

УДК 811.133.1

DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1\(44\).210998](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1(44).210998)

ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ ПЕРІОДУ КОРОНАВІРУСНОЇ ПАНДЕМІЇ

Весна Т.В.

кандидат філологічних наук, доцент,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Телецька Т.В.

кандидат філологічних наук, доцент,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
ORCID 0000-0002-2555-1154

У статті розглянуто вплив сучасного соціального контексту, пов'язаного з пандемією Covid-19, на лінгвістичну ситуацію – появу нових елементів форми, змісту, функціонування у французькому медійному дискурсі. Таким чином підтверджується розроблений у мовознавстві метод кореляції соціальних і мовних чинників при дослідженні історичного розвитку суспільства шляхом аналізу змін його словника та виокремлення «слів-свідків» ключових понять і подій. Хронологічно робота охоплює перше півріччя 2020 року. Джерелом фактичного матеріалу є електронні версії французької періодичної преси: Le Monde, Le Figaro, Le Point, L'OBS та ін. Аналіз мовних одиниць супроводжується лінгвокраїнознавчим коментарем та прикладами з українських медіаресурсів. До лексичного корпусу входять медичні терміни та спеціальна лексика, пов'язана з освітою, засобами масової інформації та функціонуванням суспільства в умовах коронавірусної кризи. Висвітлюється позиція Французької Академії стосовно граматичних форм, семантичних ознак та функціональних характеристик мовних нововведень. Особливості вживання окремих ключових лексичних інновацій порівнюються на матеріалі періодичних видань Франції, Бельгії (Le Soir, DH.be) та Канади (Le Journal de Québec). Номінативна функція розглянутих лексем у медіа-дискурсі супроводжується стилістичним забарвленням шляхом метафоризації для посилення аксіологічних та прагматичних функцій публіцистичного тексту. Активність використання вказаної лексики підтверджується наявністю синонімічних одиниць. У досліджуваному матеріалі було виявлено використання англomовних запозичень, які можуть бути предметом окремого аналізу. Характерною ознакою виокремлених слів є їх словотвірна продуктивність, що призводить до їх поширеного вживання у різних мовних регістрах. Перелік лексичних інновацій, наведених у статті, не є вичерпним, оскільки проблеми, пов'язані з пандемією коронавірусу, спонукають до активної наукової та суспільної діяльності, яка неминуче знайде свій відбиток у мові.

Ключові слова: пандемія Covid-19, реалія, лексична інновація, «слова-свідки», медіа-дискурс.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ ПЕРИОДА КОРОНАВИРУСНОЙ ПАНДЕМИИ

Весна Т.В.

кандидат филологических наук, доцент,
Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

Телецкая Т.В.

кандидат филологических наук, доцент,
Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

В статье рассматривается влияние современного социального контекста, вызванного пандемией Covid-19, на лингвистическую ситуацию – возникновение новых элементов формы, содержания, функционирования во французском медийном дискурсе. Таким образом подтверждается применяемый в языкознании метод корреляции социальных и языковых факторов при исследовании исторического развития общества путем анализа изменений его

словаря и определения в нем «слов-свидетелей» ключевых понятий и событий. Хронологически работа охватывает первое полугодие 2020 года. Источником фактического материала являются электронные версии французской периодической прессы: Le Monde, Le Figaro, Le Point, L'OBS и др. Анализ языковых единиц сопровождается лингвострановедческим комментарием и примерами из украинских медиаресурсов. Лексический корпус состоит из медицинских терминов и специальной лексики, связанной с образованием, средствами массовой информации и функционированием общества в условиях коронавирусного кризиса. Освещается позиция Французской Академии в отношении грамматических форм, семантических признаков и функциональных характеристик языковых нововведений. Особенности употребления отдельных ключевых лексических инноваций сравниваются на материале периодических изданий Франции, Бельгии (Le Soir, DH.be) и Канады (Le Journal de Québec). Номинативная функция рассматриваемых лексем в медиа-дискурсе сопровождается стилистической окраской путем метафоризации для усиления аксиологических и прагматических функций публицистического текста. Активность использования указанной лексики подтверждается наличием синонимических рядов. В исследуемом материале было выявлено использование англоязычных заимствований, которые могут стать предметом отдельного анализа. Характерной особенностью указанных слов является их словообразовательная продуктивность, что приводит к их широкому употреблению в различных языковых регистрах. Перечень лексических инноваций, указанных в статье, не есть исчерпывающий, поскольку проблемы, связанные с пандемией коронавируса, побуждают к активной научной и социальной деятельности, что неизбежно найдет свое отражение в языке.

Ключевые слова: пандемия Covid-19, реалия, лексическая инновация, «слова-свидетели», медиа-дискурс.

LEXICAL INNOVATIONS OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC PERIOD

Vesna T.

candidate of philological sciences, associate professor,
Odessa I.I. Mechnikov National University

Teletska T.

candidate of philological sciences, associate professor,
Odessa I.I. Mechnikov National University

The article reveals influence of the modern social context caused by the Covid-19 pandemic on the linguistic situation, i.e. emergence of new elements of form, content and functioning in French media discourse. Thus, the method of correlation of social and linguistic factors used in linguistics is confirmed in the study of the historical development of society by analyzing changes in its vocabulary and determining the word markers («mots-témoins») of key concepts and events. Chronologically, the research covers the first half of the year 2020. The source of factual material is the electronic versions of the French periodicals: Le Monde, Le Figaro, Le Point, L'OBS, etc. The analysis of linguistic units is accompanied by linguistic and cultural commentary and examples from Ukrainian media resources. The lexical corpus consists of medical terms and specialized vocabulary units related to education, media and society in the context of the coronavirus crisis. The article highlights the position of the French Academy as for grammatical forms, semantic features and functional characteristics of linguistic innovations. The peculiarities of use of certain key lexical innovations are compared on the material of periodicals in France, Belgium (Le Soir, DH.be) and Canada (Le Journal de Québec). The nominative function of the investigated lexemes in the media discourse is accompanied by stylistic coloring through metaphorization aimed to stress out the axiological and pragmatic functions of the journalistic text. The active use of this specific vocabulary is confirmed by the presence of synonymous series. The studied material revealed the use of English-language borrowings, which may become the subject of a separate analysis. A characteristic feature of these words is their derivational productivity, which leads to their widespread use in various linguistic

registers. The list of the lexical innovations mentioned in the article is not exhaustive, since the problems associated with the coronavirus pandemic prompt active scientific and social activities that will inevitably be reflected in the language.

Key words: pandemic COVID-19, culture-specific element, lexical innovation, «mots-témoins», media discourse.

Вступ. Дослідження особливостей виникнення інновацій у мові є надзвичайно актуальним завданням. Всі інноваційні явища соціального і політичного життя суспільства знаходять своє втілення у нових словах. В лінгвістичній літературі, присвяченій проблемам неології, особлива увага приділяється питанням утворення та вживання нових лексичних одиниць або нових значень уже існуючих у мові лексем. Проте слід зазначити, що в області неології є безліч невирішених як у теоретичному, так і у практичному плані проблем, серед яких можна назвати проблему віднесення новоутворення до неологізму, визначення зв'язку між окказіоналізмом і неологізмом тощо. Відсутність чіткої термінологічної бази теж відноситься до дискусійних питань. Так для позначення нового слова існує декілька термінів, наприклад: новотвір, новація, інновація, нова номінація, неологізм та ін. Деякі з них широко відомі, інші з'явилися недавно. Ми будемо послуговуватися терміном «інновація» для позначення лексико-семантичних нововведень у широкому плані. Окремо зупинимося на точці зору французького лінгвіста Ж. Маторе, який, застосовуючи метод кореляції соціальних і лінгвістичних чинників, дійшов висновку, що порівняння словника певного народу різних історичних періодів відображає його соціальний розвиток. На його думку кожна епоха характеризується появою суспільно значущих неологізмів за формою та змістом. Зміни в лексиці стають своєрідним символом змін у суспільстві. Такі слова Ж. Маторе називає словами-свідками («mots-témoins»), які є орієнтирами, ознаками часу, «реперними точками» конкретних явищ і подій. В окремих випадках ці слова виходять за межі національних кордонів і стають надбанням більш широкої спільноти – різних країн і навіть континентів. Вони засвідчують появу глобальних змін (Matoré, 1973).

Наша стаття це початок лінгвістичного дослідження лексичних інновацій, які активно використовуються у повсякденному мовленні у період коронавірусної кризи, яка охопила світ. На матеріалі франкомовної преси, послуговуючись описовим методом, контекстуальним та елементами словотвірного аналізу, були схарактеризовані деякі особливості досліджуваних лексичних одиниць.

Результати та обговорення. Вже декілька місяців поспіль світ перебуває у жахливій реальності, пов'язаній з появою і швидким розповсюдженням нового небезпечного *коронавірусу* (*le coronavirus SARS-CoV-2*), що призвело до оголошення *коронавірусної пандемії* (*la pandémie de coronavirus*).

Так, з грудня 2019 року найбільш актуальною стала медична тема з ключовим поняттям «коронавірус», «коронавірусна хвороба» або COVID-19. «Слово-свідок» реалії з китайського міста Ухань згодом стає самим поширеним в світі. Науковий термін, що мав обмежене фахове використання, враз опинився

у центрі міжнародної суспільної свідомості та заповнив медіа-дискурс. З 11 березня 2020 року до обігу входить термін «пандемія COVID-19» як розповсюдження нового небезпечного захворювання, що має масовий характер і вражає значну кількість населення (на початок серпня 2020 року 188 країн і територій).

Смертоносна хвороба Covid-19 (*le/la Covid-19*) вплинула на всі сфери життя. За короткий час термінологічна, переважно медична, лексика стала загальновживаною: *надзвичайний санітарний стан/ситуація* (*l'état/la situation d'urgence sanitaire*), *карантин, самоізоляція* (*le confinement*), *дотримання санітарних норм* (*les gestes-barrières*), *ПЛР-тесту* (*le testing, le test PCR, réaction de polymerization en chaîne*), *захисні маски* (*le masque barrière*), *дистанційна робота, навчання* (*le télétravail, l'enseignement/l'école à distance*), *тимчасове безробіття* (*le chômage temporaire, partiel*), *економічний спад, криза, рецесія* (*le recul, le choc, la récession, la crise, l'effondrement économique*) та ін., а також, що є неминучим у цій ситуації, *фейкова інформація, фейки* (*fake news, fausses nouvelles, infox, intox* – сучасний неологізм від *info* (*information*) та *intox* (*intoxication*), французький еквівалент *fake news*). Генеральний директор ВООЗ доктор Тедрос Гебрейесус зауважує, що водночас з боротьбою проти пандемії доводиться боротися з «інфодемією» («*infodémie*») – розповсюдженням недостовірної інформації, чуток та фейкових новин (*Le Figaro*, 04.08.2020).

Медійні матеріали насичені численними графіками, схемами, таблицями, картами та статистикою, які фіксують перебіг захворювання. В кінці квітня 2020 року у Франції з'являються епідеміологічні карти, що презентують території з високим, середнім і низьким рівнем розповсюдження коронавірусної хвороби – «червоні», «помаранчеві», «зелені» зони (32 департаменти опиняються в «червоному», 69 – в «зеленому» на 30.04.20: *les cartes de suivi de l'épidémie en France devenues célèbres avec leurs trois couleurs – vert, orange (couleur aujourd'hui disparue) et rouge* (*Le Figaro*, 26.05.2020). Згодом ці карти стають двокольоровими: червоними та зеленими, «*les cartes rouges et vertes de l'épidémie*» (*Le Figaro*, 26.05.20). На аналогічних картах в Україні до зазначених кольорів додається ще «жовтий». Символіка кольоропозначень в контексті Covid-19 стає актуальною, окрім карт з'являються «червоні» списки країн («*la liste rouge*»), які вказують на їх епідеміологічну активність. Таким чином, через колірну ознаку позначається характерне явище, поняття, мотивоване цим кольором. В результаті виникає семантична єдність закріпленого у свідомості мовців кольоросприймання і додаткового соціально оцінного смислу. Така символічна стереотипізація та відповідний оцінний корелят простежується у мовленні: «*Vous êtes dangereux, vous êtes en zone «rouge»*» («Ви – небезпечні, ви з червоної зони»); «*Nous ne sommes pas des pestiférés*» («Ми не чумні») (*Le Figaro*, 29.07.2020). У статті йдеться про місцевий туризм і страхи Covid-19, «*le tourisme local plombé par la peur du Covid-19*» (*Le Figaro*, 29.07.2020). Коронавірусна криза значно вплинула на міжнародні подорожі, але внутрішній національний туризм в «зеленій» безпечній зоні активізувався після карантину: «*Profitant du regain d'intérêt pour des vacances tricolores*» [«трикольні канікули» – символіка

французького прапора], au vert et au calme [«в зеленому і у спокої»], les hôteliers, campings, restaurateurs du départements espéraient vivre une saison presque équivalente à celle de l'an dernier» (*Le Figaro*, 29. 07.2020).

У лексико-семантичному полі «коронавірусна криза, коронакриза» (*la crise de la COVID-19, la crise Covid-19*) серед ключових слів поточного моменту виокремлюється лексична домінанта COVID, акронім з англійської «*coronavirus disease*» (коронавірусна хвороба). Незважаючи на те, що основним елементом тут є ЛО жіночого роду «*la maladie*» (хвороба), більш поширеним з початку «пандемії Ковід» є вживання слова з маркером чоловічого роду **le Covid** замість **la Covid** жіночого роду, навіть у контексті де фігурують обидва слова «**le Covid-19, une maladie multicolore**» (*Le Monde*, 27.04.2020). Наразі маємо вплив на граматичну форму лексеми чоловічого роду «*virus*». Спостерігаємо метонімічну заміну – вірус, що спричиняє захворювання, стає назвою самої хвороби: *la lutte contre le Covid-19* (*Le Monde*, 15.05.2020), *terrasser le Covid-19, pas de vaccin contre le Covid-19* (*L'OBS*, 16.05.2020) та ін. Зазначимо, що у франкомовних виданнях Канади все ж переважає жіноча форма **la Covid**: «*Vous avez vaincu la Covid-19?*» (*Le Journal de Québec*, 16.05.2020). Визначилася у цьому питанні і Французька Академія: «*L'Académie française a tranché: C'est LA Covid*» (*Francetvinfo*, 13.05.2020). Отже, інституція, яка з 1635 року опікується нормою французької літературної мови наполягає на жіночому роді слова Covid. Проте, як уточнюють лінгвісти: «*l'usage fait loi*» – «узус визначає закон». У газетному тексті трапляються випадки вживання лексеми COVID навіть без артикля, який вказує на рід іменника: *une centaine de personnes malades Covid-19* (*Le Figaro*, 29.07.2020) або *la maladie Covid-19* (*Le Figaro*, 01.08.2020). Наразі маємо надлишкову форму: хвороба коронавірусна хвороба, оскільки скорочення COVID вже має у своєму складі лексему «хвороба» – англ. Disease.

Ще одне зауваження Французької Академії стосується терміну «соціальна дистанція» (англ. «*social distancing*»), щодо попередження інфікування коронавірусом. На думку мовознавців більш коректним є «фізична дистанція» (*la distanciation physique*), оскільки необхідно «тримати безпечну відстань» 1,5-2м між людьми для запобігання захворювання, тоді як fr. «*la distanciation sociale*» у первинному значенні може сприйматися, як «відсторонення від певного соціального класу», особливо, коли обидві ЛО вживаються в одному контексті: «*la distanciation sociale et physique*» (*Le Figaro*, 24.04.2020). Найбільш точним є «безпечна відстань» «*le respect de la distance de sécurité*» (*Gala*, 27.04.2020). За нашими спостереженнями лексема «*physique*» переважає ЛО «*social*» у значенні безпекової відстані здебільшого у офіційних і фахових текстах. Наприклад: «*Ceux qui respectent tous les gestes barrières, la distanciation physique et qui s'isolent ... protègent donc les autres*» (*Le Monde*, 24.07.2020) – з офіційних коментарів Міністерства охорони здоров'я; «*avoir la distanciation physique*», з заяви лікаря, голови організації «*Association des médecins urgentistes*». В українському тексті більш поширено «дотримання безпечної дистанції». Проте, можна припустити, що на противагу певним семантичним акцентам серед визначень «фізична або соціальна дистанція», найточнішим у ситуації поширення вірусу є все ж

«безпечна дистанція». Це слововживання знаходимо у заяві президента Франції від 06.08.20.: «Je recommande ... quand on ne peut pas tenir les distances de sécurité, de mettre un masque» (*Le Monde*, 07.08.2020).

Французька Академія також підтримала відсутню в словниках нову форму «*déconfinement*» (зняття карантину, ізоляції, як антонім до «*confinement*»): *le «déconfinement» économique* (*Challenge*, 15.05.2020), «*cette étrange peur du déconfinement*» (*Le Point*, 13.05.2020).

До ключових «слів-свідків» треба також віднести лексичну одиницю «захисна маска» – *masque barrière; masque de protection; masque coronavirus; masque anticoronavirus; masque en tissu lavable (grand public); masque chirurgical jetable; masque, un bouclier anti-postillon efficace; FFP1, FFP2, FFP3* (*Le Figaro*, 16.07.2020; *Le Journal des Femmes*, 03.08.2020). Маска є обов'язковим засобом захисту (штраф від 35 до 135 євро за порушення маскового режиму), вона стає атрибутом повсякденного життя, модним аксесуаром і навіть подарунком на вищому міжнародному рівні під час зустрічі європейських лідерів у Брюсселі: «Le Premier ministre portugais s'est fendu de cadeaux plutôt étonnants mais de circonstances: un kit Covid-19 personnalisé avec des masques de différentes couleurs...» (*Gala*, 26.07.2020) – «дивний, але доречний подарунок: персоналізований комплект Covid-19 різнокольорових масок». Нещодавно у багатьох містах Франції почав ширитися «антимасочний» протест. У соцмережах створено десяток груп «анти-маска», які розповсюджують селфі користувачів без масок в магазинах та ініціюють інші форми «спротиву проти намордників»: *Conspirationnisme, défiance... Les anti-masque français refusent «la muselière»* (*Le Figaro*, 10.08.2020). Лексема «*masque*» входить до складу лексичної інновації «*anti-masque*» на позначення протестувальників та отримує негативні зневажливі конотації в оказіональному синонімі «*la muselière*».

У французькому газетному тексті нерідко вживається англійська лексема «*cluster*» поряд з французьким еквівалентом «*le foyer*» (*осередок*): «*25 nouveaux clusters identifiés en France*», «*un nouveau foyer de contamination*» (*Franceinfo*, 17.05.2020).

Повертаючись до ключового слова *Covid*, наведемо декілька прикладів інновацій, журналістських метафор. Підступність вірусу підкреслюється його порівнянням з людоджером, який «з'їдає, наводить жах, вбиває»: «*Le coronavirus a toutes les caractéristiques de l'ogre qui mange, qui fait peur et qui tue*» (*L'OBS*, 16.05.2020).

Заголовок на обкладинці *ParisMatch*: «*COVID-19. L'amour au temps du corona*» - «*кохання під час корони*». Заголовок у *Le Monde*: «*Coronavirus: Allocovid, l'agent virtuel «intelligent» qui va orienter les patients par téléphone*» – «*Allocovid, телефонний роботизований відповідач*» (*Le Monde*, 18.05.2020): «*Assurance-maladie, remplir un fichier informatique, baptisé «ContactCovid»* – «*назва файлу для медичного страхування*».

В окремих контекстах ЛО COVID супроводжується синонімічними формами, які підкреслюють місце походження вірусу – «*la grippe chinoise*», «*le*

coronavirus chinois», «*le coronavirus de Wuhan*» (*Le Soir*, 15.05.2020) – «*китайський грип, коронавірус, коронавірус з Уханю*».

Пандемічна криза стала віхою в житті людей і країн, поділивши реальність на «до» і «після». Тому в медіа-дискурсі цього півріччя активно вживаються слова з префіксальним компонентом *avant-*, *après-*, що позначають певний період відносно пандемії: *Voyage et vacances de l'après coronavirus*» (*DH.be*, 15.05.2020); *L'Elysée se projette dans l'après-coronavirus* (*Franceinfo*, 18.06.2020); *Pour l'après-Covid, Emmanuel Macron prône une nouvelle étape sans changement de cap* (*Le Monde*, 11.06.2020); *l'après-Covid, sujet d'après-crise, construire l'après* (*Le Figaro*, 03.06.2020). Нерідко маємо самотійне вживання прийменника: «*le monde d'après*» (*L'OBS*, 16.05.2020) – *світ після*, «*la vie d'avant*» (*Voici*, 24.04.2020) – *життя до*.

З початком коронавірусної пандемії було призупинено роботу в класах та запроваджено дистанційне навчання. Незважаючи на це, у Франції зафіксовано високий відсоток (95, 7 %) успішності випускників середньої освіти, яких називають «покоління Covid» – *génération Covid*. Однак, викладачі університетів стурбовані рівнем підготовки майбутніх студентів: «*Parcoursup: les universités se préparent à l'arrivée de la «génération Covid» avec inquiétude.*» (*Le Monde*, 18.05.2020) – «*університети з хвилюванням готуються до прибуття «покоління Covid»*»; «*Génération Covid: avez-vous trouvé votre place dans l'enseignement supérieur sur Parcoursup?*» (*Le Monde*, 14.07.2020). Окремо треба підкреслити, що нові реалії життя, пов'язані з пандемією, дали поштовх для формування нових лексичних конструкцій, своєрідних найменувань, слоганів, які узагальнюють основні етапи протидії коронавірусу. Це – тестування, виявлення контактних осіб та їх ізоляція: *tester – tracer – isoler*. В окремих випадках ще додаються дієслово *protéger* (захищати) та *traiter* (лікувати). Ця формула набула популярності і може виступати як самотійна одиниця чоловічого роду замість слів «система, програма заходів боротьби з Covid»: *Coronavirus. Les fragilités du tester – tracer – isoler.* (*Ouest-France*, 12.05.2020).

Висновки. Отже, медійний дискурс активно реагує на сучасні виклики, негативні соціальні і психологічні наслідки пандемії, що свідчить про динамічний розвиток мови, яка, на відміну від економічного спаду, постійно оновлюється і прогресує.

Список літератури

Matoré G. La méthode en lexicologie: domaine français. P.: Didier, 1973, 126 p.

Le Figaro. URL: <https://www.lefigaro.fr/>

Le Monde. URL : <https://www.lemonde.fr/>

L'OBS. URL : <https://www.nouvelobs.com/>

Le Journal de Québec. URL : <https://www.journaldequebec.com/>

Francetvinfo. URL : <https://www.francetvinfo.fr/>

Gala. URL: <https://www.gala.fr/>

Challenges. URL: <https://www.challenges.fr/>

Le Point. URL : <https://www.lepoint.fr/>

Le Journal des Femmes. URL : <https://www.journaldesfemmes.fr/> <https://www.lesoir.be/> *Le Soir*

DH.be. URL : <http://www.dh.be/>

Voici. URL : <https://www.voici.fr/>

Ouest-France. URL : <https://www.ouest-france.fr/>

References

Matoré, G. (1973). La méthode en lexicologie: domaine français. P.: Didier.

Le Figaro. URL: <https://www.lefigaro.fr/>

Le Monde. URL : <https://www.lemonde.fr/>

L'OBS. URL : <https://www.nouvelobs.com/>

Le Journal de Québec. URL : <https://www.journaldequebec.com/>

Francetvinfo. URL : <https://www.francetvinfo.fr/>

Gala. URL: <https://www.gala.fr/>

Challenges. URL: <https://www.challenges.fr/>

Le Point. URL : <https://www.lepoint.fr/>

Le Journal des Femmes. URL : <https://www.journaldesfemmes.fr/> <https://www.lesoir.be/> Le Soir

DH.be. URL : <http://www.dh.be/>

Voici. URL : <https://www.voici.fr/>

Ouest-France. URL : <https://www.ouest-france.fr/>

Стаття надійшла до редакції 24.07.2020 р.