронавируса повлияла на все сферы жизни человека – семью, образование, карьеру, бизнес. Новые слова, появившиеся совсем недавно, характеризуют определённый период времени, несут в себе «отмеченность временем». Так, в период пандемии многие, находясь на карантине, работали в удалённом режиме, вследствие чего появилась неологизация *удалёнка*, обучение школьников и студентов проходило в дистанционном формате, закономерным результатом стало возникновение новообразований *дистанционка* и *дистант*. Хрономаркированным является и слово *зумиться*, появившееся в связи с активным использованием платформы Zoom, сервиса для проведения видеоконференций, онлайн-совещаний и дистанционного обучения школьников и студентов, предполагающего индивидуальные и групповые занятия, лекции, семинары.

Пандемия определила и появление множества выражений (*нулевой пациент*, *выйти на плато*, *социальная дистанция*, *масочно-перчаточный режим*, *бесконтактная доставка*), и изменение значений уже существующих. Многие ранее известные единицы были переосмыслены и стали востребованными в повседневной коммуникации. Например, терминологическое

сочетание *социальная дистанция*, впервые зафиксированное в 1957 году и обозначавшее отчуждённость от остальных людей. Пандемия внесла свои коррективы, вследствие чего словосочетание осмысливается сейчас как физическое дистанцирование с целью предотвращения заражения. Слово *самоизоляция*, существующее с 1940 года и употреблявшееся исключительно в терминосфере психологии, в современных условиях обновилось и стало обозначать режим изолирования от окружающих. Приобрели дополнительные значения общеупотребительные лексические единицы *карантин*, *корона*.

Некоторые единицы, квалифицируемые как специальная лексика, до периода пандемии были известны лишь медицинским работникам, теперь они актуальны практически для всех: *коронавирус*, *ИВЛ*, *СИЗ*, *антисептик*, *бессимптомник*, *обсервация*, *плато*.

В контексте проводимого исследования правомерна постановка вопроса, останутся ли в активном словаре все бытующие ныне слова «эпохи пандемии». Есть предположение, что многие подвергнутся процессу пассивизации. Однако некоторые неонеоминатии, приобретшие релевантность, могут остаться и после пандемии, к примеру, всё, что связано с использованием платформы Zoom. Уже сейчас активно используется глагол *зумиться*, *зуминар* (по аналогии со словом *семинар*). Так, по мнению ряда исследователей, основа *зум* постепенно может стать такой же привычной, как *скайп* или *ксерокс*, от которых образованы разговорные глаголы *скайпиться* и *отксерить*. В процессе развития языка произойдёт отбор наиболее актуальных, удовлетворяющих общественным потребностям лексических единиц. Свой след в истории языка пандемия, вне всякого сомнения, оставит. *Дистант* и *дистанционное обучение* останутся как связанные с использованием дистанционных образовательных технологий, как и аббревиатура *ДОТ*.

Можно утверждать, что по итогам 2020 года часть слов, которые пользуются популярностью у большого количества людей, попадет в рейтинг интернет-проекта «Слово года». Это определённые «ключевые слова», ставшие лексическими маркерами новейшего времени, отражающие не только фокусы общественного внимания в конкретный период и специфику ситуации в России, но и креативный потенциал субъектов. Их можно квалифицировать как индикаторы социальных изменений, маркеры меняющейся системы ценностей.

Итак, языковая система отражает постоянно меняющийся мир, вследствие чего всевозможные изменения в обществе находят отражение, прежде всего, в лексике. Именно в этой подсистеме русского языка появилось значительное количество неонеоминатий, способных поддерживать устойчивую ассоциативную связь с определённым временным отрезком. Хрономаркированная лексика представляет собой закреплённую историческую память народа и временную маркированность его миропонимания. Исследование хронологически отмеченной лексики актуализирует определённые фрагменты картины мира, формирующиеся в новейший период развития русского языка.

Список литературы

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: URSS, 2019. – 264 с.
2. Крысин Л. П. О некоторых новых типах новых слов в русском языке: слова-«кентавры» / Л. П. Крысин // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 4 (2). – С. 575–579.
3. Солганик Г. Я. Современная языковая ситуация и тенденции развития русского литературного языка / Г. Я. Солганик // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 5. – С. 122–134.

References

1. Karaulov Yu. N. Russkij yazyk i yazykovaya lichnost'. M.: URSS, 2019. 264 p.

2. Krysin L. P. O nekotorykh novykh tipakh novykh slov v russkom yazyke: slova-«kentavry» // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo, 2010, № 4 (2), pp. 575–579.

3. Solganik G. Ya. Sovremennaya yazykovaya situatsiya i tendentsii razvitiya russkogo literaturnogo yazyka // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, 2010, № 5, pp. 122–134.

doi 10.21672/1818-4936-2020-75-3-098-104

СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ГАЗЕТНОМ СТИЛЕ (НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИКАЦИЙ О КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ)

Первухина Светлана Владимировна, доктор филологических наук, профессор, Донской государственной технической университет, 344000, Россия, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

Рудь Елена Евгеньевна, преподаватель, Южный университет (ИУБП), 344068, Россия, г. Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина, 33А/47, kachina09@mail.ru

Статья посвящена исследованию средств выразительности в газетном стиле. На сегодняшний день этот вид средств массовой информации представляет сферу глобального воздействия на массового читателя. Актуальность исследования связана с пандемией коронавируса, оказывающей влияние на все сферы деятельности человека. Материалом исследования являются газетные статьи о «ковид-19» за период с февраля 2020 по август 2020. Цель данного исследования заключается в попытке обнаружить новые средства выразительности в стиле газеты. Выразительные средства в данных статьях представлены разнообразными метафорами, профессионализмами и числительными. Огромный объем газетного материала позволил авторам выявить нетипичную для числительных черту – выразительность, обнаружить и классифицировать новые метафоры, а также проследить пути образования профессиональной лексики, связанной с новой инфекцией. Определенные в ходе работы выразительные средства имеют коммуникативную направленность на адресата, создают эмоционально-тревожное напряжение, появляющееся в виде дискомфорта, страха, паники. Информация в современных газетах влияет на настроение населения и находит отражение в виде экспрессивной лексики.

Ключевые слова: газетный стиль, дискурс, выразительные средства, экспрессивность, метафора, профессионализмы, числительные

MEANS OF EXPRESSION IN THE NEWSPAPER STYLE (ON THE EXAMPLE OF CORONAVIRUS ARTICLES)

Pervukhina Svetlana V., Doctor of Philological Sciences, Professor, Don State Technical University, 344000, Russia, Rostov-on-Don, Gagarin square, 1

Rood' Elena E., teacher, Southern University (IUBP), 344068, Russia, Rostov-on-Don, 33a/47 M. Nagibina Ave., kachina09@mail.ru

The article is devoted to the research of the means of expressiveness. Today this type of mass media has a huge influence on the mass reader. The relevance of the research is connected with modern processes in the world that affect all spheres of human activity. These processes are associated with a powerful coronavirus pandemic. The study is based on newspaper articles about covid-19 for a period from February 2020 till August 2020. Expressive means in the articles are represented by a variety of metaphors, professionalisms, and numerals. The purpose of this study is to try to discover new means of expression in the newspaper