

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.29.1.26>**КОВИД-ЛЕКСИКА КАК ЭКСПЛИКАТОР АВТОРСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ В ТЕКСТАХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ**

Научная статья

Абсальямова Л.Ф.^{1*}, Нурғалина Х.Б.²

Сибайский институт (филиал) Башкирского государственного университета, Сибай, Россия

* Корреспондирующий автор (absalyam80[at]mail.ru)

Аннотация

В данной статье рассматриваются неологизмы, появившиеся в русском языке период пандемии коронавируса COVID-19. В роли экспликаторов выступают языковые единицы разного уровня, т.е. ковид-лексика. В статье особое внимание уделяется выражению авторской модальности, т.е. позиции автора текста по отношению как к самому ковид-неологизму, так и к явлению или объекту, обозначаемому этой лексемой. Материалом для анализа послужили тексты русскоязычных средств массовой информации, представленных как на бумажном носителе, так и в электронном виде. По результатам исследования были сделаны следующие выводы: наиболее «чувствительным» пластом является язык СМИ, освещающий самые актуальные события, нововведения, изменения во всех сферах жизнедеятельности человека. Соответственно, можно утверждать, неологизмы, используемые в текстах СМИ журналистами, помогают сформулировать всеобщее отношение населения к данной проблеме.

Ключевые слова: ковид-лексика, неологизм, экспликатор, авторская модальность, пандемия коронавируса, COVID-19, тексты СМИ.

COVID VOCABULARY AS AN EXPLICATOR OF AUTHOR'S MODALITY IN THE TEXTS OF RUSSIAN MASS MEDIA

Research article

Absalyamova L.F.^{1*}, Nurgalina H.B.²

Sibai Institute (branch) of Bashkir State University, Sibai, Russia

* Corresponding author (absalyam80[at]mail.ru)

Abstract

This article discusses the neologisms that appeared in the Russian language during the COVID-19 coronavirus pandemic. The explicators are language units of different levels, i.e. covid-vocabulary. The article pays special attention to the expression of the author's modality, i.e. the position of the author of the text in relation to both the covid-neologism itself and the phenomenon or object designated by this lexeme. The material for the analysis was the texts of Russian-language mass media, presented both on paper and in electronic form. According to the results of the study, the following conclusions were made: the most "sensitive" layer is the language of the media, covering the most current events, innovations, changes in all spheres of human activity. Accordingly, it can be argued that most of the neologisms get into the lexicon of speakers through the media. Accordingly, it can be argued that the neologisms used in media texts by journalists help to formulate the general attitude of the population to this problem.

Keywords: covid vocabulary, neologism, explicator, author's modality, coronavirus pandemic, COVID-19, mass media texts.

Введение

Как известно, в языке отображаются все изменения, происходящие в жизни общества. Если, с одной стороны, язык представляет собой устойчивую и консервативную систему, то, с другой стороны, он находится в непрерывном движении в течение всего своего существования в качестве средства коммуникации для представителей данного общества.

Самым подвижным слоем языка является лексика, т.е. словарный фонд. Открытия в области науки, появление новых культурных объектов, масштабные события в сфере политики и экономики – все эти явления находят свое прямое отражение в лексической системе языка, поскольку всякий новый объект или всякое новое явление требует незамедлительной номинации. Соответственно, одни слова появляются в словарном составе языка, другие переходят в пассивный запас с последующим исчезновением в силу отсутствия необходимости номинации устаревшего предмета. По мнению С.В. Ильясовой, новообразования не только тематически отражают все изменения, происходящие в различных сферах современной жизни, но и «способствуют интерпретации явлений действительности и пониманию специфики их восприятия в определенной лингвокультурной общности людей [8, С. 216-217].

Обсуждение

Принадлежность языковых новообразований к категории неологизмов является свойством относительным, так как в языке до сих пор нет критериев, согласно которым слову дается статус «неологизм». Проанализировав ряд дефиниций данного термина, мы пришли к выводу, что наиболее всеобъемлющим является определение В.В. Виноградова, который характеризует их как «не просто новые, а очень новые, новенькие, совсем недавно появившиеся слова, новизна и свежесть которых ощущается говорящими. Пребывание слова в «неологизмах» обычно непродолжительно. Если слово образовано удачно, а явление, которое им обозначается, прочно вошло в язык, название этого явления перестаёт быть неологизмом, становясь обычным словом языка» [5, С. 205].

Язык средств массовой информации (далее СМИ) нередко называют лакмусовой бумажкой состояния языка. Практически все, что касается проблем языка как феномена, в наиболее полной, и, пожалуй, острой форме отражается в языке СМИ [1, С. 80-86]. Следовательно, и новое слово, перед тем как получить статус общеупотребительного, из уст своего сочинителя попадает прямо в СМИ. В то же время можно сказать, что язык СМИ играет большую роль в развитии самого языка, поскольку сочинителями неологизмов в большинстве случаев выступают именно сами авторы газетных и журнальных статей. Особенностью текстов газетных публикаций является влияние мировоззрения автора на восприятие аудитории посредством языковых ресурсов, с их помощью автор высказывает свою точку зрения, но не как отдельный субъект, а как обобщенное лицо, выступающее от имени группы людей. В современных лингвистических исследованиях с этой целью активно используется термин «образ автора», означающий «...имплицитно или эксплицитно отраженную в тексте информацию об общих свойствах отправителя данного текста» [4, С. 112]. О.С. Муранова считает более целесообразным употребление термина «позиция автора», «так как здесь речь идет о различных средствах выражения отношения автора к предмету сообщения, а также авторской оценки существующих научных взглядов, теорий, мнений и т.д.» [9, С. 240]. Следует отметить, что явления, объединенные тем признаком, что все они, так или иначе, - грамматически, лексически или интонационно - выражают отношение говорящего к сообщаемому или сообщаемого к действительности в языкознании определяются термином «модальность» [10, С. 214].

В.Г. Адмони понимает модальность как оценку реальности действия, которая выражается категориями утверждения и отрицания [2, С.56].

Цель и замысел журналиста, необходимость завоевать доверие читателя являются источником формирования авторского образа и интерпретации события. Т.Г. Добросклонская отмечает, что «творческая языковая личность порождает тексты с коммуникативно-прагматической установкой на креативное общение, используя при этом в качестве текстообразующих смысловых и оценочных доминант окказиональные образования, являющиеся, в свою очередь, эмблемами эпохи конца XX — начала XXI вв» [7].

В современной лингвистике насчитывается большое количество исследований, посвященных неологизации (И.В. Арнольд, С.И. Алаторцева, Ю.К. Волошин, Л.Л. Касаткин, Н.З. Котелова, А.И. Смирницкий, Н.М. Шанский и др.). Кроме этого, появляются работы, в которых изучается функционирование неологизмов, появившихся в период пандемии COVID-19 (Е.К. Сергеева, Н.В. Аксенова, О.Н. Селезнева, Ю.М. Шемчук и др.). Исследование возникновения и употребления неологизмов, связанных с пандемией, составляет научный интерес, поскольку дает представление об изменениях в лексическом составе русского языка, о его развитии.

Основные результаты

В рамках настоящей работы объектом нашего анализа выступили неологизмы, появившиеся в русском языке в период пандемии коронавируса. Материалом для анализа послужили СМИ тексты в связи с тем, что, как было уже отмечено выше, именно СМИ являются первоисточником, где раньше всех упоминается новая языковая единица. К лексике COVID-19 можно отнести слова, которые образовались в словарном запасе населения планеты в период с января 2019 года по настоящее время. В статье особое внимание уделяется выражению авторской модальности, т.е. позиции автора текста. Поскольку любая эпидемия или пандемия, любое заболевание представляет собой явление крайне нежелательное и негативное, неологизмы, появившиеся в период коронавирусной инфекции, часто имеют отрицательную коннотацию: 1) «Количество погибших от «коронабесия» минимум втрое больше, чем от коронавируса», - уверен известный экономист Михаил Делягин (Бизнес Online, 27.12.2020); 2) «Коронабесие продолжается. Кому выгодно повторное введение ограничений?» (Медицинская газета, 25.11.2020). Неологизм «коронабесие» появился по аналогии с исконно русскими словами «мракобесие» и «чужебесие» путем слияния двух компонентов – «коронавирус» и «бесие». Как видно из примеров, авторы используют этот термин для выражения неоправданной всенародной паники по поводу коронавируса. Следовательно, данный неологизм имеет отрицательное значение, в силу чего выражает негативное отношение автора к описываемому явлению.

В начале пандемии неологизмы «антимасочник» и «антиваксер» / «антипрививочник» имели негативное значение и использовались по отношению к лицам, которые якобы виновны в распространении вируса из-за отказа носить медицинскую маску или отказа вакцинироваться. Однако с течением времени общество убедилось, что ни маски, ни вакцина не защищают человека от заражения нововирусом, и, соответственно, данные лексемы позже приобрели более положительную коннотацию:

1) «Масочники» против «антимасочников»: из рекомендаций ВОЗ ясно следует, что маски нужны далеко не всем. Более того, они опасны для отдельных категорий людей (Дагестанская правда, 22.12.2021);

2) «Я не антиваксер, я против укола непроверенной бякой», - говорит музыканта Юрий Лоза;

3) Актриса и телеведущая Мария Шукшина в Фейсбуке написала, что перечисленные в письме «антипрививочники» в большинстве своем не против процесса вакцинации, а против порядка его реализации (Би-би-си: Русская служба, 21.11.2021).

Из примеров ясно, что авторы выражают свое негативное отношение к тотальному принудительному ношению масок или тотальной вакцинации, а не наоборот.

Как известно, многие неологизмы в период пандемии появились в первую очередь в английском языке. Это неудивительно – английский язык является признанным официальным языком в деловом мире, в сфере политики и экономики, здравоохранения. Слова “covidiot” и “covid-dissident”, появившиеся в словаре англоязычного сленга Urban Dictionary в самом начале пандемии, вошли в лексикон русскоязычных в 2020 году с исходной отрицательной коннотацией: ковидиот – это тот, кто безрассудно пренебрегает средствами коллективной и индивидуальной защиты в период распространения коронавирусной инфекции COVID-19 (Астахов 3); ковид-диссидент – человек, неверующий в существование коронавируса, поэтому не соблюдающий санитарные меры безопасности [6]. На первых порах авторы

текстов СМИ использовали эти неологизмы для выражения недовольства по отношению к лицам, утверждающим, что COVID-19 не так опасен, как его малюют: *Квебекские «ковидиоты» планируют «нашествие» на торговые точки: эксперты по коронавирусу говорят, что поведение ковид-диссидентов их удручает* (Ведомости, 11.05.2020).

Однако с течением времени общество начало понимать, что по каким-то непонятным причинам пандемия «затянулась», хотя по статистическим данным количество жертв уменьшилось. В подобных условиях недоверия к власти вышеназванный неологизм «ковидиот» постепенно приобретает противоположное значение: это человек, который переоценивает вероятность гибели от коронавирусной инфекции, и, соответственно, принимает чрезмерные меры предосторожности: *Ковидиоты, или «Маски-шоу» в Вологде: охваченный маниакальной идеей спасения населения от злобедного коронавируса, губернатор Вологодской области Кувшинников железной рукой спасает неразумных вологжан от импортной заразы* (Горизонтальная Россия, 26.10.2020).

Ковид-неологизмы чаще всего встречаются в газетных заголовках по той единственной причине, что новое и неизвестное всегда способно заинтересовать читателя с первого взгляда: *Какие регионы выходят на работу, а какие продлевают «ковикулы»* (Новости в Башкортостане, 07.11.2021). Лексическое новообразование «ковикулы» появилось путем слияния двух основ – «ковид» и «каникулы» для обозначения школьных каникул, вынужденно продлеваемых в зависимости от эпидситуации в населенном пункте. По своему звучанию данный неологизм напоминает языковую игру (pun).

В период самоизоляции резко возросла роль интернета в жизни общества: важные деловые встречи, консультации, занятия, олимпиады, даже концерты и спектакли были переведены на дистанционный режим. В результате образовался целый ряд неологизмов, связанных с Интернет-платформами. Одним из самых популярных ковид-неологизмов среди представителей молодого поколения являются лексемы «zoom-вечеринка», «виртуальная вечеринка» и «онлайн-вечеринка»: *Рассказываем, как организовать и во что поиграть во время онлайн-вечеринки* (АиФ, 18.04.2020). В этих словах проскакивают нотки сарказма – проведение вечеринки в режиме онлайн кажется чем-то абсурдным и непонятным. У авторов публикаций двойное понимание подобного рода явления: *Онлайн-вечеринка пройдет в сервисе «VK Чекбэк» — специально ко дню рождения уже появилась вкладка «Вечеринка». Каждый пользователь может занять место за виртуальным праздничным столом* (Город, 01.10.2021). Соответственно, и отношение к ним нельзя назвать ни положительным, ни отрицательным, поскольку только малая часть населения понимает, как в действительности проходят виртуальные вечеринки.

Список неологизмов, образовавшихся в лексиконе русскоязычных в период пандемии коронавируса, пополняется ежедневно, так как никто определенно не может сказать, как долго это нежелательное явление будет продолжаться. Сами термины «пандемия», «вирус», «инфекция» уже несут негативную коннотацию, соответственно, и эмоциональная окраска ковид-лексики выражает отрицательную оценку называемого понятия, к примеру: *коронавирус, сатурация, ковид-госпиталь, санитайзер, коронафобия, цифровой концлагерь, чипизация, маскопаника* и т.д. Большая часть ковид-лексики является результатом остроумия и находчивости журналистов, политиков и иных известных лиц. Эти слова можно отнести к категории языковой игры (pun): *ковидиот, путикулы, зумификация, зумиться, коронапофигист, суперспредер, карантинки* (онлайн послания типа валентинок), *корониал* (ребенок, рожденный в период пандемии), *ковикулы, маскобесие* и т.д.

Заключение

Таким образом, проведенный нами анализ еще раз подтверждает тот факт, что язык как губка мгновенно впитывает все, что происходит в жизни общества. Наиболее «чувствительным» является язык СМИ, освещающий самые актуальные события, нововведения, изменения во всех сферах жизнедеятельности человека. Соответственно, можно утверждать, что большая часть неологизмов попадает в лексикон говорящих именно через СМИ. Естественно, не все ковид-неологизмы войдут в словарный фонд русского языка. С завершением пандемии многие из них постепенно перейдут сначала в пассивный слой лексики, а затем – в категорию архаизмов с последующим исчезновением.

Позиции авторов текстов СМИ к наименованиям, возникшим или актуализированным в период пандемии коронавируса COVID-19, являются социально значимыми и необходимыми для ориентации читателей, иногда для изменения их отношения к происходящему или убеждения их в истинности или ложности той или иной информации, поступающей из разных источников. Неологизмы, используемые в текстах СМИ журналистами, помогают сформулировать всеобщее отношение населения к данной проблеме. Окаzionaliальные слова нередко выступают главными смысловыми индикаторами текстов, репрезентируя актуальные социальные, экономические, политические, культурные и другие проблемы конкретного исторического периода.

При этом авторская модальность становится одним из ведущих способов интерпретации действительности, а СМИ задают приоритеты событий, интерпретируют их, преобразуя действительность, моделируя вторичную реальность.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Аветисян Н.Г. Язык СМИ как фактор развития языка / Н.Г. Аветисян // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. - № 4. – С. 80-86.
2. Адмони В.Г. О модальности предложения / В.Г. Адмони // "Ученые записки" Ленинградского пед.ин-та. Т.ХХI. Вып.1. – Л., 1956. – С. 56.

3. Астахов А. Ковидиоты, курс лимона и карантинулы: коронавирус подарил россиянам новые слова [Электронный ресурс] / А. Астахов // Волжская правда. – 1.05.2020. – URL: <https://gazeta-vp.ru/kovidioty-kurs-limona-i-karantikuly-koronavirus-podaril-rossiyanam-novye-slova/> (дата обращения: 04.01.2022)
4. Бакланова И.И. Образ автора и образ адресата нехудожественного текста / И.И. Бакланова // М: Наука, 2014. – 272 с.
5. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов. – М.: Наука, 1977. – 310 с.
6. Джеймс Ю. «Это равносильно убийству»: как врачи оказались на передовой борьбы с ковид-диссидентами [Электронный ресурс] / Ю. Джеймс, Е. Бердникова // Би-би-си: Русская служба. – URL: <https://www.bbc.com/russian/features-56566933> (дата обращения: 04.01.2022).
7. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 282 с.
8. Ильясова С.В. Словообразовательная игра: аспекты исследования / С.В. Ильясова // Русское словообразование. – 2005. – № 4. – С. 216-217.
9. Муранова О.С. Способы выражения позиции автора в тексте научнопопулярной статьи / О. С. Муранова // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. – 2009. – С. 238-244.
10. Шведова Н.Ю. Русская грамматика / Н.Ю. Шведова, Н.Д. Арутюнова и др. – М.: Изд-во «Наука», 1980. – 214 с.

Список литературы на английском / References in English

1. Avetisyan N.G. Yazyk SMI kak faktor razvitiya yazyka [The language of mass media as a factor of language development] / N.G. Avetisyan // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya [Bulletin of the Moscow University. Series 19. Linguistics and intercultural communication]. – 2002. - No. 4. – P. 80-86. [in Russian]
2. Admoni V.G. O modal'nosti predlozheniya [On the modality of the sentence] / V.G. Admoni // "Uchenye zapiski" Leningradskogo ped.in-ta. ["Scientific notes" of the Leningrad Pedagogical Institute]. Vol. XX1. Issue 1. – L., 1956. – P. 56. [in Russian]
3. Astakhov A. Kovidioty, kurs limona i karantikuly: koronavirus podaril rossiyanam novye slova [Covidioties, lemon course and quarantine: coronavirus gave Russians new words] [Electronic resource] [Electronic resource] / A. Astakhov // Volzhskaya Pravda [Volzhskaya Pravda]. – URL: <https://gazeta-vp.ru/kovidioty-kurs-limona-i-karantikuly-koronavirus-podaril-rossiyanam-novye-slova/> (accessed: 04.01.2022) [in Russian]
4. Baklanova I.I. Obraz avtora i obraz adresata nekhudozhestvennogo teksta [The image of the author and the image of the addressee of a non-fiction text] / I.I. Baklanova // M.: Nauka, 2014. – 272 p. [in Russian]
5. Vinogradov V.V. Izbrannye trudy. Leksikologiya i leksikografiya [Selected works. Lexicology and lexicography] / V.V. Vinogradov. – M.: Nauka, 1977. – 310 p. [in Russian]
6. Dzhеjms Yu. «Eto ravnosil'no ubijstvu»: kak vrachi okazalis' na peredovoj bor'by s kovid-dissidentami ["This is tantamount to murder": how doctors found themselves at the forefront of the fight against covid dissidents] [Electronic resource] / Yu. James, E. Berdnikova // Bi-bi-si: Russkaya sluzhba [BBC: Russian Service] – URL: <https://www.bbc.com/russian/features-56566933> (accessed: 04.01.2022). [in Russian]
7. Dobrosklonskaya T.G. Medialingvistika. Sistemnyj podhod k izucheniyu yazyka SMI [Media Linguistics. A systematic approach to the study of the language of the media] / T.G. Dobrosklonskaya. – M.: Flint, 2008. – 282 p. [in Russian]
8. Ilyasova S.V. Slovoobrazovatel'naya igra: aspekty issledovaniya [Word-formation game: aspects of research] / S.V. Ilyasova // Russkoe slovoobrazovanie [Russian word formation]. - 2005. – No. 4. – P. 216-217. [in Russian]
9. Muranova O.S. Sposoby vyrazheniya pozicii avtora v tekste nauchnopolulyarnoj stat'i [Ways of expressing the author's position in the text of a popular scientific article] / O. S. Muranova // Izv. Ros. gos. ped. un-ta im. A.I. Gercena [Bulletin of the Russian State Pedagogical A.I. Gercen University]. - 2009. – pp. 238-244. [in Russian]
10. Shvedova N.Yu. Russkaya grammatika [Russian grammar] / N.Yu. Shvedova, N.D. Arutyunova et al. – M.: Publishing House "Science", 1980. - p. 214. [in Russian]