

Л.М. ЦОНЕВА

*г. Велико-Тырново, Болгария*

*liliconeva@abv.bg*

УДК 811.161.1'42:811.161.1'38

## **ИГРОВОЙ АСПЕКТ ОТРАЖЕНИЯ ТЕМЫ ВАКЦИНАЦИИ ПРОТИВ КОРОНАВИРУСА**

**Аннотация.** В работе рассматриваются некоторые особенности отражения вакцинации против коронавируса, ставшей особенно актуальной в российских СМИ в конце 2020 г. и начале 2021 г. Уделяется внимание игровому аспекту отражения темы – окказиональным лексическим единицам, а также трансформациям прецедентных текстов и фразеологизмов, прежде всего в заглавиях оценочного типа. Отмечается группа высокочастотных слов (собственно русских и иноязычных), называющих реалии, которые появились впервые или стали актуальными в условиях эпидемии. Один из ракурсов анализа таких слов – их текстогенность, участие в порождении текстов юмористического характера, в частности, анекдотов.

**Ключевые слова:** вакцины, вакцинация, ключевые слова, языковая игра, пандемия, коронавирус, инфекции, медиалингвистика, медиатексты, медиадискурс, средства массовой информации, юмор.

CONEVA LILYANA

*Veliko-Tarnovo, Bulgaria*

## **GAME ASPECT OF REFLECTING THE TOPIC OF VACCINATION AGAINST CORONAVIRUS**

**Abstract.** The paper discusses some features of the reflection of vaccination against coronavirus, which became especially relevant in the Russian media in late 2020 and early 2021. Attention is paid to the game aspect of the reflection of the topic – occasional lexical units, as well as transformations of precedent texts and phraseological units, primarily in the titles of the evaluative type. There is a group of high-frequency words (actually Russian and foreign) naming realities that appeared for the first time or became relevant in the conditions of the epidemic. One of the perspectives of the analysis of such words is their textuality, participation in the generation of humorous texts, in particular, jokes.

**Ключевые слова:** vaccine, vaccination, keyword, language game.

Эпидемия коронавируса, начавшаяся в России в первые месяцы 2020 г., существенно изменила жизнь людей и стала центральной темой для обсуждения в неофициальном общении, в массмедиа и интернете. Существенно изменился и язык, как всегда происходит в периоды серьезных социальных и экономических потрясений, и прежде всего – язык СМИ. Именно СМИ представили уникальный материал о коронавирусе: «...медиа тоже охватила своя пандемия – пандемия словотворчества, что обусловило появление целого потока неологизмов 2020 года [Прокофьева, Щеглова 2021: 65].

Изменения в языке проявились активнее всего в лексике. Здесь следует отметить группу высокочастотных слов, своих и иноязычных, называющих реалии, которые появились впервые или стали актуальными в условиях эпидемии. В эту группу, оформившуюся довольно быстро, еще в начале 2020 г., входят как новые слова (*COVID-19/КОВИД-19/ковид-19, ковид, коронавирус, корона*), так и получившие новое значение (*маска, изоляция, шашлычник* и др.) [Цонева 2020].

В группу высокочастотных слов следует отнести и некоторые медицинские термины – *сатурация, интубация, итамм, мутация* и др. Позднее, в конце 2020 г. и начале 2021 г., когда началось активное обсуждение вакцинации против коронавируса, широкоупотребительными стали и термины *вакцина, препарат, антитела, доза, вакцинировать/ся, иммунизировать/ся, привить/ся, вакцинация, иммунизация, прививка, вакцинный, вакцинационный, прививочный, бустерный* и др.

Взросшую частотность употребления подобных слов за рамками научного стиля можно считать проявлением медиатизации медицинского дискурса, которая является предметом внимания в интересной работе М.П. Кожарнович [Кожарнович 2021].

Некоторые из названных выше слов (например, *ковид, маска, карантин, изоляция* и др.), «задевшие за живое» абсолютно всех, стали символами времени – они называют важные для всех смыслы и находятся в фокусе общественного внимания, что дает основание обозначить их термином *ключевые слова* [Шмелева 2009].

Ключевыми можно также считать слова *вакцина* и *вакцинация* – они стали жить новой, активной жизнью, и, как многие «пандемийные слова», стали символами или маркерами времени [Цонева 2021]. Ср. об этом: *Слова «вакцина» и «вакцинация» стали наиболее популярными в русскоязычных сегментах Twitter, «ВКонтакте», «Одноклассников», Facebook, Instagram, Youtube, Telegram, TikTok, а также на форумах и в блогах, говорится в исследовании компании «Медialogия». В целом в период с 1 января по 23 декабря 2021 г. пользователи упомянули данные слова 63,72 млн раз.* (Ведомости 28.12.2021)

Как и другие ключевые слова, слова *вакцина* и *вакцинация* имеют интересные характеристики – текстогенность, высокую частотность, словообразовательную продуктивность, расширенную сочетаемость, участие в языковой игре и т. д. [Шмелева 2009: 63-68].

Текстогенность данных слов (способность «порождать» большое количество текстов разных жанров) проявляется в огромном количестве текстов СМИ разной направленности, а также в интернете.

Отдельная тема – порождение текстов юмористического характера, например, анекдотов. Темой анекдотов, как правило, становятся важнейшие для общества вещи, в том числе самые серьезные и даже трагические события, такие как кризис, санкции и т. д.; они, как известно, являются отдушиной, формой сопротивления обстоятельствам жизни [Цонева 2012].

Приведем пример типичного двучастного анекдота, в котором есть начало, создающее интригу, и неожиданный или парадоксальный конец: *Продолжают поступать тревожные сообщения о побочных эффектах вакцины Pfizer в Израиле. На этот раз бедствие постигло 40-летнюю женщину-врача. Через неделю после первой прививки от нее ушел муж к 20-летней невакцинированной медсестре.*

Второй пример относится к актуальному типу короткого анекдота, из одного предложения: *Рюмка водки, которая раньше называлась «на посошок», теперь называется «бустер».*

Анализ анекдотов, как и текстов о вакцинации вообще, позволяет увидеть, что с течением времени фокус интереса к

теме меняется, и на передний план выходят различные актуальные вопросы, среди которых создание вакцинных препаратов и конкуренция между ними, массовая вакцинация, отношение к вакцинации и ее эффективности, побочные эффекты вакцинации и т. д.

Важная особенность рассматриваемых текстов – стремление к вербальной креативности для экспрессивного выражения актуального содержания, что находит выражение, кроме всего, в различных формах языковой игры. Ср. об этом: «Гибкость, адаптивность, креативность, способность быстро осваивать ранее неизвестное – все это не про требования к какой-нибудь модной вакансии. Это про наш язык. Изменения, кризисы и перипетии, которые с нами происходят, сразу же находят свое выражение в «великом, могучем, правдивом и свободном». А пандемия, бесспорно, не просто повлияла на наш образ жизни, но и изменила его навсегда» (timeout.ru01.06.2020)

Языковая игра – сложный феномен, функции которого не ограничиваются созданием комического эффекта [Гридина 2008: 4]. Языковую игру все чаще связывают с креативными возможностями языковой личности, она – способ реализации способностей языковой личности, творческий акт, который демонстрирует ее индивидуальный стиль [Подольская 2008: 44].

Рассмотрим некоторые проявления языковой игры, в которые включаются не только слова *вакцина* и *вакцинация*, но и другие тематически связанные слова, в том числе уже упомянутые медицинские термины. В них, как правило, проявляется характерное для современной языковой личности стремление не только и не просто обозначить, но и оценить новое, выразить отношение к нему.

Традиционное для современных СМИ средство экспрессивизации текста – словообразовательные игры, в частности – окказиональные слова. Они, как известно, создаются по различным моделям и выражают эмоционально-оценочное отношение к обозначаемому.

Например, существительные для называния лиц, в массе своей окказиональные, относятся к 2021 г., когда люди в России, как и люди в других странах, разделились на сторонников и

противников вакцинации: *Наткнулась в фейсбуке на спор прививочников с антипрививочниками* – многолюдный, интернациональный, содержательный, без хамства (почти). (Новые известия 13.01.2021)

Ср. аналогичные примеры из интернета: *Зачем столкнули ваксов с антиваксами* (fishki.net 10.08.2021); *За неимением настоящих проблем, тягот и лишений, общество вдруг разделилось на ваксеров и антиваксеров* (zen.yandex.ru 27.11.2021); *Тем не менее мне казалось важным подойти к сообществу антивакцинищиков именно с позиции диалога* (itmo.ru 26.08.2021).

Отметим и сложные окказиональные слова, называющие новые реалии: *В мировую моду начал входить вакцинотуризм в Россию; Другая категория вакцинотуристов – те, кто препаратам, используемым на их родине, по каким-то причинам не доверяет* (Московский комсомолец 11.02.2021); *Вакциноконкурентное преимущество* (Коммерсант 24.06.2021) – заглавие текста о том, что работодатели предпочитают назначать вакцинированных сотрудников.

Особый интерес в плане игрового словотворчества представляет контаминация – способ компрессивного словопроизводства путем объединения двух слов в результате совмещения их частей (начальных и/или конечных).

Приведем пример контаминанта, объединяющего слова *вакцина* и *циники*, выражающего в сжатой форме негативную оценку некорректного отношения к российской вакцине за рубежом: *Вакциники: какие антиковидные меры ждут иностранцев в Европе. И можно ли в ЕС работать и учиться привитым «Спутником V»* (Известия 27.11.2021)

К самым ярким проявлениям окказиональности можно отнести следующий пример: *Краеугольный вопрос Европы/Вакцинация в странах ЕС разворачивается медленно* (Коммерсант 12.01.2021), в котором выделенное слово можно трактовать неоднозначно – как контаминант или как паронимическую аттракцию.

Приведенные выше немногочисленные примеры окказиональных единиц подтверждают наше наблюдение, что

здесь в целом меньше нового. Множество таких единиц, в том числе ярких, игровых, демонстрирующих гибкость языка, появилось в 2020-м г., в начале эпидемии, когда можно говорить о лавине, шквале производных слов, прежде всего от актуальных основ *ковид*, *корона*, *карантин*, *маска*, *зоот* и т. д. Именно к 2020 г. относится и подавляющее большинство слов, вошедших в солидный «Словарь русского языка коронавирусной эпохи». Ср. сказанное авторами словаря в предисловии: «Такой языковой карнавал, такой лингвистический «пир», который происходил на страницах СМИ и интернета во время «чумы XXI века», как лингвопсихологическая реакция на пандемию коронавирусной инфекции COVID-19 и особенно – на карантин и самоизоляцию, обусловленные ею, безусловно, заслужил самостоятельного, целенаправленного и обобщенного анализа» [Словарь 2021: 4].

К проявлениям языковой игры относится и окказиональная сочетаемость слов – создание непривычных, иногда «невозможных» сочетаний. Ср. расширенную сочетаемость слова *вакцинный*, определяющего чаще всего слово *препарат*: ***Вакцинный раскол ведет человечество в новое Средневековье*** (Взгляд 12.08.2021); ***Вакцинный туризм способен радикально поменять имидж России за рубежом*** (Взгляд 13.04.2021).

О нарушении правил лексико-семантической сочетаемости слов *прививка* и *вакцина* можно говорить в следующих примерах: ***Похоже, для начала французам предстоит получить прививку от недоверчивости*** (Коммерсант 27.12.2020); ***Вакцинация от мошенников. В сети растут продажи сертификатов о прививках*** (Коммерсант 06.07.2021)

Самые яркие и интересные примеры в нашей картотеке – трансформации прецедентных текстов, которые считаются одной из самых востребованных в печатных СМИ форм речетворчества.

Рассмотрим всего несколько примеров из нашей картотеки. Все они относятся к национальной прецедентности (русская литература, музыка, кино и т.д.), которая, как отмечает О.А. Леонтович, предполагает «понятность текста для представителей определенной культуры на основе установления

соответствующих интертекстуальных связей» [Леонтович 2022: 104].

Трансформация в приведенных примерах состоит в замене компонента исходного текста новым, направляющим внимание на содержание и на формирование определенной оценки этого содержания. Новые слова, включаемые в знакомые адресату цитаты, называют актуальные для ситуации реалии и обеспечивают связь с конкретным текстом.

Такие трансформы располагаются в заглавиях оценочного типа и обычно «расшифровываются» в лиде, в подзаглавии или в самом тексте.

К концу 2020 г. относятся данные ниже примеры из текстов, в которых обсуждается актуальная тема о создании вакцин в разных странах и о конкуренции между ними.

В заглавии ***Прививка** свыше нам дана* (Коммерсант 23.11.2020) есть замена компонента исходного текста А.С. Пушкина *Привычка свыше нам дана*; новый компонент меняет традиционное восприятие текста, а внимание адресата направляется на важность вакцинации, объявленной президентами, о чем сообщает подзаглавие: *Как Владимир Путин и Дональд Трамп дали старт поединку вакцин*.

В заглавии текста о начале вакцинации в странах ЕС *От прививки станет всем светлей* (Коммерсант 29.12.2020) использована строчка из веселой детской песенки *От улыбки станет всем светлей*; она направлена, как нам кажется, на «снятие» серьезности темы массовой вакцинации.

В начале 2021 г., когда началась массовая вакцинация в России и других странах, на передний план вышел актуальный вопрос о сопротивлении вакцинации со стороны многих граждан.

О сомнениях в необходимости вакцинации говорится в тексте *Не уколйй меня без нужды* (Коммерсант 08.02.2021); заглавием текста стала строчка из популярного романа *Не укоряй меня без нужды*, в которой замена компонента направляет внимание на содержание.

Нежелание россиян вакцинироваться является темой и текста *Велика Россия, а уколоть некого* (Коммерсант 29.01.2021);

экспрессивность заглавия создается благодаря тому, что включение глагола *уколоть* меняет торжественно-приподнятую окраску исходного текста – крылатой фразы времен Великой Отечественной войны *Велика Россия, а отступать некуда – позади Москва!*, которая часто цитируется в сокращенном варианте *Велика Россия, а отступать некуда!*

Заглавие *Страшной вакцины зверя нет* (Коммерсант 20.10.2021) направляет внимание на содержание текста о слабых темпах вакцинации, в первую очередь из-за страха вакцинации, о чем информирует подзаглавие: *Чего боялись россияне в третьем квартале 2021 года*. Исходный текст – строчка из басни И.А. Крылова *Страшнее кошки зверя нет* – позволяет настроить адресата на ироническую оценку этих страхов.

В заголовках оценочного типа, направленных на яркое, экспрессивное преподнесение сообщения, используется и трансформация фразеологизмов [Раденкова 2018: 285].

К началу 2021 г., когда стартовала массовая вакцинация в России, относится текст *Нашла игла на камень* (Коммерсант 22.01.2021); на восприятие содержания текста, в котором обсуждается нежелание россиян вакцинироваться, направлен трансформированный фразеологизм *Нашла коса на камень*, которым обозначают нежелание уступить, принять чужое мнение. К концу 2021 г. относится и текст *На вакцину надейся – а сам не плошай!* (Комсомольская правда 11.10.2021); трансформированная пословица *На бога надейся, а сам не плошай* уже в заглавии привлекает внимание к анализируемой в тексте необходимости в дополнительных мерах для укрепления иммунитета после вакцинации.

Особого внимания заслуживают примеры, в которых можно говорить о переплетении (взаимодействии, конвергенции) различных форм языковой игры. Так, трансформированный книжный фразеологизм *Земля обетованная*, которым обозначают благодатное место, где царит счастье, становится заглавием текста об успехах массовой вакцинации в Израиле: *Земля привитованная* (Коммерсант 18.01.2021); экспрессивность заглавия усиливается в результате замены компонента стандартного состава паронимическим



окациональным словом.

Обобщая сказанное, отметим необходимость дальнейшего изучения стремления к экспрессивному, к игровому выражению серьезного содержания – важной особенности языка коронавирусного времени. Оно позволяет понять не только ситуацию, но и отношение к ней, ее оценку со стороны людей, носителей языка, которые пытаются с этой ситуацией справиться и идти дальше.

### *Литература*

*Гридина Т.А.* Языковая игра в художественном тексте. Монография. Екатеринбург, 2008.

*Кожарнович М.П.* Медиатизация медицинского дискурса: способы, атрибуты и риски. // Медиалингвистика, 8 (4), С. 421–437. DOI: 10.21638/spbu22.2021.408

*Леонтович О.А.* Слово и образ в поисках друг друга. Монография. Волгоград, 2022.

*Подольская О.С.* Метафора как форма языковой игры. // Гуманитарные и социально-экономические науки. № 2 (39). Ростов-на-Дону, 2008. – С. 43-47.

*Прокофьева Н.А., Щеглова Е.А.* Роль медиа в создании языка коронавирусной эпохи: пандемия словотворчества. // Русский язык коронавирусной эпохи. – СПб., 2021. – С. 52–66.

*Раденкова Е.К.* Оценочный потенциал русских фразеологических единиц в заголовках медиатекстов. // Двенадцатый международный симпозиум «Русистика в современном мире». Доклады и сообщения. Велико-Тырново, 2018. – С. 285-289.

*Словарь русского языка коронавирусной эпохи.* Сост. Х. Вальтер, Е.С. Громенко и др. СПб., 2021.

*Цонева Л.* Думата криза в медийния дискурс. Монография. Велико Тырново, 2012.

*Цонева Л.* Эпидемия коронавируса и русский язык. // Современные тенденции в изучении русского языка, культуры и истории. Сборник материалов научно-практической конференции 2 – 3 октября 2020 г. София, 2020. – С. 9-19.

*Цонева Л.М.* Особенности отображения вакцинации против коронавируса в медийном дискурсе. // Политическая лингвистика. – № 6 (90). Екатеринбург, 2021. – С. 37-45. DOI: 10.26170/1999-2629\_2021\_06\_04.

*Шмелева Т.В.* Кризис как ключевое слово текущего момента. // Политическая лингвистика. – № 2 (28). Екатеринбург, 2009. – С. 63–68.

REFERENCES

Gridina T.A. Yazykovaya igra v hudozhestvennom tekste. Monografiya. Ekaterinburg, 2008.

Kozharnovich M.P. Mediatizaciya medicinskogo diskursa: sposoby, atributy i riski. // Medialingvistika, 8 (4), S. 421–437. DOI: 10.21638/spbu22.2021.408

Leontovich O.A. Slovo i obraz v poiskah drug druga. Monografiya. Volgograd, 2022.

Podol'skaya O.S. Metafora kak forma yazykovoj igry. // Gumanitarnye i social'no-ekonomicheskie nauki. № 2 (39). Rostov-na-Donu, 2008. – S. 43–47.

Prokof'eva N.A., SHCheglova E.A. Rol' media v sozdanii yazyka koronavirusnoj epohi: pandemiya slovotvorchestva. // Russkij yazyk koronavirusnoj epohi. – SPb., 2021. – S. 52–66.

Radenkova E.K. Ochenochnyj potencial russkih frazeologicheskikh edinic v zagolovkah mediatekstov. // Dvenadcatyj mezhdunarodnyj simpozium «Rusistika v sovremenном mire». Doklady i soobshcheniya. Veliko-Tyrnovo, 2018. – S. 285–289.

Slovar' russkogo yazyka koronavirusnoj epohi. Sost. H. Val'ter, E.S. Gromenko i dr. SPb., 2021.

Coneva L. Dumata kriza v medijniya diskurs. Monografiya. Veliko-Tyrnovo, 2012.

Coneva L. Epidemiya koronavirusa i russkij yazyk. // Sovremennye tendencii v izuchenii russkogo yazyka, kul'tury i istorii. Sbornik materialov nauchno-prakticheskoy konferencii 2 – 3 oktyabrya 2020 g. Sofiya, 2020. – S. 9–19.

Coneva L.M. Osobennosti otobrazheniya vakcinacii protiv koronavirusa v medijnom diskurse. // Politicheskaya lingvistika. – №6 (90). Ekaterinburg, 2021. – S. 37–45. DOI: 10.26170/1999-2629\_2021\_06\_04.

SHmeleva T.V. Krizis kak klyuchevoe slovo tekushchego momenta. // Politicheskaya lingvistika. – № 2 (28). Ekaterinburg, 2009. – S. 63–68.

©Цонева Л.М., 2022

**Цонева Лиляна Михайлова** – профессор,  
Кандидат филологических наук  
Адрес 5002, Болгария, г. Велико-Тырново,  
ул. Йонковка, 6А  
E-mail: liliconeva@abv.bg

**Coneva Lilyana Mihaylova** – profes-  
sor, PhD  
Veliko-Tarnovo, Bulgaria.