

Н.А. Ахренова

ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА COVID-19

*Государственное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Государственный социально-гуманитарный университет»
140410, Московская область, г. Коломна, ул. Зеленая, 30*

В статье рассматривается репрезентация глобального научно-обывденного концепта COVID-19. Описываются основания, которые позволяют исследователю считать медицинское понятие COVID-19 именно концептом. Автор подчеркивает чрезвычайно важную роль неологизмов, отражающих изменения в социально-экономической и политической сферах. К исследованию англоязычных источников, словарей, сообщений в социальных сетях был привлечен метод концептуального анализа материала. Методы когнитивной лингвистики, лингвопрагматики, семантического анализа способствуют установлению связей языка, мышления и мировосприятия, осмыслению сложившихся социально-экономической и политической реальностей, дают возможность проследить реализацию новых смыслов в языке. Применение упомянутых выше методов к исследуемому материалу позволило выделить цветовые доминанты, характерные для исследуемого концепта, вербальные и невербальные средства отражения концепта COVID-19, в рамках полевой методики анализа языка выделить ключевые неологизмы, описывающие концепт.

Ключевые слова: COVID-19; неологизм; концепт; языковая игра; глобальный концепт; «карантинный этикет»; каламбур; пародия; лексико-семантические поля.

Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш, выступая перед Генеральной Ассамблеей ООН в январе 2020 г., метафорически назвал вызовы, которые ставят существование человечества под угрозу, «четырьмя всадниками Апокалипсиса». Первая угроза, по его мнению, – это высокий уровень геополитического напряжения, сложившийся в последние годы. Вторая – изменение климата. Третьим «всадником» он считает «растущее глобальное недоверие», четвертым – «темную сторону цифрового мира». В речи 22 сентября 2020 г. на общеполитических дебатах 75-й сессии Генеральной Ассамблеи он назвал пандемию «пятым всадником Апокалипсиса».

Ахренова Наталья Александровна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры германо-романских языков и методики их преподавания ГОУ высшего образования Московской области «Государственный социально-гуманитарный университет» (e-mail: nakhrenova@mail.ru).

Известно, что каждый кризис, в особенности кризис, связанный с изменением мироустройства, коим и является кризис периода пандемии COVID-19, характеризуется подъемом лингвистической креативности. В статье В.М. Живова «Язык и революция. Размышления над старой книгой А.М. Селищева» (2005) приводятся рассуждения автора о роли языковых изменений в ходе социальной перестройки общества: «Для того, чтобы понять, что происходит с языком в эпохи исторических катаклизмов, нужно рассмотреть его не как абстрактную систему (которую обычно и изучают лингвисты), но, скорее, как социальный инструмент» [Живов, 2005]. То же остается справедливым для эпохи, в которую в одночасье попало человечество. Автор ссылается на книгу А.М. Селищева «Язык революционной эпохи: Из наблюдений над русским языком последних лет. 1917–1926», опубликованную в 1928 г., и описывает влияние на язык Великой октябрьской социалистической революции, изменившей социальный и политический строй государства. Однако, на наш взгляд, все постулаты, изложенные А.М. Селищевым, применимы к современной эпохе корона-кризиса. Ведущие тенденции, которые характеризует автор, можно отнести к языку современного общества: это массовое заимствование иноязычной лексики путем калькирования и транслитерации; использование внутритекстовых коммуникативно избыточных глосс, которые, следовательно, выполняют не прагматическую, а символическую функцию (теперь это означает, что «я свой, я принадлежу к большинству», «я в теме»). Конечно, неуместно говорить о зарождении Coronaspeak, по аналогии с Netspeak, Techspeak, или о более узком, на наш взгляд, понятии Coronavirus slang. Сегодня мы столкнулись с первым после возникновения Интернета и начала интернет-коммуникации масштабным образованием и вхождением в мировые языки универсальных неологизмов, связанных с COVID-19, активным созданием нового этикета межличностного и делового общения, новой реальностью, созданной этим заболеванием, вхождением достаточно специфичной медицинской терминологии в бытовой язык и т.д., что повлекло за собой формирование концептосферы COVID-19. Мы ставим во главу списка именно неологизмы, так как они, будучи «словами или оборотами, созданными (возникшими) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия» [Ахманова, электронный ресурс], и лексика в целом являются наиболее чуткими индикаторами социально-экономических изменений, происходящих в обществе, фиксирующими эти изменения, закрепляясь в словарном составе языков.

Динамичное развитие Интернета и средств массовой информации, как отмечает ряд ученых, в том числе Т.Г. Добросклонская, оказывает огромное влияние на речепроизводство и распространение новых слов [Добросклонская, 2005: 3], что делает изучение процессов неологизации и концептуализации новых понятий и реалий на материале СМИ особенно актуальным и продуктивным.

Несмотря на устоявшуюся в лингвистике гипотезу Сепира-Уорфа о том, что структура языка определяет сознание, в марте 2020 г. она была оспорена, так как в один миг мир стал унифицированным глобальным сообществом, в языки которого одновременно вошли универсальные реалии, термины, образы, символы, лексемы, описывающие разразившуюся пандемию коронавируса. По мнению ученых, все многообразие лингвистических и лингвопрагматических средств языков, к которым относятся обозначенные аспекты, демонстрируют особенности мировосприятия и языкового сознания социума по представлению структуры и содержания наиболее значимых в плане культурной маркированности концептов, представляющих основные установки и ценности социума, важнейшие черты национального менталитета [Тер-Минасова, 2000: 35]. Но в марте 2020 г. и это устоявшее представление также потребовало пересмотра, как и тезис Гумбольдта о различии в способе мировосприятия. Так, с приходом глобальной медицинской проблемы у приверженцев идеи унифицированной картины мира появилось серьезное основание для проверки ее существования. Осмысливая новую реальность, социум продуцирует новые лексемы, возникают новые коллокации, концептуальные метафоры, паремии, меняется тональность текстов СМИ и т.д.

Проанализировав современные медиа и интернет-пространство, мы можем утверждать, что правомерно говорить о дискурсе пандемии коронавируса, в котором ключевой концепт – само понятие COVID-19. Сегодня стало очевидным, что некогда медицинский термин COVID-19 превратился в глобальный, а не национально специфичный, научно-обыденный концепт.

Анализ концептуальной сферы COVID-19 проводился с привлечением методов когнитивной лингвистики, лингвопрагматики, семантики, семиотики и т.д., которые дают возможность установить связь между языком, мышлением, социокультурными и прагматическими факторами, участвующими в формировании понятий и их языковой репрезентации. По мнению профессора О.В. Александровой, язык отражает понимание окружающего мира человеком, его знание языка и о языке, вербальное проявление различных концептов [Александрова, 2014: 19].

Исследуя дискурс пандемии COVID-19, мы обращаемся к ассоциативному полю и составляющим его крупным блокам – концептам, в частности, к ключевому концепту – COVID-19. Исследователи считают, что ассоциативное поле дискурса состоит из узловых компонентов – гештальтов (или более крупных – концептов), структура которых образует иерархию ассоциатов [Вишнякова, 2002: 20]. Благодаря ассоциативным связям в дискурсе происходит разворачивание концепта.

Бесспорно, концепт, будучи образованием ментальным и в высокой степени абстрактным, связан со словом, что указывает, по определению Н.А. Красавского, на «лингвистическую ценность внеязыкового объекта» [Красавский, 2001: 40–59], а у описываемого нами концепта COVID-19 она высока, так как без понимания лингвистической и образной составляющих этого концепта существование людей в новой реальности, в условиях *new normal*, будет значительно затруднено, а в некоторых случаях даже опасно для жизни.

С.Г. Воркачев предлагает следующую структуру концепта: понятийная; образная; значимостная [Воркачев, 1997]. Согласно описанию, данному концепту В.И. Карасиком, в любом концепте выделяют три составляющие: понятийную, образную и ценностную [Карасик, 2001].

Ключевой целью нашей статьи мы ставим описать вербальную (понятийную, ценностную, значимостную) и невербальную (образную, которая также является значимостной или ценностной) стороны концепта COVID-19.

Описание концепта COVID-19 мы хотели бы начать с невербальной стороны, а именно одного из самых поразительных изменений в процессе коммуникации – появления «карантинного этикета» (термин М.А. Кронгауза и А. Пиперского [Кронгауз, Пиперский, 2020]), который, по сути, разрушает этикет, складывавшийся десятилетиями. Наиболее яркими примерами можно считать *elbow bump/fist bump (fist pound, knuckles, knuckle knock etc.)* – дружественные жесты, которые сегодня заменяют традиционное рукопожатие. Однако они не являются новыми жестами и реалией сегодняшней пандемии, а появились еще в 2006 г., когда мир был под угрозой заражения птичьим гриппом (*avian flu*), и в 2009 г., когда человечество переживало эпидемию свиного гриппа (*swine flu*). До начала пандемии COVID-19 понятие личного пространства (*personal space*) варьировалось от культуры к культуре, зависело от возраста и пола, а также от того, в какой местности (крупном или небольшом городе, селе) проживает человек. Коронавирус унифицировал ряд правил, касающихся личного пространства и гигиены. Так, в нашу жизнь

прочно вошел оксюморон социальная дистанция (*social distancing*), которая во всех странах, независимо от доминирующей культуры, составляет не менее чем 1,5 м. Мы стараемся избегать прикосновений к лицу, что нарушает традиции, в частности, мусульман во время молитвы и т.д. Ранее ношение медицинских масок и перчаток не было частью этикета, например европейцев, хотя для жителей мегаполисов Китая, Кореи и других стран Дальневосточного региона это было нормой. Теперь же их носит весь мир, независимо от вероисповедания и национальной принадлежности. В этой связи в англоязычных лингвокультурах появился специальный термин *maskne*, который, в свою очередь, был транслитерирован в русский язык как *маскне* и обозначает разновидность масочного дерматита в виде акне. Также мы можем встретить такие лексемы, как *mask-hole* – человек, который отказывается носить маску, а также противоположное по значению *masking* – прятаться от коронавируса под маской.

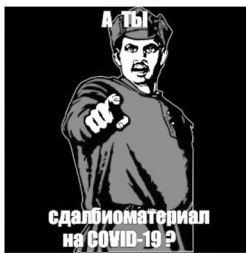
Нарушением правил толерантности и борьбы с дискриминацией отдельных слоев населения стало ограничение передвижений отдельных групп лиц, в частности, людей, принадлежащих возрастной группе 65+. Это не могло не отразиться в языке, фактом которого стали такие словосочетания, как эвфемизм *boomer remover* – вирус, убивающий представителей поколения бэби бумеров, т.е. людей, родившихся в период 1946–1964 гг. В русском языке некоторое время существовал термин «устранитель пожилых людей», появившейся как результат прямого перевода лексической единицы упомянутой выше.

Существенное количество новых этикетных формул появилось в связи с переходом значительной части деловой и личной коммуникации в сервисы онлайн-конференций, где бесспорное лидерство принадлежит сервису Zoom.us. Исследователи отмечают такие общие, универсальные для всех культур тенденции, как уточнение о корректности работы канала связи (уточнение видит и слышит ли вас собеседник). Тенденция отказа от отчества, следуя традициям западного мира, появилась уже достаточно давно, но с началом активного использования сервисов видеоконференций, где у каждого участника написано хотя бы имя, нет необходимости не только в отчестве, но и в традиционном знакомстве и назывании имени и отчества. Теперь пользователям соцсетей и мессенджеров нет смысла писать обращение, система пишет обращение за пользователя, что также способствует отказу от отчества. Однако наметилась тенденция к обращению по полному имени: Николай, Иван, Наталья, Ирина и т.д., что также унифицирует мировые культуры. Психологи

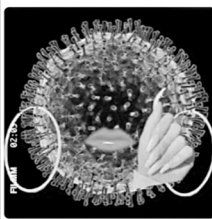
во всем мире говорят о поколении Zoom, описывая уровень образованности выпускников школ и вузов 2020 г., а также о поколении С (поколение COVID-19), т.е. о детях, которые пережили пандемию COVID-19. Кроме того, в английский лексикон вошло слово *coronallennial*, которое было транслитерировано в русском языке как *корониалы* и стало термином в психологии, обозначающим детей, родившихся через девять месяцев после начала пандемии. Лингвисты наблюдают вхождение в лексикон таких слов, связанных с использованием Zoom, как: бленды – *zoomeral* (zoom+funeral) – похороны в Zoom; сложные слова, образованные путем сложения двух и более основ, например: *zoombombing* – проникновение в zoom-конференцию участников, позволяющих себе оскорбительное поведение и высказывания по отношению к организатору и участникам (термин стал универсальным во всем мире и, например, в русском языке передается при помощи приема транслитерации *зумбомбинг*); *zoom mom* – зум мама – мать, которая проводит много времени, работая в zoom; *zoom party* – вечеринка в зуме.

Опираясь на идеи Г. Дженкса и И.А. Мальковской, мы писали о том, что, ведущей для глобальных концептов, к коим, по нашему мнению, относится изучаемый нами концепт, мы считаем именно невербальную составляющую [Ахренова, 2021]. Так, Г. Дженкс пишет: «...процессы глобализации обусловили потребность в кросс-культурных контактах, что сформировало потребность в релевантных формах обмена информацией, а визуальная информация оказалась наиболее удобной формой донесения смысла с минимизацией информационных потерь и скорости восприятия, обработки и обратной связи» [Jenks, 1995: 288]. И.А. Мальковская говорит, что «резко возросла доступность видов и объектов информации; интернет-коммуникации меняют представления о пространстве и времени; развернулась универсализация шоу-культуры, рождающей новые представления о досуге, свободном времени, самореализации, самопрезентации; смешение культур создает транскультурное мышление и т.д.» [Мальковская, 2008: 46]. В этой связи невербальная семиотика приобретает сегодня особую актуальность и ее коды требуют детального изучения.

Перечислим лишь некоторые аспекты, которые являются ведущими для концептуализации понятия COVID-19: мемы с частичной или полной креолизацией; агитационный плакат; политическая карикатура и т.д. В этих видах креолизованных текстов вирус олицетворяется, персонифицируется, ему придаются черты живого организма, разумного существа.



Miss Rona fleeing after her successful world tour



Если ты не видишь вирус, вирус не видит тебя



Говоря о семантике цвета эпохи пандемии, можно, как и в других сферах, обнаружить новации. Так, до пандемии коронавируса традиционно изображения, связанные, например, с эпидемией чумы или испанки, были в черных тонах, тонах траура, боли, горя, так как эти болезни развивались мгновенно, с явными и острыми симптомами, были, бесспорно, опасны, но имели однозначный и предсказуемый сценарий развития. Однако с приходом сегодняшней пандемии ее цветом стал красный, который символизирует запрет, опасность, тревогу, страх. Геном вируса всегда изображается черным или темно серым, а самые его опасные части, шипы, в красном цвете. Китайский художник Чжан Хуань провозгласил «цветом пневмонии – красный» в своей серии картин, посвященных развитию пандемии. Желтый цвет также получил новое, противоречивое звучание. С одной стороны, появилось большое количество предупреждающих и запрещающих знаков на желтом фоне, что сделано по аналогии с дорожными знаками, обозначающими временный характер этого знака, например, на время дорожных работ, но в то же время носящих предупредительный или запретительный характер. Однако на подобных знаках присутствует сочетание желтого и черного цветов, которые традиционно используются в зонах ради-

ационного заражения или запрещают доступ в места хранения вирусов. С другой стороны, в ряде культур, например, в Китае, желтый цвет описывается как символ внутренней энергии, тепла, восходящего солнца, а для европейцев – это цвет искренности, открытости и смелости. Не зря президент России В.В. Путин выбрал костюм химзащиты именно насыщенного желтого цвета для входа в «красную зону» в больнице в «Коммунарке». Целью данного похода было показать людям, что вирус не так уж страшен и опасен, если грамотно соблюдать меры безопасности. Но в прессе этот цвет, чаще всего, используется в его первой трактовке.

Белый и голубой цвета стали также символами пандемии – в оппозиции черному цвету они символизируют надежду на спасение, утешение, спокойствие. В марте эксперты по цветотерапии назвали среди цветов, которые стимулируют творческую деятельность и поднимают настроение во время самоизоляции из-за пандемии коронавируса, именно голубой. К голубому цвету в одежде прибегала и королевская чета Принца Уильяма и Кейт Миддлтон, которые при общении с гражданами старались использовать в одежде именно голубой. Белый, как символ надежды на спасение, был отражен в слогане, популярном в последний год: «Ангелы в белых халатах».

Символами пандемии, безусловно, можно считать маски, социальное дистанцирование, сам геном коронавируса, товары, находящиеся в дефиците.

Описывая лингвистические изменения, произошедшие за год пандемии, необходимо отметить возросшее количество лексем в группе оппозиций «свой-чужой» и «сближение-удаление». Так, к первой категории можно отнести такие слова, как: *quaranteam*, *cluster* ≠ *corona-dissident*, *covidient* ≠ *covidiot*, *coronafool*, *coronasceptic*, *coronagoamers*.

Описывая концепт COVID-19, невозможно не учитывать некоторые изменения в морфологии английского языка. К ним мы относим ставший продуктивным суффикс *-exit*, после появления понятия *Brexit* и *Megexit*, который также можно найти и среди лексики, образованной в период пандемии, например, *coronaexit* – выход человечества из пандемии COVID-19. Кроме того появился ряд продуктивных префиксов, к которым мы относим: префикс *iso-*, например, *iso-banking* – банковские операции, производящиеся удаленно на самоизоляции; *iso-beard* – борода, которая выросла у мужчин за время пандемии, а до этого времени они ее не носили и т.д.

Универсальной приметой морфологии эпохи пандемии можно считать продуктивность корня *corona/covid*, который, благодаря его продуктивности, можно считать полуаффиксом (*semi-affix*):

Английский язык	Русский язык	Финский язык	Шведский язык
<i>corona</i> -era – период пандемии коронавируса; <i>coronabubble</i> – место изоляции; <i>coronacoaster</i> перепады настроения в период пандемии	<i>коронавирусная</i> инфекция, <i>ковид</i> положительный/отрицательный, <i>ковидиот</i> , <i>корониалы</i> и т.д.	<i>Koronatuki</i> (господдержка для бизнеса); <i>koronapokolainen</i> (человек, сбежавший в провинцию, чтобы избежать заражения); <i>koronalinko</i> (человек или место, эффективно распространяющие вирус вокруг себя, «суперзаражатель») и т.д.	<i>coronatider</i> («времена короны»); <i>coronaavstånd</i> (социальная дистанция); <i>coronaoffer</i> (жертва короны) и т.д.

Смешение кодов различных семантических систем и всевозможные сокращения, усечения и т.д., характерные для языка интернета, получили широкое распространение при номинации явлений и процессов, специфичных для эпохи пандемии COVID-19, например: *2019-nCoV*, *COVID-19*, *MERS-CoV*, *NHS test*, *CDC (Centers for Disease Control)*, *PPE (Personal protection system)*, *RNE virus (PHK вирус)*, *SARS/MERS*, *BC (Before the COVID Era)*, *ACV (After the COVID Era)*, *Rona (Corona)* и пр. Проанализировав примеры, можно констатировать, что аббревиатуры представляют собой концептуальные структуры, соотносимые с различными жанрами в медиа пространстве. «При любой концептуализации фрагмента действительности одни аспекты реальности акцентируются, актуализуются, другие затушевываются, уходя в фон: происходит схематизация реальной действительности» [Падучева, 2004: 157]. Подобная схематизация является одной из ключевых характеристик сегодняшней коммуникации, которая претерпела значительные изменения при массовом распространении интернет-коммуникации. Аббревиатуры – коды, известные группе пользователей, которые упрощают и схематизируют процесс коммуникации, экономят место, время и создают креолизованность, понятную и доступную только «избранным». Таким образом, можно сделать вывод, что «инициальные аббревиатуры, возникающие в современном языке, реализуют функции номинации, “экономии усилий” в рамках норм того или иного языка, а также обладают повышенной экспрессивностью путем использования знаков разных семиотических кодов в зависимости от прагматической установки создателей аббревиатуры. Однако “закон экономии усилий” Дж. Ципфа в результате нарушается из-за невозможности однозначной интерпретации аббревиатур-акронимов, а количество современных аббревиатур мешает качеству их восприятия» [Максименко, 2018: 230]. Но из-за термина *corona* /

корона, ставшего, по сути, универсальным, аббревиатуры, в которые так или иначе входит этот компонент, также стали универсальными. В сложившейся сегодня в мире ситуации сочетания, подвергающиеся аббревиации, принадлежат медицинской сфере, сфере защиты от вируса, что еще раз демонстрирует близость медицинской терминологии обществу. Опять же это ключевые слова, которые, по мнению медицинского сообщества, через СМИ должны быть доведены до сведения масс и значение их должно быть всем понятно. Кроме того, в данном случае аббревиатуры помогают носителям языка избежать сложных и трудных для запоминания терминов, таких как, например: *SARS-CoV-2 (Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus 2)* и пр.

Рассмотрение внешней семантической организации лексики, представляющей дискурс пандемии COVID-19, и оязыковлени его ключевого концепта, представляется целесообразным с точки зрения вхождения в состав лексико-семантических полей, где ядром является наименование самого заболевания COVID-19 или Coronavirus (коронавирус), а к его периферии относятся номинации, характеризующие: симптомы и особенности протекания заболевания (*pandemic – пандемия, loss of taste – потеря вкуса, dry cough – сухой кашель, airborne disease – аэробная инфекция, death toll – уровень смертности, Index patient – нулевой пациент, Droplet transmission – передача воздушно-капельным путем, antibody therapy – терапия антителами, side effect – побочный эффект, morbidity – заболеваемость, Intubation – интубация, asymptomatic patient – бессимптомный пациент, blood saturation – сатурация крови, incubus of viral plague – разносчик инфекции, infectious agent – возбудитель инфекции, oxygenation – оксигенация и т.д.*), меры безопасности (*social/physical distancing – социальное дистанцирование/социальная дистанция, disinfectant – дезинфицирующее средство, face mask – маска, sanitizer (sanny) – санитайзер, travel restrictions – ограничение на передвижение/перемещение, contact tracing – отслеживание контактов, masking – ношение маски, hand hygiene – гигиена рук, , antiviral medicines – противовирусные средства, immunise – иммунизировать, Coronavirus vaccine – вакцина против коронавируса, to prevent from community spread – предотвратить распространение инфекции и т.д.*), негативные социально-экономические изменения (*corona-recession – экономическая рецессия, covid-19 crisis/corona crisis – корона кризис, hamsterkauf – гречкохайн/макроновирус – нездоровый ажиотаж, связанный с массовой закупкой некоторых товаров первой необходимости, infodemic – неконтролируемые информационные потоки, содержание которых может вводить в заблуждение или даже наносить вред психическому здоровью;*

desinfodemic – дезинфодемия – распространение ложной информации); группы людей по признаку их отношения к коронавирусу (*moronas/covidots* – ковидиоты, *maskhole* – маскхолы, голомордые, *coronasceptic* – корона скептик, *covid survivors* – вылеченные от ковида, *super-spreader* – суперраспространитель, *balconazis* – балконнаци – люди, оскорбляющие тех, кто ходит по улице, *pandemic pod* – пандемическая капсула – группа детей из двух и более семей, получающая образование частным образом во время самоизоляции). Если в начале пандемии лексемы, принадлежащие микрополю «изоляция и социальное дистанцирование», можно было отнести к микрополю «меры безопасности», то сегодня мы можем говорить о нем как о самостоятельном образовании, так как за последние полтора года вынужденного соблюдения изоляционных мер появилось значительное число лексических единиц, описывающих плюсы и минусы такого состояния, основные способы и виды времяпрепровождения в одиночестве, осуществление социальных действий, которые некогда было принято осуществлять в личном присутствии, например, расставание с партнером, создание новых отношений, похороны, совместные праздники и т.д. Мы считаем, что к лексемам данного микрополя можно отнести, например: *coronacation* – карантикулы – вынужденные оплачиваемые каникулы во время пандемии, *self-quarantine* самоизоляция, *corona shutdown/lockdown* – локдаун, *quarantier* – карантье – владелец собаки, сдающий ее в аренду для прогулок.

Одной из естественных реакций человека на негативные изменения в жизни или опасность, после испуга или шока, является юмор – по сути защитное средство для психики человека, объяснимо стал чрезвычайно распространенным способом вербализации рассматриваемого концепта. Чаще всего для юмористического эффекта мы прибегаем к следующим лингвостилистическим приемам:

– каламбур, например: – *What is opposite of anti-biotics?* – *Uncle-biotics*; – *Is coronavirus ruining all your plans for 2020? Save them for 2022.* – *Because 2022 is 2020 too*;

– пародия, основанная на прецедентных, культурно маркированных текстах, яркими примерами которой можно считать: *All we need is gloves* – *All we need is love* (*The Beatles*); *Covido, ergo zoom* – *Cogito, ergo sum* (Рене Декарт);

– игра слов, основанная на омонимии и антонимии, например: *I'm a social vegan. I avoid meet. Positive (adj.) The most negative word of 2020. Any ideas for games to play during self-imposed social distancing? (Other than Solitaire)*;

– обыгрывание маркированных для культуры феноменов: 13: *I'm the worst number in the world.* 666: *That's cute.* 2020: *Hold my beer.*

В статье мы предложили результаты анализа изменений, произошедших в русском и английском языках в период с марта 2020 по май 2021 г., которые превратили медицинский термин, именующий заболевание, в ключевой глобальный концепт года, встречающийся как на страницах мировых СМИ, так в повседневном общении в социальных сетях, мессенджерах и т.д. С позиций современной лингвистики были выявлены основные ассоциаты, моделирующие этот концепт. Большинство выявленных тенденций имеют ярко выраженную негативную окраску и отражают общие настроения в социуме по отношению к пандемии и ее последствиям, что представляется вполне объяснимым и понятным. Примеры, использованные в статье, помимо информационной нагрузки, представляют яркий иллюстративный материал, отражающий общественное мнение и настроение в социуме. Исследованные в статье приемы осуществляют непосредственное воздействие на обывателя, помогают его адаптации к новым условиям жизни, делают подачу информации образной. Примененные в статье методы анализа способствуют глубокой интерпретации глубинных смыслов, что помогает раскрыть неразрывную связь между языком и мышлением.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Ахренова Н.А.* Доминанты современной интернет-лингвистики: Дисс. ... докт. филол. наук. М., 2019.
2. *Ахренова Н.А.* Невербальная презентация концепта COVID-19 в интернет-пространстве // Иностранные языки в высшей школе. 2021. № 1 (56). С. 5–14.
3. *Александрова О.В.* Формирование концептуальной картины мира на основании изучения лексико-грамматической системы языка // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. № 3. С. 19–27.
4. *Вишнякова О.Д.* Языковой знак в референциальном поле культурной памяти социума // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4. С. 50–66.
5. *Вишнякова О.Д.* Язык и концептуальное пространство (на материале современного английского языка). М., 2002.
6. *Воркачев С.Г.* Безразличие как этносемантическая характеристика личности: опыт сопоставительной паремиологии // Вопросы языкознания. 1997. № 4. С. 115–124.
7. *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской речи. М., 2005.
8. *Живов В.М.* Язык и революция. Размышления над старой книгой А.М. Селищева. 2005. Электронный ресурс. URL: <https://magazines.gorky.media/oz/2005/2/yazyk-i-revolucziya-razmyshleniya-nad-staroi-knigoi-a-m-selishheva.html> (дата обращения: 01.06.2021).
9. *Карасик В.И.* О категориях лингвокультурологии // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. Волгоград, 2001. С. 3–16.
10. *Красавский Н.А.* Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: Монография. Волгоград, 2001. С. 40–59.

11. *Красных В.В.* Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация. М., 1998.
12. *Кронгауз М.А., Питерский А.* Просветитель. Online. Карантинные диалоги #1. Электронный ресурс. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qXNpU1yYfkk> (дата обращения: 01.06.2021).
13. *Максименко О.И.* Вариативность представления интернет-аббревиатур и проблема их интерпретации (на примере английского, немецкого и французского языков) // Вариативность и вариантность в германских и романских языках: типологические, региональные и социальные измерения: коллективная монография / Отв. ред. Т.В. Писанова. М., 2018. Разд. VII. С. 230–245.
14. *Мальковская И.А.* Визуальная культура: проблемы самоидентичности // Гуманитарные науки: теория и методология. 2008. № 4. С. 46.
15. *Падучева Е.В.* Динамические модели в семантике лексики. М., 2004.
16. *Тер-Минасова С.Г.* Язык, личность, Интернет // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2000. № 4. С. 35.
17. *Jenks Ch.* Visual Culture // Routledge. L., 1995.

Natalia A. Akhrenova

REPRESENTATIONAL PECULIARITIES OF THE CONCEPTUAL SPHERE COVID-19

*State educational organization of
higher education of Moscow Region
“State University of Humanities and Social Studies”
30, Zelenia str., Kolomna, Moscow Region, 140410*

In this article the question of representation of the global scholastically common concept COVID-19 is described. The author gives reasons for considering the medical term COVID-19 as the conceptual sphere. The predominant role of the buzzwords is highlighted, as they reflect the changes in socio-economic and political areas. The author resorts to the methods of cognitive linguistics, ligvo-pragmatics and semantics analyzing the research material, which help to establish connections between cognition and perception, understanding of the existing socio-economic and political realities to trace the implementation of new meanings in the language. Applying the above mentioned methods to the material under analysis enabled the author to single out dominant color characteristics of the studied concepts, its verbal and non-verbal (“quarantine etiquette”, creolized text etc.) means of describing the conceptual sphere, the key buzzwords and lexico-semantic fields they comprise, and ligvo-stylistic means and devices, such as parody, pun etc.

Key words: COVID-19; buzzword (neologism); concept/conceptual sphere; word play; global concept; “quarantine etiquette”; pun, parody; lexico-semantic field.

About the author: *Natalia A. Akhrenova* – Dr.habil in Philology, Associate Professor, professor of the Department of Germanic-Romance languages and methodology of State educational organization of higher education of Moscow Region “State University of Humanities and Social Studies” (e-mail: nakhrenova@mail.ru).

REFERENCES

1. Akhrenova N.A. 2019. *Dominanti sovremennoi internet-lingvistiki*: Diss.na soisk..... doktora philol.nauk. Moscow. (In Russ.)
2. Akhrenova N.A. 2021. Neverbalnaia presentatsia kontsepta COVID-19 v internet-prostranstve. *Inostrannii iazyki v vishei shkole*, no. 1 (56), pp. 5–14. (In Russ.)
3. Aleksandrova O.V. 2014. Formirovaniye kontseptual'noj kartiny mira na osnovanii izucheniya leksiko-grammaticheskoj sistemy yazyka [Formation of the conceptual world outlook on the basis of the study of the lexico-grammatical language system]. *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication*, no. 3, pp. 19–27. (In Russ.)
4. Vishnyakova O.D. 2015. Yazykovoj znak v referentsial'nom pole kul'turnoj pamyati sotsiuma [Language sign in the referential field of the social cultural memory]. *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication*, no. 4, pp. 50–66. (In Russ.)
5. Vishnyakova O.D. 2002. *Yazik i kontseptual'noe prostranstvo (na material sovremennogo anglijskogo yazika)* [Language and Concept Area]. Moscow, MAKS Press. (In Russ.)
6. Vorkachev S.G. 1997. Bezrazlichie kak etnosemanticheskaja kharakteristika lichnosti: opyt sopostavitel'noi paremiologii. *Voprosy Yazikoznania*, no. 4, pp. 115–124. (In Russ.)
7. Dobrosklonskaya T.G. 2005. *Voprosy izucheniya mediatekstov. Opyt issledovaniya sovremennoj anglijskoj rechi* [Questions of Media Studies. A Research Experience of the Modern English Speech]. URSS Publ. (In Russ.)
8. Zhivov V.M. 2005. *Yazyk i revoliutsia. Razmyshlenia nad staroi knigoi A.M. Selishheva*. URL: <https://magazines.gorky.media/oz/2005/2/yazyk-i-revolucziya-razmyshleniya-nad-staroi-knigoi-a-m-selishheva.html> (accessed: 1.06.2021). (In Russ.)
9. Karasik V.I. 2001. O kategoriiakh lingvokulturologii. *Yazikovaia lichnost': problemi kommunikativnoi deiatel'nosti*. Volgograd, pp. 3–16. (In Russ.)
10. Krasavskaja N.A. 2001. *Emotsional'nie kontsepty v nemetskoj i russkoj lingvokulturakh. Monographia*. Volgograd, pp. 40–59. (In Russ.)
11. Krasnykh V.V. 1998. *Virtual'naya real'nost' ili real'naya virtual'nost'? Chelovek. Soznanie. Kommunikaziya* [Virtual reality or real virtuality? Human Consciousness. Communication]. Moscow, Dialog-MSU. (In Russ.)
12. Krongauz M.A., Piperski A. *Prosvetitel'.Online. Karantinnie dialogy #1*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qXNpU1yYfkk> (accessed: 01.06.2021).
13. Maksimenko O.I. 2018. *Variativnost' predstavlenia internet-abbreviatur i problema ikh interpretatsii (na primere anglijskogo, frantsuzskogo i nemetskogo iazykov)*. In T.V. Pisanova (ed.) *Variativnost' i variativnost' v germanskikh i romanskikh yazikakh: tipologicheskie, regional'nie i socialnie izmerenia: kollektivnaia monographia*. Moscow, FGBOU VO. Razdel VII, pp. 230–245. (In Russ.)
14. Mal'kovskaja I.A. 2008. Vizualnaia kul'tura: problemi samoidentichnosti. *Gumanitarnii nauki: teoriia i metodologiya*, no. 4, pp. 46. (In Russ.)
15. Paducheva E.V. 2004. *Dinamicheskie modeli v semantike leksiki*. Moscow, Iazyki slavianskoj kultury. (In Russ.)
16. Ter-Minasova S.G. 2000. Yazyk, lichnost', Internet [Language, personality, Internet]. *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication*, no. 4, p. 35. (In Russ.)
17. Jenks Ch. 1995. *Visual Culture*. Routledge. London.