

УДК 81'373.43

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Шевцова Алеся Константиновна

заведующий кафедрой романо-германской филологии
Могилевского государственного университета имени А.А. Кулешова;
кандидат филологических наук, доцент
(г. Могилев, Беларусь)

Статья посвящена рассмотрению особенностей функционирования отдельных неологизмов, появившихся в медийном контенте в 2020 году. Предпринимается попытка обобщения их мотивированности и обоснования оправданности их использования.

Ключевые слова: неологизм, медийный дискурс, интернет-ресурсы, коронавирус, деанонимизация.

The article is devoted to the discussion of the functioning of some neologisms that appeared in the media content in 2020. The author has made an attempt to generalize the motivation of these neologisms creation and provide the justification of their use.

Keywords: neologism, media discourse, Internet-resources, coronavirus, deanonymization.

Язык является неотъемлемой частью любого социума. Он, подобно живому организму, эволюционирует вместе с его носителями. В нем отражаются кризисные события, происходящие на том или ином этапе развития общества, переломные и прогрессивные моменты. Традиционно, в первую очередь, данная тенденция реализуется на лексическом уровне языка. Словарный состав языка обогащается неологизмами. Появляются новые термины, что обусловлено возникновением новых явлений и объектов реальности. Чем динамичнее природа социальных, политических, религиозных, технических и других, в том числе глобальных, изменений, тем активнее в языке появляются новые понятия, которые в последующем могут закрепиться в употреблении и стать привычными лексемами, или исчезнуть в силу своей невостребованности.

Во время Великой Октябрьской социалистической революции вошли в повседневный оборот такие слова, как *советский, пионер, тракторист* и другие, а некоторые слова исчезли из обычного лексикона – *купец, князь, самодержец, городничий* и т. д. Ряд слов не исчезает совсем, а лишь переосмысливается и получает новый виток в своем развитии. Например, неологизм времен Второй мировой войны *блокбастер*, обозначающий особо мощную фугасную авиабомбу, в 70-е годы XX века перешел в театраль-ный сленг и стал обозначать крайне успешную пьесу, а затем стал все чаще применяться для описания успешного кинофильма. В конце 80-х термин *блокбастер* стал ассоциироваться с отдельным киножанром, так как приобрел новый смысл, начав восприниматься как нечто новое из сферы развлечений.

Две тысячи двадцатый год оказался крайне продуктивным с точки зрения возникновения неологизмов. Как отечественные, так и зарубежные языковеды уже приступили к анализу новых слов, появление которых интерпретируется как естественная и даже защитная реакция на все турбулентные процессы, происходящие сегодня в мире. Следует также отметить, что в сравнении с послереволюционным и послевоенным временем распространение неологизмов происходит более стремительно и глобально

благодаря средствам массовой информации (о роли СМИ см. [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 11; 12]).

Безусловно, наиболее сильное влияние на мировое сообщество оказал коронавирус. По мнению Е.Я. Шмелевой, неологизмы, каламбуры на тему коронавируса и других социально-политических проблем действительно способны помочь, психологически поддержать в трудной ситуации и отчасти снять напряжение в обществе [9]. Такие слова, как *коронапроявления*, *коронафейки*, *коронапаника*, *коронаскептики*, *коронадиссиденты*, *санитайзер*, *тепловизор*, *удаленка*, *самоизоляция*, *инфодемия*, имеют все шансы закрепиться в нашем повседневном лексиконе, так как они помогают охарактеризовать сегодняшнюю реальность. При этом часть неологизмов пришла в русский язык из английского, например, *quaranteam* (из *quarantine* (карантин) + *team* (команда) – люди, с которыми вы находитесь вместе на карантине, и ряд других. Еще один пример *covidiot* (*COVID* + *idiot*) – уже включен в онлайн-словарь слов и фраз англоязычного сленга Urban Dictionary и подхвачен русскими интернет-пользователями, так что в русской речи можно встретить слово *ковидиот*. *Ковидиот* – «это человек, который неадекватно реагирует на эпидемию коронавируса, слишком беспокоится или, наоборот, игнорирует опасность эпидемии» [9].

Помимо приведенных примеров в англоязычном медийном дискурсе можно обнаружить и другие неологизмы на тему коронавируса, которые, возможно, в перспективе получат распространение в других странах и языках. Например, *covideoparty* (онлайн вечеринки по видеосвязи Zoom, Skype), *sovexit* (постепенное ослабление ограничительных мер после локдауна (*lockdown*)), *Blursday* (неопределенный день недели из-за искаженного восприятия времени во время карантина), *zoombombing* (перехват видеозвонка в Zoom). При этом британские лингвисты (Р. Картер, К. Вичхолл и др. [10; 14]) отмечают необходимость продуцирования подобных каламбуров в кризисные моменты, поскольку языковая игра помогает не только снять психологическое напряжение в обществе, но и сплотить людей, помочь им быстрее адаптироваться к новой действительности [10]. Такие неологизмы и каламбуры служат в качестве лексического «социального клейстера, связующего элемента», помогают людям почувствовать единство перед лицом неизученной еще проблемы. Они становятся своеобразными «коллективными культурными ориентирами», артикулирующими общие мысли и мироощущения в отношении назревших проблем и вызовов времени.

Однако помимо вышеназванных важных функций неологизмов, они зачастую используются средствами массовой информации в превентивных целях – для того, чтобы обратить внимание общественности на назреваю-

щую проблему, на изменение существующей ситуации в худшую сторону и необходимость принятия незамедлительных мер по ее исправлению. Например, журналисты британской газеты the Guardian неоднократно в 2019–2020 годах отмечали факт вынужденного изменения терминологии в отношении отдельных экологических аспектов. Так, устоявшийся термин *climate change* предлагают заменить более эмоционально окрашенным неологизмом *climate emergency, crisis* или *breakdown*. Ставший традиционным термин *global warming* заменен на *global heating* [13]. По мнению специалистов, устоявшиеся термины пассивны и нейтральны. Они не отражают реальной ситуации, назревающей экологической катастрофы, что неправильно было бы игнорировать и продолжать использовать те же слова для обозначения наиболее острых экологических проблем.

В целом современная жизнь настолько динамична, что порой за появлением одного неологизма, стремительно следует возникновение другого – отменяющего, аннулирующего или нейтрализующего первый. Например, совсем недавно в лексикон всех СМИ уверенно вошел неологизм *фейк*. Это калька с английского языка, обозначающая заведомо ложное распространение информации, сообщение, в которое не стоит верить. Однако уже сегодня в широкое употребление вошел неологизм *антифейк* – разоблачение фейка, выведение на чистую воду. На телеканале ОНТ даже появилась рубрика Антифейк, в которой журналисты разбираются, каким новостям можно доверять, а что представляет собой информационный мусор.

Отдельного внимания требует неологизм *деанонимизировать*, набирающий популярность не только в русскоязычных странах, но и в странах Европы и США. Интернет-ресурсы дают следующее определение *деанонимизации* – «нарушение анонимности, заключающееся в публикации персональных данных участника Интернета. Под *деанонимизацией* может также пониматься сопоставление нескольких аккаунтов одного человека на одном или нескольких интернет-сайтах» [1]. Данная дефиниция рассматриваемому явлению была дана в октябре 2020 года, а уже в ноябре 2020 года происходит анонсирование нового значения неологизма в средствах массовой информации. В новом истолковании *деанонимизация* – это раскрытие личности полицейских и других военных во время выполнения задания и проведения ими специальных операций по задержанию преступников. Во Франции был предложен законопроект «О глобальной безопасности», запрещающий фотографировать полицейских и публиковать их фото с целью предотвращения угроз в их адрес и дальнейшего преследования. Данный закон возмутил журналистов и правозащитников, в результате чего СМИ наполнились сообщениями о новом феномене, название которому *деано-*

нимизация. Данный пример демонстрирует, насколько быстро происходит рождение, а в некоторых случаях, перерождение неологизмов.

Следует отметить, что неологизмы возникают в тех лексических нишах, где осталась либо вновь образовалась пустота, незаполненность нового смысла физической языковой оболочкой – лексемой. Ведь глагол *деанонимизировать* не является синонимом глаголов *раскрыть* или *разоблачить*. Он имеет более сложную семантику. Так же как и *фейк* не будет считаться синонимом лжи. Это нечто совершенно новое в контексте современной неустойчивой и турбулентной реальности.

Литература

1. Деанонимизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wikireality.ru/wiki/Деанонимизация>. – Дата доступа : 25.11.2020.
2. Шевцова, А.К. Социокогнитивный план вербализации русскоязычного публицистического дискурса / А.К. Шевцова // Современный дискурс-анализ ; гл. ред. Е.А. Кожемякин. – № 3 (24). – 2019. – С. 38–44.
3. Шевцова, А. К. Теоретические основания социокогнитивного исследования медийного дискурса/ А.К. Шевцова // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте –VI : сборник науч. статей / под ред. Е.Е. Иванова. – Могилев: МГУ имени А.А. Кулешова, 2020. – С. 32–36.
4. Шевцова, А. К. Вербализация морально-этического компонента в детском теледискурсе / А.К. Шевцова // Религия и общество – 14 : сборник науч. статей / под общ. ред. В.В. Старостенко, О.В. Дьяченко. – Могилев: МГУ имени А.А. Кулешова, 2020. – С. 225–227.
5. Шевцова, А.К. Взаимосвязь дискурса социальной рекламы и картины мира в британской, русской и белорусской лингвокультурах / А.К. Шевцова // Профессиональная коммуникативная личность в институциональных дискурсах : тез. докл. междунар. круглого стола, Минск, 22–23 марта 2018 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: О.В.Луцинская (отв.ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2018 г. – С. 118–121.
6. Шевцова, А.К. Вербализация коммуникативного воздействия социальной рекламы / А.К. Шевцова // Куляшоўскія чытанні : матэрыялы Міжнарод. навук.-практ. канф., г. Магілёў , 19 красавіка 2018 г. / пад рэд. С.Э. Сомова. – Магілёў : МДУ імя А.А. Куляшова, 2018. – С. 214–217.
7. Шевцова, А.К. Воздействующий потенциал интернет-дискурса в сопоставительном аспекте / А.К. Шевцова // Молодые ученые в инновационном поиске : материалы VI Междунар. науч. конф., Минск, 23 – 24 мая 2017 г. / отв. ред. Т.П. Карпилевич. – Минск : МГЛУ, 2018. – С. 16–19.
8. Шевцова, А.К. Коммуникативно-речевые приемы и средства их языковой реализации в англо- и белорусскоязычном медиадискурсе / А.К. Шевцова // Итоги научных исследований ученых МГУ имени А. А. Кулешова 2019 г. : материалы научно-методической конференции, 29 января – 10 фев-

- раля 2019 г. / под ред. Н. В. Маковской, Е. К. Сычовой. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2020. – С. 76–77.
9. Шмелева, Е.Я. Заразительные неологизмы / Е.Я. Шмелева // Журнал "Коммерсантъ Наука" [Электронный ресурс]. – 2020. – №10. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4323125>. – Дата доступа: 20.11.2020.
 10. Carter, R. Common language: corpus, creativity and cognition / R. Carter // Language and literature: international journal of stylistics [Electronic resource]. – Mode of access: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/096394709900800301?casa_token=tN2-vOd6814AAAAA%3AagvASf4kerYBh6OHGfc_XgDaifOIqfpHkeMekAqMsA8Ip6GXaardqvkFemfhN4ek4_hO97x623zZg&. – Date of access: 20.11.2020.
 11. Shevtsova, A. Stylistic features of British newspaper headlines in the diachronic aspect / A. Shevtsova // Studies in Linguistics, Culture and FLT. – Volume 5 : Viewpoints and perspectives in Discourse studies. – Shumen : Konstantin Preslavsky University of Shumen, 2019. – P. 66–76.
 12. Shevtsova, A. The socio-cognitive aspect of verbalization of journalistic discourse / A. Shevtsova // Studies in Linguistics, Culture and FLT. – Volume 8. – Issue 2 : Exploring English studies: Aspects of language, culture and the media. – Shumen : Konstantin Preslavsky University of Shumen, 2020. – P. 7–18.
 13. Why the Guardian is changing the language it uses about the environment // the Guardian [Electronic resource]. – Friday 17 May 2019. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/environment/2019/may/17/whv-the-guardian-is-changing-the-language-it-uses-about-the-environment>. – Date of access: 21.11.2020.
 14. Witchalls, C. Coronavirus has led to an explosion of new words and phrases – and that helps us cope / C/ Witchalls // the Conversation [Electronic resource]. – Mode of access: <https://theconversation.com/coronavirus-has-led-to-an-explosion-of-new-words-and-phrases-and-that-helps-us-cope-136909>. – Date of access: 21.11.2020.