

**УДК (81'367.622.12'42:82-343):614.4**

**ББК 81.052**

**К 21**

**Карабулатова И.С.**

*Доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов, e-mail: radogost2000@mail.ru*

**Эрьола Шехи**

*Аспирант кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов, e-mail: erjolashehi96@gmail.com*

## **Влияние имен собственных на трансформацию архетипических представлений о коронавирусе в современной мифологизированной картине мира** (Рецензирована)

### **Аннотация:**

Дается анализ общественных настроений в публикациях о коронавирусе в публичном политическом дискурсе. Имена собственные рассматриваются как маркеры формирования настроения у читателей новостных потоков о коронавирусе. Новости о новом коронавирусе выступают как источник информации о пандемии и включают в себя функции дискурса, посредником которых является процесс преобразования реальных социальных событий. Новостные тексты, содержащие социальные, коммуникативные, культурные, когнитивные и психологические параметры, влияют на формирование общественного мнения. Предполагается, что имена собственные в таких сообщениях в условиях карантина и самоизоляции выполняют роль лингвоментальных скреп, объединяющих разные слои общества, создавая голограмму единого ментального пространства. Проблематика коронавируса является потенциально опасной для общества ввиду обостренного внимания всех представителей общества к проблеме сохранности здоровья. Актуальность обусловлена ролью цифрового пространства и проблем атрибуции текстов в новостном дискурсе, поскольку он приоритетно влияет на трансформацию общественного сознания. Методология предлагаемого анализа стандартна, в нее входит структурно-семантический анализ, оценочный, мотивно-целевой и др. Исследование помогает понять языковые универсалии при передаче психоэмоциональных настроений в ситуации стресса, в ситуации пандемии.

### **Ключевые слова:**

Общественные настроения, влияние новостных потоков, публичный дискурс, имена собственные, дискурс, коронавирус, потенциально опасный текст, окно Овертона, сохранность человеческой психики

**Karabulatova I.S.**

*Doctor of Philology, Professor, Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN-university), e-mail: radogost2000@mail.ru*

**Erjola Shehi**

*Post-graduate student of 1st year of study, specialty "Theory of language", Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN-university), Albania, e-mail: erjolashehi96@gmail.com*

## The influence of proper names on public sentiment and the transformation of archetypal ideas about coronavirus in the modern mythologized worldview: based on the Russian and Albanian electronic news discourse

### Abstract:

This article is devoted to the analysis of public attitudes in publications about coronavirus in public political discourse. The authors consider proper names as markers of mood formation among readers of news streams about coronavirus. News about the new coronavirus acts as a source of information about the pandemic and includes discourse functions that mediate the process of transforming real social events. News texts containing social, communicative, cultural, cognitive, and psychological parameters influence the formation of public opinion. Hypothesis: proper names in news reports about the coronavirus in modern socio-political discourse in conditions of quarantine and self-isolation serve as linguistic bonds that unite different layers of society, creating a hologram of a single mental space. The very problem of coronavirus is potentially dangerous for society due to the increased attention of all representatives of society to the problem of health. The relevance is due to the increasing role of the digital space and the problems of attribution of texts in the news socio-political discourse since it has a priority impact on the transformation of public consciousness. The methodology of the proposed analysis is standard, it includes structural and semantic analysis, evaluation, motivational and target analysis, etc. The study helps to understand language universals in the transmission of psychoemotional moods in a situation of stress in a pandemic situation.

### Keywords:

Public sentiment, influence of news streams, public discourse, proper names, discourse, coronavirus, potentially dangerous text, Overton window, preservation of the human psyche.

В ситуации отражения темы пандемии коронавируса в публичном политическом дискурсе, зафиксированном в пространстве Интернета мы видим усиление негативных настроений, которые трансформируют психику реципиентов в направлении психопатологии, проявляющейся в нарушении логических связей, в усилении «скачков мыслей», в преобладании незавершенности высказываний и резонерства, что в целом характеризует разорванность мышления реципиентов, находящихся в ситуации стресса, пограничных состояниях психики и т.п. [1: 16].

Феномен пандемии актуализирует первичный страх человека за сохранность собственной жизни и человечества как вида, поэтому коронавирус является социально опасным явлением, что становится

предметом всестороннего обсуждения исследователями из разных областей научного знания, при этом тема коронавируса становится своеобразным «окном Овертона» [2] для манипуляции общественным сознанием, одним из приемов информационной войны [3] на новом витке. Угроза для всего человечества содержится в самом обозначении вируса – коронавирус, т.е. вирус с короной, коронованный вирус, что создает дополнительный ассоциативный «шлейф» оценки восприятия текстов о пандемии.

Тексты о коронавирусе обладают такими оценками, как: 1) общая оценка в рамках «хороший/ плохой» (собственно сама оценка, или так называемая аксиологическая оценка); 2) эмоционально-экспрессивная оценка в рамках системы

«нравится/ не нравится»; 3) оценка в рамках характеристики «достойн/ недостойн предмет речи определенного социального статуса и соответствующего ему отношения»; 4) оценка в рамках оппозиции «свой/ чужой» (люди/ коронавирус, мы/ они/, мы/ они/ третья сторона, живой мир/ неживой мир, жизнь/ смерть и т.д.); 5) модальная оценка (необходимость, допустимость, желательность, возможность действий в связи с описываемым явлением, событием, объектом, субъектом); 6) оценка степени важности для адресанта и адресата речи (что является важным, а что второстепенным).

Все эти группы оценок взаимосвязаны как по семантике, так и по средствам выражения. Эмоции и оценка статуса часто выражаются через общую оценку «хорошо/плохо»; мнение о допустимых действиях формируется на базе общей и эмоциональной оценки [4].

Вместе с тем имена собственные (ИС) являются маркерами, запускающими механизм оценивания текста и формирования общественных настроений. ИС обладают своей историей и раритетностью, и человечество издавна интересуется историей происхождения имен. Первым номинатором считается Бог, который не только создал мир, но и нарек все предметы, явления, субъекты и объекты: мир получает свою проявленность только в присутствии наблюдателя, который оценивает окружающую его действительность. Ученых всегда интересовала история этимологии ИС, значение и соответствующая лингвоментальная связь, которая сложилась между этими конкретными именами и историей общества, с мировоззрением и верованиями людей, с окружающей природой [5, 6]. Пандемия обозначила слабые места человеческой цивилизации, и интерес проявляется в появлении всевозможных публикаций, посвященных тайнам коронавируса, в том числе в мифологическом и конспирологическом

аспектах. Мы придерживаемся позиции, что дискурс СМИ отражает этические ценности социума. Для усиления значимости той или иной оценки используется отсылка к мнению эксперта, который изрекает позицию в рамках заданной идеологии конкретного СМИ.

Дискурс-анализ новостных текстов о пандемии с включением имен собственных мы рассматриваем с учетом принципа репрезентативности, что позволяет нам описать макроструктуры поликодовых текстов и интерпретировать их согласно коммуникативным задачам [7]. Для решения поставленной цели мы предполагаем использовать устойчивые методы лингвистики. Методы описательной статистики позволяют определить типичные параметры поликодовых текстов новостного дискурса с ИС по теме пандемии. С помощью контент-анализа отслеживаются скрытые имиджевые стратегии в рамках конкретных выборок генеральной совокупности и совместно с изучением реакций реципиентов определить связи и закономерности между элементами новостных текстов с именами собственными и их эффективностью воздействия. Прагматическая направленность и междисциплинарная природа данного метода позволяют предсказать результаты воздействия на аудиторию.

Распространение коронавируса вызвало общественно-политическую и экономическую депрессию, затронув все сферы человеческого бытия. В целом дискурс СМИ отражает нравственно-этические ценности социума, поэтому такого рода приемы не способствуют сохранности психического здоровья реципиентов контента. В свою очередь, на наш взгляд, такая ситуация требует пересмотра концепции информационной безопасности в контексте сохранения психического здоровья нации. Отдельные приемы конструирования предложений, характерные для лиц с психопатологиями,

используются для усиления интереса к публикации [1, 8].

Современная ситуация пандемии всколыхнула в общественном и языковом сознании безграничную сеть мифов и архетипических воззрений на мир, в котором эпидемии и пандемии – это некие живые сущности, регуляторы человеческой жизни и человечества в целом. Например, таковы названия заголовков публикаций о коронавирусе в новостном дискурсе: «Коронавирус как **первый всадник Апокалипсиса**» ([https://pikabu.ru/story/koronavirus\\_perviy\\_vsadnik\\_apokalipsisa\\_7314609](https://pikabu.ru/story/koronavirus_perviy_vsadnik_apokalipsisa_7314609)); «Коронавирус – напоминание о **четырех всадниках Апокалипсиса**» ([https://ruskline.ru/opp/2020/04/01/koronavirus\\_napominanie\\_o\\_chetyreh\\_vsadnikah\\_apokalipsis](https://ruskline.ru/opp/2020/04/01/koronavirus_napominanie_o_chetyreh_vsadnikah_apokalipsis)), «Отец Александр: вирус — **напоминание человечеству**, что мы опять зашли не туда» ([https://www.pravda.ru/faith/1489294-coronavirus\\_church/](https://www.pravda.ru/faith/1489294-coronavirus_church/)); «**Всадник по имени «СМЕРТЬ»**. Коронавирус – это запланированная эпидемия!» (<https://posledneevremya.ru/?p=1311>) и т.д. В албанском новостном дискурсе негативная оценка пандемии идет через образы албанской мифологии: **дракон Кучедра, дева Ламая, нежить Стрыга, горбатый дракон Куцодаймон** и др. Им противостоят люди-герои, которые соотносятся с мифологическими **Дхампиром, Гржетой, Букурой** и т.п.

В плане выявления факторов влияния и трансформации общественных оценок наиболее привлекательной проблемой в новостном дискурсе о пандемии является проблема характеристики авторских стратегий речевого поведения при написании текстов о коронавирусе. Мы видим здесь проблему креативности в самом широком смысле слова [9], поскольку, с одной стороны, мифологемы закручивания по метафорической спирали как при использовании сценарных стратегий в «мягком» гипнозе М.Эриксона,

когда идет нанизывание и разворачивание мифологем [10], связанных с образом пандемии как некой Божьей кары, Апокалипсиса. В связи с чем новостной дискурс отсылает нас к базовым верованиям, фольклору, религиям разных народов. Например, в христианоориентированных странах мы видим отсылки к библейским пророчествам о конце света («**КОНЕЦ МИРА: коронавирус — это одно из предсказаний о 10 смертельных язвах...**», <https://orakyl.com/koniec-mira/>). В странах, где исповедуют буддизм, публикации ориентированы на проблему кармы (типа: «Далай-лама считает эпидемию COVID-19 следствием **накопленной кармы**», <https://ria.ru/20201013/karma--1579576546.html>). Для исламских стран – интерпретации пророческих хадисов («Коронавирус – **знамение и признак скорого прихода Имама Махди?**», <https://shia.world/koronavirus-znamenie-i-priznak-skorogo-prihoda-imama-mahdi/>).

Исходя из этого, мы рассматриваем новостные тексты с ИС в электронном дискурсе о коронавирусе как поликодовые, поскольку они выступают в виде вторичной моделирующей системы с дополнительными сверхструктурами, где продукт – имидж (язык второй степени). Вместе с тем мы видим изменение стандарта поведения и последующее полное разрушение социостереотипа в общественном сознании реципиентов: «**Сценарий конца света: Это все больше похоже на зачистку Земли от лишних ртов**» (<https://svpressa.ru/world/article/262151/>). Эта трансформация идет через реализацию индивидуальных возможностей автора при создании новостного текста о коронавирусе, что создает особый местный колорит, обусловленный соединением контактирующих культур.

Влияние ИС в электронном новостном дискурсе на общественные настроения состоит в том, что используется не только прямое



назначение имени (номинативная функция), но и опосредованное, метафорическое значение ИС, при этом «собственно семантическая мотивация того, почему та или иная метафора ассоциируется с определенной эмоцией отсутствует. Между физической мотивацией и самой метафорой отсутствует языковое, семантическое звено» [11: 456].

Включение в новостной дискурс ИС преследует следующие цели:

1) обозначить, что это текст о болезни коронавируса (например: коронавирус COVID-19 – это сложный мутировавший вирус из семьи коронавирусов, вызывающий поражение легких);

2) обозначить конкретную географию распространения вируса, локализовать пространство (типа: «Впервые коронавирус зафиксирован был в Ухани»; «Растет скорость распространения коронавируса в Москве»; «Ужесточение коронавирусных ограничений в Албании» и т.п.);

3) обозначить конкретных лиц, или политиков в медиадискурсе, так или иначе связанных с коронавирусом (типа: «мэр Москвы Сергей Собянин объявил о мерах по предупреждению коронавируса»; «Министр здравоохранения Албании Огерта Манастилиу 11 октября заявила, что правительство приняло решение о введении обязательного ношения масок» и т.д.);

4) актуализировать подсознательные страхи и архетипические страхи для подчеркивания важности борьбы с пандемией коронавируса (например: «Страх коронавируса COVID-19»; «Перед Хеллоуином россияне начали скупать костюм коронавируса»).

Усиление воздействия новостных текстов о коронавирусе ввиду экспрессивной подачи вне зависимости от языка вызывает у реципиентов те или иные нарушения психической перцепции, которые выступают как эмоционально-психологические аномалии под

влиянием внешних факторов. Эти аномалии отражают большое поле разнообразных нервно-психических отклонений, которые различны по своим клиническим признакам, характеру и этиологии. Они объединены поверхностным уровнем расстройств психики, балансирующих между нормой и патологией в плане сохранности психического здоровья.

Социальные, коммуникативные, культурные, когнитивные и психологические параметры новостного дискурса влияют на формирование общественного мнения [12; 13]. Возьмем следующий текст: «Южнокорейский автопроизводитель Hyundai остановил производственные линии из-за сбоев в цепочке поставок запчастей, обычно перемещающихся между двумя странами. Министр экономики Японии Ясүтоши Нисимура сказал, что производство и прибыль компаний могут пострадать от вируса. У Honda есть три завода в Ухане, городе, который оказался в центре эпидемии» [14]. В данном тексте такие ИС, как Hyundai, Honda, Ухань, Ясүтоши Нисимура, Япония, указывают на локус новостного события, а также о компаниях и людях, участвующих в описываемом событии. Сам текст нейтральный, но в силу однозначного отрицательного значения слов (*пострадать, эпидемия, сбои, остановить*) окрашен негативно.

По мнению В.В.Ивановой, в современном обществе «народные поверья о болезнях воспринимаются многими как устаревшие понятия и явления» [15], но мы полагаем, что такие мощные эпидемии и пандемии как пандемия коронавируса COVID-19 наоборот актуализирует такие поверья, которые живут в сфере бессознательного. Сам мифопатоним *коронавирус* акцентирует внимание на таких архетипических страхах, как страх смерти, предвещание Апокалипсиса, конец мира, одержимость дьявольскими силами, кара небесная, приход нового мессии. Мифологема *коронавирус* актуализирует

мифологему о сакральном значении России как спасительницы человечества [16].

Традиционно любая болезнь воспринимается в народной картине мира как некий регулятор соблюдения баланса сил Добра и Зла, поэтому неслучайно мы видим такое же отношение и к коронавирусу. В этой ситуации перед СМИ и официальными властями стоит сложная задача – выработать взвешенный подход к оценке эпидемиологических мер по сдерживанию коронавируса, в том числе и в сфере публичного пространства.

На сегодняшний день новостные тексты о коронавирусе занимают первую строчку в информационном пространстве всего мира. Причиной

большинства наших страхов является воображение, которое заполняет недостающие лакуны фоновых знаний этноса о похожих ситуациях [17].

Осознание страхов в такой ситуации является первым шагом по работе с бессознательными установками в отношении катастрофичности ситуации, трагичных оценок исхода и т.п. в ситуации пандемии коронавируса мы сталкиваемся с поликодовостью смысла пандемии в истории развития человечества, что накладывает дополнительные обязательства на всех участников публичной коммуникации, поскольку именно от них зависит выработка и закрепление поведенческих стереотипов в условиях агрессивной среды.

#### Примечания:

1. Балабанова Л.М. Судебная психология (вопросы определения нормы и отклонений). Донецк: Сталкер, 1998. 432 с.

2. Карабулатова И.С., Савчук И.П. Трансформационная эволюция гендера в современном рекламном дискурсе как проявление «Окна Овертона» // Известия Балтийской академии рыбопромыслового флота: психолого-педагогические науки. 2019. № 2 (48). С. 23-32.

3. The confrontation between the Eastern and Western worldviews in the conceptual space of the information war against Russia: the genesis and evolution of the terminological apparatus / V.V. Varabash, E.A. Kotelenets, I.S. Karabulatova [et al.] // Amazonia investiga. 2019. № 8 (19). P. 246-254.

4. Карабулатова И.С., Воронцов К.В. Цифровая лингвистическая мигратология и мониторинг потенциально опасных текстов о миграции // Миграционные мосты в Евразии: новые подходы к формированию миграционной политики в интересах устойчивого развития: материалы XI Междунар. науч.-практ. форума / под ред. С.В. Рязанцева, М.Н. Храмовой. Москва, 2020. С. 189-204.

5. Голубцов С.А., Лучинская Е.Н. Языковая игра как способ актуализации интертекста в художественном дискурсе // Вестник Адыгейского университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2018. Вып. 2 (217). С. 35-40.

6. Островская Т.А. Концептуализация понятия «поведение человека» в исследовании дискурса элиты // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2015. Вып. 2 (153). С. 95-99.

7. Эбзеева Ю.Н., Карабулатова И.С. Новые аспекты исследования коммуникации в современных социальных сетях // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2017. Вып. 4 (209). С. 258-267.

8. The Discourse of the Russian Elite in the ERA “Liquid” Modernity as a Problem of Ethnic, Social and Cultural Security / T.A. Ostrovskaya, I.S. Karabulatova, Z.R. Khachmafova, S.A. Lyaucheva, G.V. Osipov // Mediterranean Journal of Social Science. 2015. Vol 6, No 3. P. 147-154.

9. Хачмафова З.Р., Погребняк Н.В. Метафорическое моделирование образа политика в медиадискурсе // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2018. Вып. 4 (227). С. 112-116.

10. Костылева Т.А., Карабулатова И.С., Данилова А.Д. Сценарный подход в современном образовании // Мир науки, культуры и образования. 2020. № 5 (84). С. 130-132.

11. Апресян Ю.Д. Интегральное описание языка и системная лексикология: избр. работы: в 2 т. Т. 2. Москва, 1995.

12. Бешукова Ф.Б., Априкаби С.С.Г. Современные PR-технологии создания политического имиджа // Вестник Адыгейского университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2020. Вып. 2 (257). С. 157-162.

13. The Specifics of an Estimate discourse of gender stereotypes in small forms of Folklore in a Network Discourse of Electronic and Information society at the Beginning of 21st Century / Z.R. Khachmafova, I.S. Karabulatova, S.V. Serebryakova // Pertanika Journal of Social Science & Humanities. 2017. № 25 (S) Jul. P. 137-150.

14. Hyundai останавливает свои заводы в Корее из-за китайского вируса. // Дром.ру. URL: <https://news.drom.ru/Hyundai-74093.html> (дата обращения: 27.10.2020).

15. Иванова В.В. Имена собственные в народных названиях болезней в чувашском языке // Научные исследования: от теории к практике. 2015. № 2-4 (5). С. 124-128.

16. Горностаева Ю.А. Лексические средства дискурсивного конструирования образа В. Путина в испанских и американских СМИ в аспекте пандемии коронавируса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. № 13 (9). С. 246-250.

17. Карабулатова И.С., Савчук И.П. Концепции генезиса городских легенд: системный анализ // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2020. № 25-2. С. 27-30.

#### References:

1. Balabanova L.M. Forensic pathopsychology (problems of determination of the norm and deviations). Donetsk: Stalker, 1998. 432 pp.

2. Karabulatova I.S., Savchuk I.P. Transformation evolution of gender in modern advertising discourse as a manifestation of “Overton Windows” // News of the Baltic Academy of Fishing Fleet: Psychological and Pedagogical Sciences. 2019. No. 2 (48). P. 23-32.

3. The confrontation between the Eastern and Western worldviews in the conceptual space of the information war against Russia: the genesis and evolution of the terminological apparatus / V.V. Barabash, E.A. Kotelenets, I.S. Karabulatova [et al] // Amazonia investiga. 2019. No. 8 (19). P. 246-254.

4. Karabulatova I.S., Vorontsov K.V. Digital linguistic migratology and monitoring of potentially dangerous texts on migration // Migration bridges in Eurasia: new approaches to the formation of migration policy for sustainable development: materials of the XI International scient. and pract. forum / ed. by S.V. Ryazantsev, M.N. Khramova. Moscow, 2020. P. 189-204.

5. Golubtsov S.A., Luchinskaya E.N. Language game as a means of actualization of intertext in the fiction discourse // Bulletin of the Adyghe University. Ser.: Philology and the Arts. 2018. Iss. 2 (217). P. 35-40.

6. Ostrovskaya T.A. Conceptualization of the concept of “human behavior” in the study of the elite discourse // Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts. 2015. Iss. 2 (153). P. 95-99.

7. Ebzeeva Yu.N., Karabulatova I.S. New aspects of the research of communication in contemporary social networks // Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Region studies: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Sciences and Cultural Studies. 2017. Iss. 4 (209). P. 258-267.

8. The Discourse of the Russian Elite in the ERA “Liquid” Modernity as a Problem of Ethnic, Social and Cultural Security / T.A. Ostrovskaya, I.S. Karabulatova, Z.R.

Khachmafova, S.A. Lyaucheva, G.V. Osipov // *Mediterranean Journal of Social Science*. 2015. Vol 6, No 3. P. 147-154.

9. Khachmafova Z.R., Pogrebnyak N.V. Metaphorical modeling of the image of a politician in media discourse // *Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts*. 2018. Iss. 4 (227). P. 112-116.

10. Kostyleva T.A., Karabulatova I.S., Danilova A.D. Scenario approach in modern education // *World of science, culture and education*. 2020. No. 5 (84). P. 130-132.

11. Apresyan Yu.D. Integral description of the language and system lexicology: selected works: in 2 volumes. Vol. 2. Moscow, 1995.

12. Beshukova F.B., Aprikabi S.S.G. Modern PR-technologies for creating a political image // *Bulletin of the Adyghe University. Ser.: Philology and the Arts*. 2020. Iss. 2 (257). P. 157-162.

13. The Specifics of an Estimate discourse of gender stereotypes in small forms of Folklore in a Network Discourse of Electronic and Information society at the Beginning of 21st Century / Z.R. Khachmafova, I.S. Karabulatova, S.V. Serebryakova // *Pertanika Journal of Social Science & Humanities*. 2017. № 25 (S) Jul. P. 137-150.

14. Hyundai stops its factories in Korea due to Chinese virus // *Drom.ru*. URL: <https://news.drom.ru/Hyundai-74093.html> (access date: 27.10.2020).

15. Ivanova V.V. Proper names in the folk names of diseases in the Chuvash language // *Scientific research: from theory to practice*. 2015. No. 2-4 (5). P. 124-128.

16. Gornostaeva Yu.A. Lexical means of V. Putin's discursive image development in the Spanish and American mass media in the context of coronavirus pandemic // *Philological Sciences. Issues of theory and practice*. 2020. No. 13 (9). P. 246-250.

17. Karabulatova I.S., Savchuk I.P. Concepts of the genesis of urban legends: a system analysis // *Linguistic paradigm: theoretical and applied aspects*. 2020. No. 25-2. P. 27-30.