

DOI: 10.30515/0131-6141-2020-81-5-55-60

Новообразования как отражение современной эпидемической обстановки в мире

Владислав Евгеньевич Замальдинов

Нижегородская академия МВД России, г. Нижний Новгород, Россия,
e-mail: zvlad-nn@yandex.ru

В статье рассматриваются словообразовательные неологизмы как отражение современной эпидемической обстановки в мире. Материалом для анализа послужили медийные тексты. Социальная обусловленность языка СМИ привела к появлению большого количества новых номинаций. Автор предпринимает попытку выделить узуальные способы словообразования (префиксация, суффиксация), отмечает расширение круга аффиксоидов. С помощью новообразований журналисты выражают негативное отношение к эпидемической обстановке в мире, оказывают психологическое воздействие на читателя, иронично осмысляют окружающую действительность, приближают медийную коммуникацию к разговорной речи, обозначают высокотехнологичные явления. Автором описаны такие неузусные (окказиональные) способы словопроизводства, как контаминация, тмезис, междусловное наложение, заменительная деривация. В статье отмечается, что окказиональные деривационные средства позволяют журналистам достичь комического эффекта, привлечь внимание адресата; нарушая принцип целостности слова, они выражают негативную экспрессию. Проведены структурно-семантический и словообразовательный виды анализа инноваций. Сделан вывод о том, что огромное влияние на язык оказывают экстралингвистические факторы.

Ключевые слова: инновации; префиксация; суффиксация; аффиксоид; контаминация; тмезис; междусловное наложение; заменительная деривация; язык СМИ

Ссылка для цитирования: Замальдинов В. Е. Новообразования как отражение современной эпидемической обстановки в мире // Русский язык в школе. – 2020. – Т. 81. – № 5. – С. 55–60. DOI: 10.30515/0131-6141-2020-81-5-55-60.

Innovations as a Reflection of the Current Epidemic Situation in the World

Vladislav E. Zamaldinov

Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Nizhny Novgorod, Russia,
e-mail: zvlad-nn@yandex.ru

The article considers word-building neologisms as a reflection of the current epidemic situation in the world. The material for the analysis was mass media texts. The sociocultural aspect of the language of the media led to the emergence of a large number of new nominations. The author makes an attempt to single out the common ways of word formation (prefixation, suffixation) and notes the expansion of affixoids. With the help of neologisms, journalists express a negative attitude towards the epidemic situation in the world, exert a psychological influence on the reader, ironically comprehend the surrounding reality, bring media communication closer to speaking, and designate high-tech phenomena. The author describes such occasional methods of word formation as contamination, tmesis, interword overlapping and substitutional derivation. The study reveals that occasional derivative means allow journalists to achieve a comic effect, attract the attention of the addressee; violating the principle of the integrity of the word, as well as to express negative expression. Structural-semantic and derivational types of analysis of innovations are carried out. It is concluded that extralinguistic factors have a great impact on the language.

Keywords: innovation; prefixation, suffixation, affixoid; contamination; tmesis; interword overlap; substitutional derivation; mass media language

A reference for citation: Zamaldinov V. E. Innovations as a reflection of the current epidemic situation in the world. In *Russkii yazyk v shkole* [Russian language at school]. 2020, vol. 81, No. 5, pp. 55–60. DOI: 10.30515/0131-6141-2020-81-5-55-60.

На рубеже XX–XXI вв. в мире произошли глобальные изменения во всех сферах общества. Как отмечают

исследователи, «глубокие и принципиально важные перемены происходят практически одновременно во всех сферах

жизнедеятельности общества и, в той или иной степени, охватывают все страны и народы нашей планеты» [Колин 2019: 6]. Смена политических установок, ликвидация цензуры, научно-технический прогресс, международные контакты, социальные катаклизмы оказали влияние на язык средств массовой информации. По мнению Н. С. Валгиной, «влияние социального фактора на изменения в языке оказывается активным и заметным в наиболее динамичные периоды жизни общества, связанные с существенными преобразованиями в разных сферах жизнедеятельности» [Валгина 2003: 9]. Журналисты стали управлять вниманием адресата, воздействовать на его мышление, искажать информацию, создавать собственную реальность. Как справедливо отмечает О. С. Иссерс, «медиа в постиндустриальном обществе являются не только посредниками в трансляции информации, но и одним из главных стимулов для формирования социальных норм во всех сферах общественной жизни» [Иссерс 2019: 179].

Социальная обусловленность языка СМИ привела к появлению большого количества словообразовательных неологизмов (новообразований). Инновации интерпретируют реалии действительности, отражают изменение ценностей, воздействуют на языковой вкус адресата. «Существенной особенностью словарного состава является его непосредственная обращенность к явлениям действительности, поэтому именно в лексике отражаются все изменения, происходящие в общественной жизни, что неизбежно влечет за собой создание новых наименований» [Катермина 2016: 27].

Иллюстрацией того, что язык отражает состояние современного общества, формирует мышление всей нации и чутко реагирует на социально-политические изменения, могут служить новые номинации, возникшие как реакция на эпидемическую обстановку в мире. Ситуация с коронавирусной инфекцией (Covid-19) активно освещается в медиакommunikации. Распространение респираторной инфекции, отсутствие эффективных средств лечения и гибель зараженных вызывают деструктивное воздействие на социально-экономическую жизнь общества. Это проявляется в том, что отменяются спортивные и культурно-массовые мероприятия, закрываются границы между странами, увеличиваются

затраты в сфере здравоохранения. Таким образом, бурное обсуждение в обществе опасного заболевания привело к возникновению в языке новообразований.

При создании инноваций, отражающих распространение коронавирусной инфекции, журналисты используют такие узловые способы словообразования, как префиксация и суффиксация. Активность проявляют приставки *анти-* со значением отрицания и *псевдо-* с семантикой фактивности:

Apple потребовался антикоронавирус

iPhone, как известно, разработан в Калифорнии и изготовлен в Китае, что означает, что и компания Apple страдает от вспышки коронавируса на стороне как спроса, так и предложения. (Seldon.News, 28.01.20);

Я считаю, что коронавирус в Китае — это пробный удар по населению этой страны. Китай ведет войну на всех континентах. <...> Январская *псевдоэпидемия* может быть предупредительным ударом. (Президент, 07.02.20).

Анализ материала показал, что с помощью подобных префиксальных новообразований журналисты выражают негативное отношение к эпидемической обстановке в мире.

Продуктивным способом образования новых номинаций является суффиксальный способ. «При суффиксальном способе формант (суффикс) сочетается не с целым производящим словом, как при префиксальном способе, а с основой производящего слова» [Мусатов 2010: 252]. Журналисты активно используют размерно-оценочный суффикс *-ищ(е)*: *Вирусище, Коронавирусище* (заголовки). С помощью новообразований с данным экспрессивным суффиксом они оказывают психологическое воздействие на адресата, иронично осмысливают действительность и приближают медийный текст к разговорной речи. «Активизация размерно-оценочного словообразования не только в разговорной речи, но и в медийных текстах объясняется усилившейся в последние десятилетия тенденцией СМИ к фамильярному умалению и снижению объектов номинации, к высокой плотности оценочной тональности медийного текста» [Радбиль, Рацибурская 2017: 35].

Отрицательную экспрессию нередко приобретают новообразования с суффиксом *-и-* с семантикой ‘совершать действия,

имеющие отношение к тому, что названо мотивирующим существительным¹:

Мамочки, перестаньте «коронавирусить»!

Коронавирус стал сегодня, пожалуй, самым сильным оружием пропаганды на всех уровнях и в разных регионах мира. Именно пропаганды, потому что известно, что умереть от обычного гриппа гораздо проще, чем от коронавируса. (FLB.ru, 03.03.20).

В данном случае отрицательный смысл идет от мотивирующего имени существительного *коронавирус*. Нельзя не согласиться с исследователями, что «подобные глаголы (в основном это глаголы на *-ить*) очень легко образуются, как только поступает социальный заказ» [Ильцова, Амири 2015: 153].

Активно расширяется группа аффиксидов при образовании новых лексических единиц в медиакоммуникации. В медийных текстах зафиксированы новые номинации с префиксоидом *кибер-* для обозначения высокотехнологичных явлений: *Осторожно, кибер-коронавирус: эксперты рассказали, как не попасть в ловушку мошенников* (заголовок). Отметим, что с помощью инноваций с префиксоидом *кибер-* журналисты создают объекты виртуальной реальности. Новообразования с данной морфемой обладают отрицательной экспрессией, которая поддерживается контекстом.

Дериваты с суффиксоидом *-гейт* с семантикой 'политический скандал' журналисты используют для распространения негативной информации и отражения актуальных социальных явлений:

Коронавирусгейт, судя по всему, должен был отодвинуть в тень другую информационную повестку дня Украины, речь идет о Мюнхенской конференции с ее позорными предложениями, хотя в то же время на Совбезе ООН повторили формулу: Россия — агрессор. (Еспресо TV, 27.02.20).

По мнению И. В. Гуровой, «языковым маркером глобализации и сверхсобытийности социальной жизни славян становятся гейтлексемы — слова

с интернациональным компонентом *-гейт*, обозначающие скандалы преимущественно в политической сфере» [Гурова 2019: 84].

Для языка СМИ характерны новообразования с суффиксоидами *-мания* и *-фобия* со значением чрезмерного пристрастия или боязни чего-либо:

Необходимо признать, что уже сейчас в мире формируется и растет симптомокомплекс, направленный *вирусофобией* и *маскоманией*, причем они взаимосвязаны и взаимно влияют друг на друга. <...> Поэтому фактор искусственного манипулирования СМИ по вопросам распространения коронавируса отметить нельзя. (Радио «Эхо Москвы», 30.01.20).

Несложно заметить, что «одним из словообразовательных средств регулярно воспроизводимой в современном дискурсе метафоры болезни являются аффиксы и аффиксоиды *-мания*, *-ман* <...> и *-фобия*» [Нефляшева 2009: 179].

В медийной коммуникации широко используются неузальные способы словообразования. Как справедливо отмечают исследователи, «особым средством создания экспрессии при восприятии текста являются собственно окказиональные способы словопроизводства, которые сами являются нарушителями языкового стандарта» [Петрова, Рацибурская 2011: 84].

Ярким экспрессивным средством служат сложносокращенные новообразования:

Вирусономика Трампа

Президент США объявил в стране режим «чрезвычайной ситуации» из-за вспышки коронавируса (Новая газета, 14.03.20) ← *вирус* + (*эк*)*номика*.

Данный пример можно рассматривать как образец бинарного словообразования: с одной стороны, перед нами результат слога-словной аббревиации с нетрадиционным начальным усечением второго компонента (безаффиксный способ); с другой — пример основосложения по аббревиатурному типу (комбинированное словопроизводство). С помощью подобных новообразований журналисты достигают иронично-саркастического тона публикации.

Еще одним выразительным деривационным средством является такая стилистическая фигура, как тмезис. Под ним мы

¹ Лопатин В. В., Улукханов И. С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка. — М., 2016. — С. 721.

будем понимать вставку одной значимой лексемы или морфемы внутрь другой:

Коронавирусная инфейкция

4 марта президент России Владимир Путин на встрече в Ново-Огарево с членами правительства поделился очередной неприятной правдой о коронавирусе COVID-19. Он идет к нам из-за рубежа не только как инфекция, но и как фейк. (Коммерсантъ, 05.03.20) ← *инфекция* + *фейк*.

Как видно из примера, с помощью номинации *инфейкция* журналисты привлекают внимание адресата, нарушают принцип целостности слова, выражают негативную экспрессию. Нельзя не согласиться с В. И. Шаховским, что «некоторые журналисты провоцируют бурные обсуждения фейковых событий, а событий нет; отвлекают внимание общества от более серьезных проблем и событий» [Шаховский 2019: 7].

Для интерпретации эпидемической обстановки в мире журналисты используют новообразования, созданные междусловным наложением. Мы рассматриваем междусловное наложение как «соединение двух слов в одно, в котором полностью сохраняются оба соединяющихся слова, но определенный фонемный отрезок нового слова принадлежит одновременно обоим мотивирующим частям» [Улуханов 1996: 52]:

Вирус, куда ж несешься ты

Россия дождалась своего коронавируса (Коммерсантъ, 01.02.20) ← *вирус* + *Русь*;

Симптом затрудненного отдыха

Политическое противостояние России и Турции и вспышка коронавируса могут подтолкнуть туристическую отрасль к новому кризису. Аналитики не исключают, что выручка российских туроператоров в этом году сократится на 30–50%, а некоторые небольшие игроки обанкротятся (Коммерсантъ, 05.03.20) ← *отдых* + *дыхание*.

Подобные инновации служат средством выражения иронической оценки, «обладают эмоционально-эстетической окраской, оценочностью, оригинальностью, смысловой уплотненностью»².

Перемены, происходящие в мировом сообществе, отражают новые номинации,

² Замальдинов В. Е. Словообразовательные неологизмы как средство речевого воздействия (на материале нижегородских СМИ начала XXI в.): дис. ... канд. филол. наук. — Нижний Новгород, 2018. — С. 85.

созданные с помощью заменительной деривации. Субституция — словообразовательный процесс, при котором происходит замена корневой или другой неформантной части в узуальной сложной лексеме. «Сущность данного способа словообразования состоит в том, что в результате замены корневой или другой части слова появляется инновация» [Радибурская, Замальдинов 2017: 38].

Разновидностью субституции является трансрадикация, т. е. замена корневого компонента другим корнем:

Вирус-мажорные обстоятельства

Власти РФ готовы учесть фактор эпидемии при исполнении госконтрактов. (Коммерсантъ, 10.03.20) — ср. исходное *форс-мажорные* (обстоятельства).

Реже встречаются случаи мены префиксоида в узуальном слове:

Коронавидение

Коронавирус придумали специально, чтобы наши не выиграли. Так пишут в интернете, а интернет врать не будет. Впервые за много лет Россия посылает на престижный конкурс группу с реальными шансами на победу — и вот на тебе: в Нидерландах запрещают собираться более 100 человек, а «Евровидение» — это значительно больше ста. (Новая газета, 13.03.20) — ср. исходное «Евровидение» (конкурс).

Адресат легко определяет то слово, которое послужило производящим для новой номинации. Подобные новообразования имеют ясную семантику, с их помощью журналисты создают комический эффект.

Итак, огромное влияние на язык оказывают экстралингвистические факторы. «Социальная природа языка предопределяет многие особенности его функционирования в речевой коммуникации. Конечно, наиболее явно это наблюдается на уровне лексики, которая вследствие непосредственной связи с повседневной жизнедеятельностью членов этноса оказывается самым открытым и динамичным уровнем языковой системы» [Васильев, Васильева 2018: 154]. Подобные внеязыковые изменения привели к появлению в медийной коммуникации большого количества новых номинаций, возникших как реакция на ситуацию с коронавирусной инфекцией (Covid-19). Новообразования становятся знаковыми элементами национального

менталитета, в них отражаются социально-политические изменения, происходящие в жизни страны и мира. С помощью инноваций журналисты воздействуют на адресата, иронично осмысливают действительность и обозначают высокотехнологичные явления. Таким образом, анализ новых номинаций в медийной коммуникации свидетельствует о том, что язык СМИ создает широкие возможности для реализации как узуальных (префиксация, суффиксация), так и окказиональных (тмезис, междусловное наложение, заменительная деривация) способов словопроизводства.

ЛИТЕРАТУРА

Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. — М., 2003.

Васильев А. Д., Васильева С. П. Актуальные направления развития современной социолингвистики // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. — 2018. — № 2 (44). — С. 153–160.

Гурова И. В. Гейт-лексемы в языке славянских масс-медиа // Филологические заметки. — 2019. — Т. 1. — № 17. — С. 83–89. DOI: 10.17072/1857-6060-2019-17-1-83-89.

Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. — М., 2015.

Иссерс О. С. Массовая речевая культура в аспекте медиатизации социальных коммуникаций // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер.: История, филология. — 2019. — Т. 18. — № 6. — С. 177–187. DOI: 10.25205/1818-7919-2019-18-6-177-187.

Катермина В. В. Политическая неонимация в массмедийном дискурсе // Политическая лингвистика. — 2016. — № 4 (58). — С. 27–33.

Коллин К. К. Мир в 21 веке: становление новой цивилизации // Researcher. European Journal of Humanities & Social Sciences. — 2019. — Т. 2. — № 2. — С. 5–27. DOI: <http://dx.doi.org/10.32777/r.2019.2.2.1>.

Мусатов В. Н. Русский язык: морфемика, морфонология, словообразование. — М., 2010.

Нефляшева И. А. Ключевые слова и словообразовательные модели современного дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. — 2009. — № 2. — С. 177–183.

Петрова Н. Е., Рацбурская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. — М., 2011.

Радбиль Т. Б., Рацбурская Л. В. Словообразовательные инновации на базе заимствованных

элементов в современном русском языке: лингвокультурологический аспект // Мир русского слова. — 2017. — № 2. — С. 33–39.

Рацбурская Л. В., Замальдинов В. Е. Особенности новообразований с экспрессивно-оценочной семантикой в региональной нижегородской прессе // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Русская филология. — 2017. — № 4. — С. 34–41.

Улуханов И. С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. — М., 1996.

Шаховский В. И. Современные СМИ: ответственность журналиста // Экология языка и коммуникативная практика. — 2019. — № 1 (16). — С. 1–12. DOI: 10.17516/2311-3499-043.

REFERENCES

Valgina N. S. Active processes in modern Russian. Moscow, 2003. (In Rus.)

Vasiliev A. D., Vasilieva S. P. Current trends in the development of modern sociolinguistics. In *Vestnik Krasnoyarskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V. P. Astaf'eva* [Bulletin of the Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafev]. 2018, No. 2(44), pp.153–160. (In Rus.)

Gurova I. Gate-lexemes in the language of Slavic mass media. In *Filologicheskie zametki* [Philological Studies]. 2019, vol. 1, No. 17, pp. 83–89. DOI: 10.17072/1857-6060-2019-17-1-83-89. (In Rus.)

Ilyasova S. V., Amiri L. P. Language game in the communicative space of media and advertising. Moscow, 2015. (In Rus.)

Issers O. S. Mass speech culture in terms of social communications mediatization. In *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Istoriya, filologiya* [Vestnik NSU. Ser.: History and Philology]. 2019, vol. 18, No. 6: Journalism, pp. 177–187. DOI: 10.25205/1818-7919-2019-18-6-177-187. (In Rus.)

Katermina V. V. Political neonomination in mass media discourse. In *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics journal]. 2016, No. 4(58), pp. 27–33. (In Rus.)

Kolin K. World in the xxi century: formation of a new civilization. In *Researcher. European journal of humanities & social sciences*. 2019, vol. 2, No. 2, pp. 5–27. DOI: <http://dx.doi.org/10.32777/r.2019.2.2.1>. (In Rus.)

Musatov V. N. Russian language: morphemic, morphology, word formation. Moscow, 2010.

Neflyasheva I. A. Key words and word-formative models of contemporary discourse. In *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 2: Filologiya i iskusstvovedenie* [The Bulletin of the Adyge State University. Ser.: Philology and the Arts]. 2009, No. 2, pp. 177–183. (In Rus.)

Petrova N. E., Ratsiburskaya L. V. The language of modern media: means of speech aggression. Moscow, 2011. (In Rus.)

Radbil T. B., Ratsiburskaya L. V. Derivative innovations on the basis of adoption elements in modern russian: linguoculturological aspect. In *Mir russkogo slova* [The World of Russian Word]. 2017, No. 2, pp. 33–39. (In Rus.)

Ratsiburskaya L. V., Zamaldinov V. E. Features of new formations with expressive-evaluative semantics in nizhny novgorod regional press. In *Vestnik*

Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Ser.: Russkaya filologiya [Bulletin MSRU. Ser.: Russian philology]. 2017, No. 4, pp. 34–41. (In Rus.)

Ulukhanov I. S. Units of the word-formation system of the Russian language and their lexical implementation. Moscow, 1996. (In Rus.)

Shakhovsky V. I. Contemporary mass media: a journalist's responsibility. In *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika* [Ecology of language and communicative practice]. 2019, No. 1(16), pp. 1–12. DOI: 10.17516/2311–3499–043. (In Rus.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Владислав Евгеньевич Замальдинов, кандидат филологических наук, преподаватель, кафедра иностранного языка и культуры речи, Нижегородская академия МВД России; Анкудиновское шоссе, д. 3, г. Нижний Новгород, 603950, Россия

Vladislav E. Zamaldinov, Cand. of Sci. (Philol.), Teacher, Department of Foreign Language and Speech Culture, Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia; 3 Ankudinovskoe shosse, Nizhny Novgorod, 603950, Russia

Уважаемые авторы и читатели журнала «Русский язык в школе»!

Напоминаем, что скоро начнется подписка на I полугодие 2021 г. Мы верим, что нас с вами объединяют не только интерес и любовь к русскому языку, но и общая цель – сохранение научно-методического журнала как феномена, присущего исключительно российской действительности. Пережив экономические кризисы, в очень непростых условиях наш журнал остается единственным пространством, объединяющим учителей, методистов и лингвистов. В сохранении этого уникального единства важно усилие каждого из вас.

Вы можете оформить подписку:

1) через наших партнеров – подписные агентства: «Почта России» (индекс для индивидуальных подписчиков и организаций – ПЗ896), «Урал-Пресс» (индекс для индивидуальных подписчиков и организаций – 73334), «ПРЕССИНФОРМ», НПО «ИНФОРМ-СИСТЕМА», «Информнаука», ООО «ИВИС»;

2) через интернет-сайты: <https://www.pochta.ru/> (выбрать раздел «Другие сервисы», далее – «Подписка онлайн»); <http://www.rospr.ru/> (выбрать раздел «Подписка на периодические печатные издания»).