

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.30.13>

СПЕЦИФИКА СПОСОБА ВОСПРИЯТИЯ ИСПЫТУЕМЫМИ СТИМУЛОВ В ХОДЕ ПРОВЕДЕНИЯ
АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Научная статья

Конева Е.А.^{1,*}, Мелихова Ю.Р.²

^{1,2} Курский государственный университет, Курск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (e.a.koneva[at]bk.ru)

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению особенностей функционирования лексемы «корона» в сознании индивида посредством данных, полученных в результате свободного ассоциативного эксперимента, который проводился в два этапа с учетом способа восприятия испытуемыми предъявляемого стимула (аудиальный способ восприятия и визуальный способ восприятия). Анализ материала эксперимента позволяет сделать вывод о влиянии способа восприятия на актуализацию в ментальном лексиконе индивида заданного слова: несовпадение частоты однотипных реакций и их ранга, а также различия в составе и доле главных ассоциатов сравниваемых полей, выделенные тематические группы в большинстве случаев совпадают, но процентное соотношение этих групп существенно отличается.

Ключевые слова: языковое сознание, свободный ассоциативный эксперимент, коронавирусная лексика, визуальный способ восприятия, аудиальный способ восприятия.

THE SPECIFICS OF THE WAY SUBJECTS PERCEIVE STIMULI DURING AN ASSOCIATIVE EXPERIMENT

Research article

Koneva Y.A.^{1,*}, Melikhova Y.R.²

^{1,2} Kursk State University, Kursk, Russian Federation

* Corresponding author (e.a.koneva[at]bk.ru)

Abstract

The article discusses the features of the functioning of the lexeme "crown" in the consciousness of an individual through data obtained as a result of a free associative experiment, which was conducted in two stages, taking into account the way the subjects perceived the stimulus presented to them (auditory and visual perception). The analysis of the experimental material allows for concluding on the influence of the perception method on the actualization of a given word in the mental lexicon of an individual: the discrepancy in the frequency of the same type of reactions and their rank, as well as differences in the composition and proportion of the main associates of the compared fields, the selected thematic groups in most cases coincide; however, the percentage of these groups differs significantly.

Keywords: linguistic consciousness, free associative experiment, coronavirus vocabulary, visual way of perception, auditory way of perception.

Введение

Уже не первый год лексикон современного человека обогащается медицинской лексикой, что является следствием пандемии коронавирусной инфекции. Количество коронавирусной лексики в современном русском языке настолько велико, что это послужило стимулом к созданию соответствующего словаря слов коронавирусной эпохи [15]. Бесспорно, исследование коронавирусной лексики является актуальным и носит многоаспектный характер. Об этом свидетельствуют многочисленные научные публикации лингвистов, целью которых является отражение данной лексики в разных ракурсах: исследование функционирования обозначенной лексики в разных языках [2], [3], [7], [10], в разных типах дискурса [6], [14], [16], в лексикографическом аспекте [13], в лингвокогнитивном аспекте [9].

Цель нашего исследования – рассмотреть наиболее актуальные слова коронавирусной эпохи с психолингвистических позиций. Ранее нами была описана специфика ассоциативного поля лексемы «маска» в языковом сознании носителей русского языка в период пандемии коронавирусной инфекции [5]. В настоящей работе мы анализируем данные свободного ассоциативного эксперимента, полученные на стимул «корона».

Методы и принципы исследования

В основу нашего исследования был положен свободный ассоциативный эксперимент, который проводился в два этапа с учетом способа восприятия испытуемыми стимула (визуального и аудиального). Полученные данные анализировались в сопоставительном аспекте со словарными дефинициями толковых словарей.

Обсуждение

Нами было проведено два эксперимента, в которых участвовало одинаковое количество информантов (по 100 человек в каждом), носителей русского языка, возраст которых варьируется в пределах 18 – 22 лет. Испытуемыми (далее ии.) были студенты 1-5 курсов Курского государственного университета, обучающиеся на факультете иностранных языков. Определяющим при выборе информантов был тот факт, что, по мнению Ю.Н. Караулова, к 17–21

годам формирование языковой личности в основном завершается. При этом словарный запас, ценностные и прагматические установки, формально-комбинаторные возможности у большинства людей практически не меняются на протяжении всей жизни [4, С. 192-193].

Эксперименты проводились в учебной аудитории. Респонденты были кратко ознакомлены с методикой проведения свободного ассоциативного эксперимента.

В первом эксперименте (далее Э₁) предъявляемый стимул был представлен визуально, т.е. в виде черно-белой картинки с изображением короны (см. Рис.1).



Рисунок 1 - Визуальный стимул

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.30.13.1>

Ии. должны были записать ассоциации, которые возникают у них при восприятии данного предмета. Второй эксперимент (далее Э₂) проводился в устно-письменной форме. Предъявляемый стимул (слово «корона») был озвучен экспериментатором, т.е. представлен ии. аудиально. В обоих случаях первые пришедшие на ум ассоциации записывались ии. в индивидуальные бланки, в которых также требовалось указать возраст и пол.

Анализ экспериментальных данных осуществлялся в два этапа: на первом этапе по результатам полученных реакций были построены ассоциативные поля, далее для выявления содержания и структуры исследуемого понятия были выделены семантические группы, на втором этапе проводилось сопоставление реакций информантов, полученных в Э₁ и Э₂.

Анализ полученного материала позволил представить модель ассоциативного поля картинки-стимула *корона*, выявив ядро и периферию по принципу частотности. Всего получено 270 реакций, 15 из которых мы не учитывали, поскольку они представляют собой наименование изображенного на картинке предмета, а не ассоциации, возникающие на данный стимул. Таким образом, анализу подвергались 255 реакций, из которых повторяющихся – 211 (83 %), единичных – 44 (17 %). К ядру отнесены реакции, набравшие четыре и более повторов, к периферии – набравшие по три и два повтора. Цифра означает количество одинаковых реакций, в случае единичной фиксации цифра не ставится.

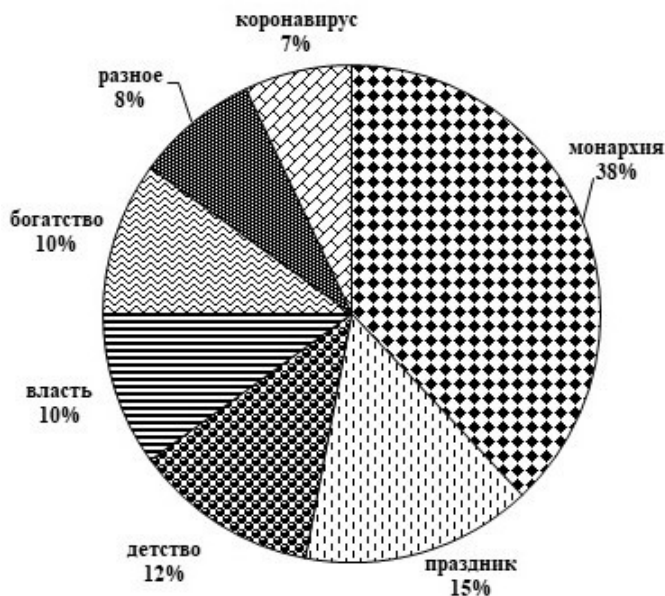
Ядро: *королева (40), власть (20), утренник в детском саду (17), детство (13), королевская семья (10), величие (10), монархия (8), Елизавета II (6), богатство (6), ковид (6), коронавирус (5), принцесса (5), королевство (5), дети (5), почет (5), король (4), признание (4), вирус (4)*. Итого: 173 (68 %).

Периферия: *детский сад (3), детский праздник (3), выпускной в детском саду (3), Новый год (3), Англия (3), красота (3), драгоценности (3), правительство (3), правление (2), ребёнок (2), детская игра (2), конкурсы (2), династия (2), империя (2), пандемия (2)*. Итого: 38 (15 %).

Единичные реакции: *королевская семья Великобритании, королевский род, королева Англии, король Артур, Лондон, престол, трон, царь, правитель, монарх,*

Екатерина II, Российская империя, Путин, украшение маленькой девочки на концерте, аксессуар праздника, бал, карнавал, конфеты, подарки, девочка, игра в куклы, магазин игрушек, детский набор, детские фантазии, мультфильм, царица, сказка, снежная королева, жаба, рубины, дорого, камни, изящность, награда, любовь, средневековье, надменность, популярность, история, aliexpress, монотонность, великопленный век, мне нужна гораздо больше, тяжелая ноша правления. Итого: 44 (17 %).

Следуя наиболее традиционному способу анализа содержания ассоциативных полей, мы распределили реакции по смысловым группам (см. Рис.2). Представленное разделение довольно субъективно и может подвергаться изменениям.

Реакции на картинку-стимул *корона*Рисунок 2 - Распределение реакций Э₁ по тематическим группамDOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.30.13.2>

Чтобы выявить в структуре ассоциативного поля реакции, соотносимые с понятийным содержанием лексемы *корона*, рассмотрим зафиксированные в толковых словарях значения обозначенного слова. Аналогичные дефиниции представлены в «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова [8, С. 249] и в «Толковом словаре современного русского языка» Д.Н. Ушакова [18, С. 245]: *корона* (от лат. *corona*), 1. Металлический, с украшениями головной убор монарха (венце с драгоценными украшениями), являющийся символом (знаком) его (монархической) власти. 2. Венец, ореол как специальный термин (светлый ореол вокруг солнца, видимый во время солнечного затмения). Дополнительное переносное значение этого слова отмечено в «Толковом словаре современного русского языка» Д.Н. Ушакова: *власть монарха или государство (монархическое)*.

Результаты Э₁ показывают, что наиболее частыми реакциями на картинку-стимул *корона* являются следующие: *королева* (40), *власть* (20), *королевская семья* (10), *величие* (10), *монархия* (8). Это свидетельствует о том, что ядерные компоненты значения совпадают с дефинициями лексемы *корона*, представленными в толковых словарях. Изображенный на картинке головной убор в сознании большинства реципиентов ассоциируется с символом власти монарха, величием и богатством. Поэтому выделенная нами тематическая группа «монархия» является самой многочисленной (38%). В числе частотных реакций можно отметить *Елизавета II* (6), *королевство* (5), *принцесса* (5), *король* (4). Единичными являются *королевская семья Великобритании*, *королевский род*, *королева Англии*, *король Артур*, *монарх*. Соотнесенность визуального стимула с британской монархией объясняется тем, что большинство информантов являются студентами английского отделения, для которых история и культура страны изучаемого языка является неотъемлемой частью языкового сознания.

Среди частотных реакций также следует отметить *утренник в детском саду* (17), *детство* (13), *дети* (5), *детский праздник* (3), *Новый год* (3). Появление таких ассоциаций обусловлено тем, что при визуальном восприятии стимула внимание ии. фокусируется на различных признаках изображенного на картинке объекта. В сознании ии. актуализируется «некий фрагмент объективной действительности, представленный в памяти индивида в единстве всех переживаемых им чувственных, когнитивных и аффективных характеристик, фрагмент индивидуальной картины мира» [12, С. 80]. Представленная визуальная информация соотносится с хранящимися в памяти схемами знаний. Результатом этого соотнесения являются такие ассоциации, как: *выпускной в детском саду* (3), *детский сад* (3), *конкурсы* (2), *украшение маленькой девочки на концерте, бал, карнавал, подарки, детский набор, магазин игрушек, AliExpress*. Две последние реакции указывают на место, где можно приобрести данный предмет. Таким образом, компоненты ассоциативного поля отражают определенные контекстные ситуации, с которыми ии. связывают картинку-стимул. Следует отметить, что употребление лексемы *корона* в значении *аксессуар для любого праздника* отсутствует в толковых словарях.

Исследуемый стимул вызывает у ии. в основном положительные эмоции, о чем свидетельствуют реакции *величие* (10), *почет* (5), *признание* (4), *красота* (3), *изящность, награда, любовь, популярность, великопепный век*. Негативные эмоции представлены тремя ассоциациями: *надменность, монотонность, тяжелая ноша правления*.

По результатам проведенного эксперимента в структуре ассоциативного поля, полученного на картинку-стимул с изображением короны, была выделена немногочисленная тематическая группа, представленная такими реакциями, как *ковид* (6), *коронавирус* (5), *вирус* (4), *пандемия* (2). Значения этих слов никак не соотносятся с головным убором. Это доказывает тот факт, что ии. уже не воспринимают изображенную на рисунке корону как головной убор. В сознании

человека данное понятие ассоциируется с вирусом. Появление таких реакций подтверждает мысль Т.Б. Радбиля, Л.В. Рацибурской, И.В. Палоши о явлении «новой омонимии», которое, по их мнению, заключается в «образовании в неформальной коммуникации слова корона как своего рода неофициального варианта лексемы коронавирус» [9, С. 68].

Значение *вирус* в полученном ассоциативном поле не зафиксировано в толковых словарях. Поскольку это значение представлено незначительным количеством реакций (всего 7 % от их общего числа (255 реакций), мы решили посмотреть, изменится ли частота подобных реакций и набор ассоциатов в целом, если в качестве стимула будет представлена не картинка, а слово, обозначающее исследуемое понятие. Поэтому был проведен Э₂, в котором слово-стимул *корона* было озвучено экспериментатором, т.е. предъявлялось ии. аудиаьно. В Э₂ было получено 367 реакций. Ядро составили 220 реакций (60 %).

Ядро: *вирус* (29), *король* (26), *власть* (21), *болезнь* (20), *золото* (19), *королевство* (15), *коронавирус* (12), *королева* (12), *богатство* (8), *драгоценности* (8), *принцесса* (7), *величие* (7), *украшение* (6), *заболевание* (5), *смерть* (5), *пандемия* (4), *вакцина* (4), *covid-19* (4), *головной убор* (4), *деньги* (4).

Периферия: *карантин* (3), *ограничения* (3), *дистанционное обучение* (3), *королевская корона* (3), *трон* (3), *замок* (3), *династия Романовых* (3), *правительство* (3), *государство* (3), *золотая* (3), *кровь* (3), *самоизоляция* (2), *опасность* (2), *страх* (2), *маски* (2), *престол* (2), *принц* (2), *коронация* (2), *королевская мантия* (2), *дворец* (2), *бриллианты* (2), *величественный* (2), *править* (2), *управление* (2), *ответственность* (2), *высокомерие* (2), *мудрость* (2), *большая* (2), *шахматы* (2), *сериал* (2), *голова* (2), *пиво* (2). Итого: 75 (21 %).

Единичные реакции: *ничто*, *вызывающее корону*, *угроза*, *заражение*, *искусственное введение короны (болезни)* в организм, *последствия*, *переболела*, *микробы*, *зло*, *хаос*, *зоот*, *дороговизна*, *перчатки*, *таблетки*, *инфекция*, *лечение*, *больница*, *повышение температуры тела*, *температура*, *поражение легких*, *боль*, *политическая шутка*, *обман*, *Елизавета*, *монархия*, *монарх*, *правитель*, *монархический*, *знать*, *символ королей*, *корона короля*, *аксессуар королевских семей*, *британский престол*, *империя*, *Британия*, *Великобритания*, *Диана*, *королевская семья*, *символ царской семьи*, *царская семья*, *царство*, *главенство*, *лидерство*, *атрибут власти*, *важность*, *слава*, *драгоценные камни*, *дорогая*, *блеск*, *блестящая*, *красивая*, *красота*, *состоятельный*, *диадема*, *блестящая штука на голове*, *повышенная самооценка*, *стратегия*, *тяжелая*, *гордыня*, *шоколад*, *лев*, *сказка*, *балы*, *история*, *Игра престолов*, *война*, *предмет*, *тяжесть*, *средние века*, *музей*, *дом*. Итого: 72 (19 %).

Распределение всех полученных ответов по группам представлено на Рисунке 3.



Рисунок 3 - Распределение реакций Э₂ по тематическим группам

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.30.13.3>

Сопоставление данных Э₁ и Э₂ демонстрирует существенные различия как в наборе ассоциатов, так и в частоте однотипных ассоциаций. Ранг реакций, фигурирующих в обоих экспериментах, не совпадает. Например, реакция первого ранга в Э₁ *королева* (40) в Э₂ по частотности занимает восьмое место. В Э₂ самой частотной является реакция *вирус* (29), а в Э₁ она занимает последнее место в списке главных ассоциатов (см. Таблицу 1).

Таблица 1 - Наиболее частотные ассоциаты на стимул "корона"

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.30.13.4>

Э ₁	Э ₂
<p>королева (40), власть (20), утренник в детском саду (17), детство (13), королевская семья (10), величие (10), монархия (8), Елизавета II (6), богатство (6), ковид (6), коронавирус (5), принцесса (5), королевство (5), дети (5), почет (5), король (4), признание (4), вирус (4)</p>	<p>вирус (29), король (26), власть (21), болезнь (20), золото (19), королевство (15), коронавирус (12), королева (12), богатство (8), драгоценности (8), принцесса (7), величие (7), украшение (6), заболевание (5), смерть (5), пандемия (4), вакцина (4), COVID-19 (4), головной убор (4), деньги (4)</p>

Нами также был проведен подсчет первых реакций, который показал, что в Э₂ у 15 ии. *вирус* стоит на первом месте. Реакция *король* тоже у 15 ии. указана первой. *Коронавирус* выступает на первом месте у 10 ии., *власть* – у 4 ии. Как видно из Рис. 3, смысловая группа *коронавирус* представлена наибольшим количеством реакций. Это обусловлено тем, что лексема *корона* стала «ключевым словом ковидной эпохи», символом этого исторического периода [1]. Реакции ии. являются ярким отражением объективной действительности. На протяжении многих месяцев средства массовой информации сообщали нам тревожные новости о количестве заболевших, средствах защиты, методах лечения болезни, о случившихся потерях. Все это нашло отражение в языковом сознании людей. Известно, что реальная действительность существует не столько в непосредственном виде, сколько в виде опосредованных семиотических объектов (словесных знаков). По определению А.А. Уфимцевой, словесные знаки – это «психофизиологические сущности, представления и понятия, одетые в языковую форму и ставшие для носителей данного языка сигналами действительности ...» [17, С. 37]. В полученном ассоциативном поле фиксируются такие реалии действительности, как: *смерть* (5), *вакцина* (4), *карантин* (3), *ограничения* (3), *самоизоляция* (2), *дистанционное обучение* (3), *зоот*, *маски* (2), *перчатки*, *таблетки*, *больница*, *хаос*, *дороговизна*. В Э₂ широко представлены личностно окрашенные реакции, характеризующие эмоциональное состояние ии. и их отношение к данному явлению: *страх* (2), *опасность* (2), *угроза*, *боль*, *политическая шутка*, *обман*. Таким образом, актуализируются новые значения слова *корона*, которое до пандемии воспринималось как головной убор монарха, означающий его высокую власть и статус.

Также в ассоциативном поле Э₂ зафиксированы субъектно-индивидуальные ассоциации, которые обусловлены личными пристрастиями ии. В Э₁ подобных реакций нет. Например, сериал (2) («Корона» – известный телесериал); пиво (2) (Сокопа – всемирно известный бренд пива); шахматы (2) (корона – символ, шахматных фигур короля и ферзя на шахматной диаграмме; шахматная корона также является символом интеллектуального превосходства, означает главный приз в соревнованиях); Игра престолов (корона – символ власти королей в популярном фэнтезийном сериале «Игра престолов»); шоколад (популярный шоколад «Корона»). Таким образом, полученные реакции позволяют определить те фрагменты мира, с которыми соотносится стимул в сознании ии.

Ассоциативное поле Э₂ показывает, что оно наиболее полно отражает «психологически реальное значение слова». Данные толковых словарей не содержат полной информации о психологически актуальном содержании исследуемого понятия. Анализ полученного материала позволил выделить новые значения слова «корона» – *вирус* (29), *болезнь* (20), *коронавирус* (12), *заболевание* (5), *COVID-19* (4), которые пока еще не отражены в лексикографических источниках (за исключением Словаря русского языка коронавирусной эпохи), но широко представлены в языковом сознании современной молодежи. На данный момент эти значения составляют ядро слова, актуальное для носителей языка. Результаты Э₂ показывают, что значение исследуемого понятия изменилось, появились новые компоненты значения, обусловленные социально-политическими изменениями в обществе, вызванными пандемией коронавирусной инфекции COVID-19.

Заключение

Настоящее исследование демонстрирует специфику функционирования лексемы «корона» в языковом сознании индивида периода пандемии коронавирусной инфекции, заключающуюся в выявлении нового значения данного слова и его активном употреблении в речи носителей языка. В то же время результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что разные способы предъявления стимула существенно влияют на качественные и количественные характеристики полученных данных. Сопоставление ассоциативных полей Э₁ и Э₂ показало, что частота однотипных реакций и их ранг не совпадают. Наблюдаются также различия в составе и доле главных ассоциатов сравниваемых полей. Выделенные тематические группы в большинстве случаев совпадают, но процентное соотношение этих групп существенно отличается (см. Рис. 2 и Рис. 3). Новые значения представлены в обоих полях, но в Э₂ смысловая группа «коронавирус» составляет 33 %, а в Э₁ ее доля не превышает 7 %. Это объясняется тем, что слова *коронавирус*, *COVID-19*, *ковид*, *вирус* как «ключевые слова коронавирусной эпохи», «маркеры» [11, С. 9] этого времени постоянно упоминаются в средствах массовой информации. В разговорной речи используется слово *корона*, которое в сознании ии. в первую очередь ассоциируется с вирусом, определяющим новые реалии окружающей действительности.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Уфимцева А.А. Лексическое значение. Принцип семиологического описания лексики / А.А. Уфимцева – М.: Наука, 1986. – 240 с.
2. Сазонова Т.Ю. Моделирование процессов идентификации слова человеком: психолингвистический подход / Т.Ю. Сазонова – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. – 134 с.
3. Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов и др. – М.: Помовский и партнёры, 1994. – 224 с.
4. Буцева Т.Н. Русский язык коронавирусной эпохи: Коллективная монография [Электронный ресурс] / Т.Н. Буцева, Х. Вальтер, И.Т. Вепрева и др. – СПб: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. – 610 с. – URL: <https://iling.spb.ru/dictionaries/neology/coronavirus/book.pdf>. (дата обращения: 24.05.2022)
5. Вальтер Х. Словарь русского языка коронавирусной эпохи [Электронный ресурс] / Х. Вальтер, Е.С. Громенко, А.Ю. Кожевников и др. – СПб: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. – 550 с. – URL: <https://iling.spb.ru/dictionaries/neology/coronavirus/dictionary.pdf>. (дата обращения: 24.05.2022)
6. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов – М.: АСТ: Мир и Образование, 2018. – 736 с.
7. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков – М.: «Аделант», 2017. – 800 с.
8. Редкозубова Е.А. COVID-лексика: этимологический и словообразовательный аспекты (на материале русского, английского и немецкого языков). / Е.А. Редкозубова // Гуманитарные и социальные науки. – 2020. – №4. – с. 193-200. (дата обращения: 08.06.22) doi: 10.18522/2070-1403-2020-81-4-193-200
9. Кронгауз М.А. Screenlife в эпоху карантина. / М.А. Кронгауз // Коммуникативные исследования. – 2020. – Т. 7. № 4. – с. 735 – 744. doi: 10.24147/2413-6182.2020.7(4)
10. Радбиль Т.Б. Активные процессы в лексике и словообразовании русского языка эпохи коронавируса: лингвокогнитивный аспект. / Т.Б. Радбиль, Л.В. Рацбургская, И.В. Палоши // Научный диалог. – 2021. – № 1. – с. 63 – 79. doi: 10.24224/2227-1295-2021-1-63-79
11. Конева Е.А. Ассоциативное поле лексемы «маска» в языковом сознании носителей русского языка в период пандемии коронавирусной инфекции. / Е.А. Конева, Ю.Р. Мелихова // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2021. – № 3 (42). – с. 98-109.
12. Темиргазина З.К. Вспышка, всплеск или волна: как и что мы говорим о коронавирусе. / З.К. Темиргазина // Нефилология. – 2020. – Том 6. № 24. – с. 645-652.
13. Северская О.И. Ковидиоты на карантуклах: коронавирусный словарь как диагностическое поле актуальных дискурсивных практик. / О.И. Северская // Коммуникативные исследования. – 2020. – Т. 7. № 4. – с. 887-906. doi: 10.24147/2413- 6182
14. Громенко Е.С. О «ковидно-коронавирусных» процессах в русском языке 2020 года. / Е.С. Громенко, А.С. Павлова, М.Н. Приемывшева // Studia Slavica. – 2020. – Vol. 65. Issue 1. – с. 51-70. doi: 10.1556/060.2020.00005
15. Мюллер А. Об отражении пандемии в разнокультурных лингвистических ландшафтах (на примере элементов публичного пространства Минска, Нюрнберга и Варшавы). / А. Мюллер // Коммуникативные исследования. – 2020. – Т. 7. № 4. – с. 846 – 864. doi: 10.24147/2413-6182.2020.7(4)
16. Дойникова М.И. Основные тенденции в изменении общего словаря немецкого языка. / М.И. Дойникова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – Т.15. Вып. 2. – с. 464-468. doi: 10.30853/phil20220053
17. Данкова Н.С. Репрезентация пандемии в СМИ: метафорический образ войны (на материале американских газет). / Н.С. Данкова, Е.В. Крехтунова // Научный диалог. – 2020. – № 1(8). – с. 69-83. doi: 10.24224/2227-1295-2020-8-69-83
18. Серова С.А. Эволюция языка средств массовой информации периода коронавирусной пандемии: неологизмы в медиатексте. / С.А. Серова, Е.П. Семишова // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 1(92). – с. 380 – 382.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Ufimceva A.A. Leksicheskoe znachenie. Princip semiologicheskogo opisaniya leksiki [Lexical meaning. The principle of semiological description of vocabulary] / A.A. Ufimceva – М.: Nauka, 1986. – 240 p. [in Russian]
2. Sazonova T.Yu. Modelirovanie processov identifikacii slova chelovekom: psixolingvisticheskij podxod [Modeling the processes of identifying a word by a person: a psycholinguistic approach] / T.Yu. Sazonova – Tver': Tver. gos. un-t, 2000. – 134 p. [in Russian]
3. Karaulov Yu.N. Russkij associativny'j slovar' [Russian associative dictionary] / Yu.N. Karaulov, Yu.A. Sorokin, E.F. Tarasov et al. – М.: Pomovskij i partnyory', 1994. – 224 p. [in Russian]
4. Buceva T.N. Russkij yazyk koronavirusnoj e'poxi: Kollektivnaya monografiya [Russian language of the coronavirus era: Collective monograph] / T.N. Buceva, X. Val'ter, I.T. Vepreva et al. – SPb: Institut lingvisticheskix issledovanij RAN, 2021. – 610 p. – URL: <https://iling.spb.ru/dictionaries/neology/coronavirus/book.pdf>. (accessed: 24.05.2022) [in Russian]

5. Val'ter X. Slovar' russkogo yazy'ka koronavirusnoj e'poxi [Dictionary of the Russian language of the coronavirus era] / X. Val'ter, E.S. Gromenko, A.Yu. Kozhevnikov et al. – SPb: Institut lingvističeskix issledovanij RAN, 2021. – 550 p. – URL: <https://iling.spb.ru/dictionaries/neology/coronavirus/dictionary.pdf>. (accessed: 24.05.2022) [in Russian]
6. Ozhegov S.I. Tolkovyj slovar' russkogo yazy'ka [Explanatory dictionary of the Russian language] / S.I. Ozhegov – M.: AST: Mir i Obrazovanie, 2018. – 736 p. [in Russian]
7. Ushakov D.N. Tolkovyj slovar' sovremennogo russkogo yazy'ka [Explanatory dictionary of modern Russian language] / D.N. Ushakov – M.: «Adelant», 2017. – 800 p. [in Russian]
8. Redkozubova E.A. COVID-leksika: e'timologičeskij i slovoobrazovatel'nyj aspekty' (na materiale russkogo, anglijskogo i nemeckkogo yazy'kov) [COVID-vocabulary: etymology and word-formation (based on Russian, English, German)]. / E.A. Redkozubova // Gumanitarny'e i social'ny'e nauki [Humanities and social sciences]. – 2020. – №4. – p. 193-200. (accessed: 08.06.22) doi: 10.18522/2070-1403-2020-81-4-193-200 [in Russian]
9. Krongauz M.A. Screenlife v e'poxu karantina [Screenlife in the era of quarantine]. / M.A. Krongauz // Kommunikativny'e issledovaniya [Communicative Research]. – 2020. – T. 7. № 4. – p. 735 – 744. doi: 10.24147/2413-6182.2020.7(4) [in Russian]
10. Radbil' T.B. Aktivny'e processy' v leksike i slovoobrazovanii russkogo yazy'ka e'poxi koronavirusa: lingvokognitivnyj aspekt [Active processes in the vocabulary and word formation of the Russian language in the era of coronavirus: linguocognitive aspect]. / T.B. Radbil', L.V. Raciburskaya, I.V. Paloshi // Nauchnyj dialog [Scientific dialogue]. – 2021. – № 1. – p. 63 – 79. doi: 10.24224/2227-1295-2021-1-63-79 [in Russian]
11. Koneva E.A. Associativnoe pole leksemy' «maska» v yazy'kovom soznanii nositelej russkogo yazy'ka v period pandemii koronavirusnoj infekcii [Associative field of the lexeme “mask” in Russian native speakers' language consciousness during the pandemic of coronavirus infection]. / E.A. Koneva, Yu.R. Melixova // Teoriya yazy'ka i mezhkul'turnaya kommunikaciya [Theory of Language and Intercultural Communication]. – 2021. – № 3 (42). – p. 98-109. [in Russian]
12. Temirgazina Z.K. Vspy'shka, vsplesk ili volna: kak i čto my' govorim o koronavirusе [Outbreak, surge or wave: how and what we say about the coronavirus]. / Z.K. Temirgazina // Neofilologiya [Neophilology]. – 2020. – Том 6. № 24. – p. 645-652. [in Russian]
13. Severskaya O.I. Kovidioty' na karantikulax: koronavirusnyj slovar' kak diagnostičeskoe pole aktual'ny'x diskursivny'x praktik [Covidioty on coronacation: coronaviral lexicon as a diagnostic field for actual discursive practices]. / O.I. Severskaya // Kommunikativny'e issledovaniya [Communicative Research]. – 2020. – T. 7. № 4. – p. 887-906. doi: 10.24147/2413-6182 [in Russian]
14. Gromenko E.S. O «kovidno-koronavirusny'x» processax v russkom yazy'ke 2020 goda [About the “covid-coronavirus” processes in the Russian language of 2020]. / E.S. Gromenko, A.S. Pavlova, M.N. Priemy'sheva // Studia Slavica [Studia Slavica]. – 2020. – Vol. 65. Issue 1. – p. 51-70. doi: 10.1556/060.2020.00005 [in Russian]
15. Myuller A. Ob otrazhenii pandemii v raznokul'turny'x lingvističeskix landshaftax (na primere e'lementov publicnogo prostranstva Minska, Nyurnberga i Varshavy') [On the reflection of the pandemic in multicultural linguistic landscapes (on the example of elements of the public space of Minsk, Nuremberg and Warsaw)]. / A. Myuller // Kommunikativny'e issledovaniya [Communicative Research]. – 2020. – T. 7. № 4. – p. 846 – 864. doi: 10.24147/2413-6182.2020.7(4) [in Russian]
16. Dojnikova M.I. Osnovny'e tendencii v izmenenii obshhego slovarya nemeckkogo yazy'ka [The main trends in changing the general dictionary of the German language]. / M.I. Dojnikova // Filologičeskie nauki. Voprosy' teorii i praktiki [Philological Sciences. Questions of theory and practice]. – 2022. – T.15. Вып. 2. – p. 464-468. doi: 10.30853/phil20220053 [in Russian]
17. Dankova N.S. Reprezentaciya pandemii v SMI: metaforičeskij obraz vojny' (na materiale amerikanskix gazet) [Representation of the pandemic in the media: a metaphorical image of war (based on American newspapers)]. / N.S. Dankova, E.V. Krextunova // Nauchnyj dialog [Scientific dialogue]. – 2020. – № 1(8). – p. 69-83. doi: 10.24224/2227-1295-2020-8-69-83 [in Russian]
18. Serova S.A. E'voljuciya yazy'ka sredstv massovoj informacii perioda koronavirusnoj pandemii: neologizmy' v mediatekste [The evolution of media language in the period of the coronavirus pandemic: neologisms in the mediatext]. / S.A. Serova, E.P. Semishova // Mir nauki, kul'tury', obrazovaniya [World of Science, Culture, Education]. – 2022. – № 1(92). – p. 380 – 382. [in Russian]