

науч.-практ. конф., Белгород, 17–18 мая 2006 г. / Белгор. ун-т потреб. кооперации. – Белгород, 2006. – С. 148–154.

2. Человек в коммуникации: от категоризации эмоций к эмотивной лингвистике: сборник научных трудов, посвященный 75-летию профессора В. И. Шаховского. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2013. – 370 с.

3. Нашхоева, М. Р. Лингвистическая концепция эмоций и эмотивности текста / М. Р. Нашхоева // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2011. № 1 (218). – 95–98 с.

4. Немов, Р. С. Психологический словарь / Р. С. Немов. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 560 с.

5. Философская энциклопедия [Электронный ресурс. – Режим доступа: [https://dic.academic.rudic.nsf/enc\\_philosophy/206/%D0%92%D0%98%D0%9D%D0%90](https://dic.academic.rudic.nsf/enc_philosophy/206/%D0%92%D0%98%D0%9D%D0%90). Дата доступа: 25.08.21.

6. Sheers, Owen. I Saw a Man. / Owen Sheers. – London. Faber & Faber Limited 2015. – 310 p.

**УДК 811.111'373'38'42:616-036.21**

**О. Н. Чалова**

*(Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Гомель)*

## **ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСА COVID-19**

*В настоящей статье представлены результаты исследования, посвященного выявлению лексико-стилистических средств, используемых в дискурсе коронавирусной тематики. Как выяснилось, к специфической лексике изучаемого типа общения относятся метафоры, фразеологизмы, специфические неологизмы, отрицательнооценочные слова и некоторые другие лексические единицы.*

В рамках настоящей статьи под **дискурсом COVID-19** понимается любое общение (бытовое или официальное) коронавирусной тематики (например, диалог между членами семьи или друзьями о симптомах соответствующего заболевания, официальное сообщение директора школы о посещаемости учащихся на фоне коронавируса, объявление на двери магазина о необходимости использования защитных средств при осуществлении покупок и т. д.).

В фокусе нашего исследования находится такая разновидность дискурса COVID-19, как новостной интернет-дискурс, который содержит любые сообщения о вирусе SARS-CoV-2 и заболевании, которое он вызывает. Даже беглый обзор сегодняшних новостных лент в интернете показывает высокую степень популярности подобных статей. Как правило, это сообщения о статистике заболевших и выздоровевших (*статистический* новостной дискурс), о госпитализации и выздоровлении известных людей (*селебрити-дискурс*), о важности вакцинации, дезинфекции рук и ношения защитных средств (*социально ориентированный* новостной дискурс), об этапах эволюции вируса, о появлении новых штаммов, об истории появления и изучения SARS-CoV-2 (*научно-популярный* новостной дискурс COVID-19) и некоторые др.

Любая из этих разновидностей дискурса COVID-19 представляет большой интерес для лингвиста, поскольку отличается особыми языковыми маркерами, интересными выразительными средствами, анализ которых исключительно необходим для понимания специфики коронавирусной коммуникации. В связи с этим *целью* данной статьи является выявление лексико-стилистической организации изучаемого типа общения в совокупности всех его видов и подвидов.

По нашим наблюдениям, одной из лексических особенностей дискурса COVID-19 является широкая представленность в нем *специфических слов*, в том числе неологизмов и медицинской терминологии (*сатурация, санитайзер, локдаун, самоизоляция, карантинкулы* и др.): *Городские власти обсуждают введение локдауна с 20 июня, причем действовать он будет для тех, кто не прошел курс вакцинации. Работодателям рекомендовали перевести на удаленку почти треть сотрудников.* Еще недавно этих слов либо вовсе не существовало в языке, либо они использовались исключительно редко или только в определенной сфере общения (медицинской), однако в связи с изменившимися обстоятельствами стали очень популярными в языке массового общения.

Использование такой лексики в новостном дискурсе COVID-19 обусловлено как объективными причинами (появление новых реалий, требующих наименования, повышение социальной значимости явлений, которые ранее казались неважными), так и субъективными (прагматическими) факторами – декорирование текста и повышение степени его выразительности.

Конечно, наибольшей выразительностью отличаются сленговые слова (*голомордые, коронабесие, ковидиоты* и др.), однако по

большей части они являются атрибутом разговорной речи, в то время как в новостном дискурсе они почти не употребляются, а если и используются, то обычно в кавычках, как языковое средство, не типичное для официальной коммуникации, но в отдельных случаях весьма подходящее для передачи значения.

Еще одной лексической особенностью дискурса COVID-19 является частотное использование *лексики с негативной семантикой*, которая (лексика) содержит «негатив» в своем денотате, то есть оценивает отрицательные стороны опасного вируса и заболевания, которое он вызывает, *эксплицитно*: *Накануне Сергей Собянин заявил, что ситуация с распространением COVID-19 в Москве стремительно ухудшается. «Единственной защитой от заболевания COVID-19, которое становится причиной серьезных осложнений, является вакцинация», – заключил Мартынов.* Употребление подобной лексики как нельзя лучше отражает нынешнюю эпидемиологическую ситуацию в стране и за рубежом, а также отношение людей к ней.

Пожалуй, самым распространенным стилистическим (лексическим) средством в дискурсе COVID-19 является *метафора*, что объясняется ее ориентированностью на сопоставление двух сущностей, на сравнение чего-либо нового, непознанного (в данном случае коронавируса) с хорошо известным [1, 2 и др.]. Метафоры в новостных статьях коронавирусного профиля не отличаются разнообразием. Так, в изучаемых текстах можно встретить метафоры, относящиеся к ограниченному числу понятийных сфер, таких как война, спорт, живая и неживая природа, гастрономия и т. д. *За два дня съедается по 200–300 коек. С учетом того, как идет волна инфекции, это «вполне оправданно», заключил пресс-секретарь. Как и в случае с обычным липовым сертификатом, здесь речь идет о подделке документа, потому что прививку в итоге не делают. В случае гиперреакции иммунитета, то есть цитокинового шторма, применяются препараты для снижения иммунитета, так как иммунная система начинает слишком активную работу, в результате чего организм атакует сам себя.*

Примечательно, что одним из наиболее популярных стилистических приемов в дискурсе COVID-19 является *персонификация*, что, вероятно, объясняется стремлением журналистов закрепить за коронавирусной инфекцией конкретный образ непрошенного гостя, пришельца, опасного и неуловимого преступника: *Ранее, 16 июня, стало известно, что июньский пик заболеваемости COVID-19 некоторые эксперты связывают с проникнувшим на территорию России индийским вариантом коронавируса. По словам эксперта, это можно объяснить либо*

собственно биологическим преимуществом, когда этот вариант легче передается от человека к человеку, либо тем, что данный вариант эффективнее **уходит** от антител. Вирус за эти полтора года несколько тоже **изменил свое лицо**, мутировал», заключил врач.

С той же целью, что и метафоры в коронавирусном дискурсе используются и **фразеологизмы**. Как и метафоры, они помогают выразить отношение к конкретному явлению, служат средством формирования определенного эмоционального состояния, создания гнетущей атмосферы, эффекта запретности и опасности: *Врачи из «красной зоны» рассказали о новых симптомах коронавируса.*

Помимо названных, в дискурсе COVID-19 для создания образного представления широко используются и другие лексические средства, например **эпитеты**, опять же как правило отрицательно-оценочные (*Мы просто обязаны сделать все, чтобы в самые короткие сроки провести массовую вакцинацию и остановить страшную болезнь*), **интенсификаторы** и **слова с ограничительной семантикой** (*очень, максимально, абсолютно, только, единственный* и др.: *Сейчас это единственный способ сохранить жизнь и здоровье*) и проч., которые способствуют специфической организации текста, представлению действительности в особом свете.

В заключение сформулируем два вывода:

1) количество образов и метафор, складывающихся вокруг нового вируса, увеличивается ежедневно; однако система этих образов пока не устоялась, в связи с чем определить максимально точно общественное отношение (пусть и однозначно негативное) к заболеванию представляется сложной задачей;

2) лексические и стилистические средства, встречающиеся в дискурсе COVID-19, не отличаются оригинальностью, однако их шаблонность не исключает эмоциональный компонент в семантической структуре коронавирусного дискурса.

### Список использованной литературы

1. Будаев, Э. В. Когнитивная теория метафоры: новые горизонты / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2013. – № 1 (110). – С. 6–13.

2. Крюкова, Н. Ф. Метафорика и смысловая организация текста / Н. Ф. Крюкова. – Тверь : Твер. гос.ун-т, 2000. – 162 с.