

ДИНАМИКА И ИНОВАЦИИ В ЛЕКСИКАЛНАТА СИСТЕМА ПРИ МЕДИЙНОТО ПРЕДСТАВЯНЕ НА COVID-19

Елица Топалова

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“

DYNAMICS AND INNOVATIONS IN THE LEXICAL SYSTEM IN THE MEDIA REPRESENTATION OF COVID-19

Elitsa Topalova

St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo

The paper explores new words and meanings considered to be connected to the outbreak of COVID-19 and its subsequent spread. The object of research is the language of the online media, while the subject of research are new words (and neologisms) and (metaphorical) meanings. The examples are excerpted from media texts on COVID-19, published in Bulgarian online media during the pandemic. The choice of online media as a source of the examples is motivated by the wider popularity of online media in comparison with the so-called traditional print media. The various examples presented in the article prove the potential of the coronavirus topic in terms of coining new words.

Key words: neologisms, new meanings, the online media, the coronavirus pandemic

Изборът на темата се мотивира от неоспоримото влияние, което появата на нови реалии оказва върху езика, най-вече върху неговия речников състав. Вниманието е съсредоточено върху новите в лексикално отношение езикови средства, чиято употреба може да бъде характеризирани като „провокирана“ от появата на коронавирусната инфекция и нейното разпространение.

Обект на настоящото изследване е езикът на онлайн медиите. Предмет са новите думи и значения (вкл. и метафорични), както и неологизмите и окказионализмите, с които се назовават реалии, свързани

с COVID-19. Целта е да се проследи до каква степен темата COVID-19 има потенциал да стимулира процесите на словотворчество (вкл. и okazjiонално) и да активизира създаването на метафори.

Източник на езиковия материал са медийни текстове, публикувани в информационни сайтове през последните две години (от първите известия за появата на новия вирус до настоящия момент). Сайтовете не са целенасочено избрани, езиковите средства, анализирани в статията, са подбрани на принципа на лингвистичната находка.

Трябва да се подчертае, че повечето от регистрираните примери са употребени в коментарни и анализаторски текстове, текстове, в които журналист или експерт изразява мнението си по темата за разпространението на COVID-19, мерките срещу него или друг аспект на тази тема. Това се предопределя и от характеристиките на различните жанрове медийни текстове – за новините например не е типично да съдържат думи с експресивна функция, докато коментарите дават свобода на своя автор именно по посока на експресията и емоционалността на текста.

Изборът на онлайн медии като източник на разглежданите примери се мотивира от по-голямата популярност на електронните и онлайн медиите в сравнение с разбираните като традиционни печатни медии. Голяма част от обществото избира да се информира от интернет източници (като към тях може да се причислят и социалните мрежи) за сметка на вестници и списания. Това твърдение може да се илюстрира с информацията от годишния доклад (за 2021 година) на Института „Ройтерс“ към Оксфордския университет. В обобщената информация за България са публикувани данни от направените от института анкетни проучвания за вида на източника на новини, до който анкетираните потребители най-често прибегват в периода от 2018 до 2021 година. Според представените диаграми през 2021 г. 86% от анкетираните използват онлайн източници на новини (вкл. и социални мрежи), 73% се обръщат към телевизията, 67% – към социалните мрежи, а само 19% се информират основно от печатни медии.

Въпросът около изясняването на точните дефиниции на термините *неологизъм* и *оказионализъм* все още не е намерил своя окончателен отговор. Най-често същността на понятието *неологизъм* се изяснява с помощта на отношенията му с други понятия от неологията: *иновация*, *новообразуване*, *нова дума*, *оказионализъм*, *потенциална дума*. Най-често в научната литература се съпоставят *неологизъм* и *оказионализъм*, като се разглеждат спрямо две двойки критерии: език – реч; узуалност – неuzuалност.

При употребата на двата термина в настоящия текст се визират дефинициите, посочени в „Българска лексикология и фразеология. Българска лексикология“: „Неологизмите са единици на езика, те имат узуален характер (представляват традиционно средство за номинация на съответен денотат) и се употребяват (като възпроизводими единици) в типови комуникативни ситуации, докато оказионалните образувания се създават специално за конкретен (единичен) комуникативен акт, не са възпроизводими, а разбирането на изразявания от тях смисъл е тясно обвързано с условията на конкретния комуникативно-ситуационен контекст, т.е. те са речеви явления“ (Крумова-Цветкова и съавт. 2013: 227). Взета под внимание е също и дефиницията за *оказионализъм*, която представя Валентина Бонджолова в книгата си „(Не)съществуващите думи: оказионално словотворчество“: „всяка нова дума, създадена за нуждите на конкретен текст, която е резултат от преднамерена лексикална, семантична или графична проява на словотворчество или от трансформация на наличния лексикален състав с експресивна функция“ (Бонджолова 2007: 15).

В „Българска лексикология и фразеология. Българска лексикология“ е подчертано паралелното съществуване на два вида причини за наблюдаваните засилени неологизационни процеси през последните няколко години. Те са вътрешноезикови и външноезикови. Вътрешноезиковите причини са свързани с установяването на вътрешно-системни връзки, с действието на езиковата аналогия, с различни езикови тенденции. Външноезиковите причини са радикалните промени в редица сфери от живота, разпространението на нови технологии, евроинтеграцията на България, глобализацията и др. В резултат на всичко това се появяват „множество нови реалии, явления, отношения, които следва да бъдат назовани със средствата на езика“ (Крумова-Цветкова и съавт. 2013: 217).

Що се отнася до метафоричните значения, Тодор Бояджиев в „Българска лексикология“ дефинира метафората като „пренос на думата от един предмет на друг въз основа на сходство или подобие“ (Бояджиев 2011: 95). Посочените от него причини за пораждаване на метафора са: „стремеж към по-ясно и конкретно название на нещо ново чрез познато, определяне на едно явление чрез признаци на друго, желание за експресивно изказване като израз на чувство и оценка“ (Бояджиев 2011: 95). Т. Бояджиев разграничава три вида метафори според тяхното въздействие върху адресата и функциите им – номинативни, когнитивни и образни.

В „Българска лексикология и фразеология. Българска лексикология“ се твърди, че традиционно метафората се разбира като „начин за семантична номинация, който използва за назоваване качествените особености на явленията и възможността на мисленето да свързва понятията с оглед на сходство, близост, аналогия на такива признаци“. Основа за понятийната система се явява човешкият опит, резултат от взаимодействието на човека с действителността (Крумова-Цветкова и съавт. 2013: 525).

Според концепцията на Д. Лейкоф и М. Джонсън метафората е резултат от отношението между две области (обекти) – област (обект) – източник и област (обект) – цел. В областта източник се съдържат общите познания за света или за обект от него, на чиято основа се оформя метафоричното название на обекта цел. Метафоричното означение е следствие от утвърдените колективни „образни схеми“, от асоциации между двете понятия, между които се установява сходство или аналогия по някакъв признак (Лейкоф, Джонсън 2003: 28 – 29; превод мой – Е. Т.).

От психолингвистична гледна точка когнитивната метафора се проявява в случаите, когато носителите на езика се срещнат в своя житейски опит с непознато и неназовано явление. В случая, разбира се, медицинската наука назовава непознатия вирус, който всъщност не е чак толкова непознат. Страхът у хората обаче придобива непознати размери, а именно страхът е импулсът, стоящ в основата на създаването на метафори, с които да се назове вирусът. Оприличен на нещо познато, материализиран, овеществен, страхът от непознатото и невидимото сякаш намалява и влиянието му над съзнанието и емоциите на реципиентите на текстовете, посветени на коронавируса, отслабва.

Появата на COVID-19 може да се класифицира и като мощен външноезиков фактор, като събитие с огромно значение, което има своето отражение върху редица области от живота – здравеопазване, образование, политика и икономика. Изключително е влиянието и върху езика с новите думи и значения, често употребявани в медийни текстове и в речта на носителите на езика. Част от тях са включени и в изданията през 2021 г. речник на новите думи в българския език (вж. Благоева, Колковска, ред. 2021).

Към тази тема интерес проявяват и самите медии, провокирани и от отбелязването на празника на славянската писменост, около който българският език обикновено се явява предпочитана тема. Например на 24.05.2021 г. по Нова телевизия се излъчва телевизионен ре-

портаж с надслов *Какви думи се родиха и наложиха с разпространението на COVID-19?*, в който се представят редица неологизми и оказионализми, които са разширили сферата на употребата си, както и коментари на езиковеди, работещи по темата. От monitor.bg също търсят мнението на специалистите филолози, като на 25.05.2021 г. публикуват интервю с проф. Диана Благоева-Стефанова, учен от Института за български език към БАН и част от авторския колектив, който изготвя речника на новите думи в българския език, излязъл от печат през 2021 г. В края на същата година в сайта на capital.bg се публикува обзорец материал със заглавие *Думите на 2021* и подзаглавие *Новите обществени явления намериха отражение в езика* (capital.bg; 29.12.2021 г.). Статията представя списък с оказионализми и неологизми, които са се употребявали в България и по света през 2021 година.

Любопитно е, че в българското медийно пространство намират място и текстове, разглеждащи този проблем от гледната точка на други езици, като например статия със заглавие *Как пандемията промени езика на германците? Регистрирани са поне 1200 нови думи* (dnes.bg; 03.03.2021 г.). Не бива да се пропуска фактът, че българският текст е превод на статия на The Washington Post, публикувана на сайта на американския всекидневник два дена по-рано със следното заглавие: *Germans have coined more than 1,200 words to talk about coronavirus*. Част от примерите в текста са различни названия на предпазна маска: *Alltagsmaske* (ежедневна маска); *Spuckschutzschirm* (чадър за защита от плюене); *Schnutenpulli* (буквално пуловер за уста, по-уютна дума за маска).

Относно присъствието на темата COVID-19 в новинарските сайтове или в електронните издания на българските всекидневници особено показателен е фактът, че в една част от тях се обособява специално създадена за целта нова рубрика, посветена на коронавируса. В сайтовете dnes.bg и mediapool.bg тази рубрика носи наименованието *Коронавирус*, в dir.bg тя е със заглавие *COVID-19*. Електронното издание на вестник „Дневник“ представя друга стратегия – на неговия сайт стои надписът на рубрика, озаглавена „Новини без коронавирус“. Този факт сам по себе си е доказателство за тематичната принадлежност на всички останали новини, публикувани в традиционните рубрики на dnevnik.bg.

От тази гледна точка може да се изрази предположение, че авторите на материали, засягащи темата, ще прибегват по-често до употребата на неологизми и оказионализми. Целта ще е да придадат свежест

на текстовете и да привлекат вниманието на читателя, за когото коронавирусът вече е тема константа, като я разглеждат от нов и нестандартен ъгъл. В споменатата вече монография на В. Бонджолова „(Не)съществуващите думи: оказионално словотворчество“ се посочва, че „творчеството на авторите и търсенето на оригинален изказ може да се стимулира от задържането на дадена тема в медийното пространство“ (Бонджолова 2007: 19). Авторката илюстрира това твърдение с примери от медийни текстове, свързани с темата за птичия грип, разпространен в България в периода от декември 2005 до февруари 2006 година. В тази връзка може да се предположи, че би било интересно да се направи наблюдение, при което да се сравнят новите езикови прояви при медийното представяне на двете заболявания.

Като се имат предвид разгледаните примери, може да се допусне, че употреби на нови думи или на нови (метафорични) значения се срещат най-често в заглавните комплекси на медийните текстове. Това идва в подкрепа на становището на В. Бонджолова: „Заедно с другите средства за атрактивност на текста оказионализмите са най-често срещани в определени позиции на журналистическите материали, които напоследък използват в по-голяма степен експресията, отколкото стандарта – заглавие, уводна част, заключение. Оказионализмите, употребени в такава силна позиция, се възприемат като думи, важни за съпътстващия ги текст, тъй като имат организираща функция спрямо него. Това ги превръща в интересен обект за изследване“ (Бонджолова 2009: 54).

В част от анализирания примери се наблюдават сложни думи с първа съставна част *корона-*. Употребата на *корона-* (със значение *който се отнася до коронавирус*) като съставна част на сложни думи е регистрирана и в най-новото издание на „Речник на новите думи“ (Благоева, Колковска, ред. 2021: 177).

Сложна дума с първа съставна част *корона-* е използвана в заглавието и в основния текст на материал от сайта на търновския всекидневник „Борба“: **Коронабалът във В. Търново прати областта на челно място по заболяли от COVID-19 у нас** (borbabg.com; 6.07.2020 г.). Значението на лексемата *коронабал* би било *абитуриентски бал, проведен при условията на разпространение на коронавирус, или абитуриентски бал, след чието провеждане част от участниците в него се разболяват от коронавирус*. В основния текст на статията също е направен опит за тълкуване на оказионализма: *В генератор на заболяемостта са превърна коронабалът във Велико Търново, както вече е известно събитието, тъй като след провеж-*

дането му са засечени десетки случаи. В основния текст е употребена още една сложна дума, следваща същия словообразователен модел – *коронавирусници*, за назоваване на учениците от визириания випуск.

В заглавието на материал от сайта *btvnovinite.bg* (25.09.2020 г.) *Двойно скочи броят на заразените с COVID-19, връщат коронабрифингите (ОБЗОР) корона-* участва в състава на сложна дума в комбинация с чуждата дума *брифинг* (със значение 1. Кратка, сбита информация за някакво събитие, решение и под., която дават пред журналисти официални лица, правителствени дейци и др. 2. Кратък инструктаж (англ. *briefing*) (РБЕ¹; *ibl.bas.bg*). Прави впечатление, че в основния текст сложната дума е заменена с описателно съчетание – *брифингите на Оперативния щаб*. Това своеобразно редуване може да се обясни с проява на езикова икономия, породена от ограниченото пространство, в което битува заглавието, както и с намерението на автора на текста да засили въздействието на заглавието.

Най-често в състава на казионалната дума участва основата *ковид*, към която чрез суфиксация се образува нова дума. В посочените примери най-често се образуват съществителни имена за назоваване на лица. Например в заглавието *Ковидолози и ковидократи в условията на биополитика* (*dn.es.dir.bg*; 13.11.2021 г.) се наблюдават казионализми със значение на название на лице, образувани по аналогия на други познати лексеми *кардиолог*, *кардиолози* и *демократ(и)* с основа *ковид-*. Авторът на двете казионални думи е напълно известен – това е интервюираният психиатър проф. д-р Дроздстой Стоянов. Може да се обобщи, че *ковидолози* и *ковидократи* са резултат от научно словотворчество, а точната им дефиниция е посочена от техния автор в основния текст на материала: *Ковидолозите са онези субекти, които се появяват в медиите и знаят всичко по темата. [...] Ковидологът използва изразните средства на влъхва и влиза в студиото като пророк, който знае някаква неоспорима догма.* (Дефиницията на *ковидократ* е дадена във видеосъдържанието, придружаващо материала.)

Подобен пример се среща и в споменатата по-горе обзорна статия на „Капитал“ – *ковидиот*, образувана в резултат от междусловно налагане на думите *ковид* и *идиот*. Значението, посочено от автора на статията, е следното: *използва се за човек, който е на противоположно на вашето мнение по темата за коронавируса, ограничителните мерки, ваксините и всичко, свързано с пандемията.*

¹ Речник на българския език.

В заглавието на текст от сайта ploshtadslaveikov.com *Маскираният Ковидец*² (27.09.2021 г.) с автор Васко Громков отново се среща оказионализъм, съдържащ основата *ковид-* с прибавена към нея наставка, с която се означава съществително име за лице. Направена е аналогия със заглавието на популярно телевизионно предаване („Маскираният певец“), както става ясно от основния текст: *2035 година. България е единствената страна в света с коронавирус. Всички останали са превъртели азбуките и са се излекували. [...] В района на Полски Тръмбеш е открит нов вирус „Ковид-35 БеГе“. Всичко се излъчва на живо в шоуто „Маскираният Ковидец“. [...] Шоуто „Маскираният Ковидец“ продължава да трупа рекорден рейтинг.*

Интересното е, че в основния текст се среща още един оказионализъм в рамките на заглавие на измислен филм: „Оскар“ за най-добра анимация печели филмът „Приключенията на *Ковидчо*“ [...], като оказионализмът *Ковидчо* представлява собствено име, образувано с основа *ковид-* и умалителна наставка *-чо* (отново може да се предположи аналогия със заглавието на детската книга „Приключенията на Лукчо“). Особено впечатление прави и духът, в който е написан текстът – той е футуристичен, с характеристики на (анти)утопия, водещи са комизмът, крайната (само)ирония и сарказмът.

В заглавието на коментарен текст, публикуван в сайта на в-к „24 часа“ (24chasa.bg; 13.07.2020 г.), *Протестът на мангърниците (Диляна Ценова)* е използван оказионализъм с основа фамилното име на лекар (д-р Атанас Мангърров), спечелил популярност с противоречивите си изказвания. Така употребено, собственото име се превръща в нарицателно име, обобщено название на привържениците на твърденията, изказвани от реалната личност. Оказионализмът е образуван с прибавяне към основата на наставка *-ец* (в конкретния пример – и на окончание *-и* за множествено число). Привържениците са и граматично определени. *Мангърниците* присъства само в заглавието на коментара, което може да е израз на стремежа на автора за привличане на вниманието на потенциалните читатели.

Следващият оказионализъм е пример за междусловно налагане, комбинирано с използване на графично словообразуване. Той е употребен в самото заглавие на материала: *Кратък портрет на **BOCOVID-BG*** (както е посочено и в статията, това е текст на Велислава Дърева, публикуван и на сайта lentata.com; 7.04.2021 г.). Наблюдаваното междусловно налагане е между крайните букви от лично

² В сайта ploshtadslaveikov.com материалът е придружен със следната бележка: *Текстът е от Фейсбук, заглавието е на „Площад Славейков“.*

име, прозвище (на бившия министър-председател Бойко Борисов, който понякога в критични изказвания се назовава и като *Боко*), изписани с чужда графика, и началните букви от най-популярното название на коронавирусната инфекция – *COVID-19*. По-особеното е, че числовият компонент – *19*, тук е заменен с международно признатата абривиатура за означаване на българската държава (BG). В този вид оказионализъмът е многократно употребен и в основния текст, където попада в синонимни отношения с друго оказионално название – *боковирус*, също многократно употребено. Двете оказионални лексеми са проява на авторско творчество, породено от преливането на темата COVID-19 със злободневните политически теми, неизменно съпътстващи медийното отразяване на разпространението на коронавируса.

През 2020 г. Речникът на Колинс³ обяви lockdown (локдаун) за дума на годината (The year of lockdown; collinsdictionary.com; 10.11.2020), при това в началото на материала се обръща внимание на факта, че и значителна част от останалите думи, попаднали в окончателния списък при проучването, също са свързани с темата *пандемия*. Статията съдържа и коментар за влиянието на коронавируса върху живота на хората, а оттам и върху езика.

Думата *локдаун* присъства в най-новия речник на новите думи в българския език със следното значение: *(от англ.) принудително пълно или частично преустановяване на икономически, образователни и др. дейности за определен период като част от противоепидемични мерки*.

Статия със заглавие „Безкръчмие“ и другите български думи за „локдаун“ (webcafe.bg; 28.11.2020 г.) предлага на своите читатели шеговит прочит на процеса около навлизането на чужди думи в българския език и на противоречивите мнения по въпроса. Статията е написана с известна доза хумор, ирония и самоирония. Може да се класифицира и като проява на (краен) пуризм (познат и в миналото). Но въпреки това във връзка с разглежданата тема е най-важно да се отбележи, че в публикацията е демонстриран впечатляващ талант за съз-

³ Колинс (на английски Collins) е издателство за речници и други учебни материали, свързани с чуждоезиковото обучение. Издателството е основано през 1824 г. от Уилям Колинс, а от 2007 г. насам речникът на издателството е достъпен на сайта collinsdictionary.com. Традиционно в края на всяка година на сайта на речника се обявява т. нар. дума на годината – дума, която е регистрирана с най-голям брой употреби. Например през 2020 г. са засечени над 250 хиляди употреби на *локдаун* в сравнение със само 4000 употреби през 2019 г.

даване на нови думи, чийто резултат е значителният брой оказионализми. Заслужава внимание и фактът, че предложенията попадат в синонимни отношения, като при всяка отделна лексикална единица акцентът е поставен на различен аспект от принудителното затваряне по време на пандемия. С този богат набор от близки по значение лексеми сякаш се дава избор на читателите да изберат най-подходящата, с която да заместят чуждата дума *локдаун*. Словотворчеството засяга и *социална дистанция*, и *ваксина* – също често използвани при обсъждането на мерките срещу разпространението на коронавируса.

Тук са предложени сравнително по-дълги откъси от текста на статията, за да послужат като илюстрация на направените по-горе твърдения:

[...] **Защо в България се употребява думата „локдаун“?**

Как смее това долно журналистическо племе да облъчва с по-редната чуждица родолюбивите съзнания на гордите българи?! Същите горди българи, които ежедневно се стараят да използват САМО български думи в разговорите (ехе, можеше да напишем „комуникация“, ама се спряхме)[...].

[...]

*Очевидно има хора, които поради една или друга причина в момента са най-недоволни от това, че „локдаун“ (lockdown) намира място в речниците ни. Защо не се ползва някоя българска дума, питат. Защото няма? Как да няма?! **Ще си измислим!** Речено-сторено.*

За да помогнем за своевременното решаване на този жизненоважен езиков проблем, ето ги нашите предложения за (почти) български синоним на „локдаун“.

След това въведение следва списък с няколко оказионални думи и техните значения, формулирани отново с чувство за хумор и ирония. Именно заради големия брой оказионализми в тази си част статията наподобява извадка от тълковен речник. Оказионализмите, с които според автора може да се замени чуждата дума *локдаун*, са: 1) **зарешетване, катинарене, кепенцохлопване**, като в тях по думите на автора е водещ „заключващият момент“; 2) **безкръчмие; фалитоправач** – на преден план е влиянието на затварянето върху бизнеса; 3) **мутафчийстване** – оказионализъм, образуван с помощта на основа, асоциирана с фамилното име на реално съществуваща личност (ген. Венцислав Мутафчийски, председател на Националния оперативен щаб за борба с COVID-19, придобил популярност заради присъствието си в медиите; може да се направи аналогия с оказиона-

лизми, съдържащи основа *мангър-*, за които стана въпрос и по-горе в текста); 4) *домошарене*. Думата *човекоотбягване* е предложена като български вариант на словосъчетанието *социална дистанция*, а *диваноподпиране* – на *карантина*. С предложените два синонимни варианта, с които да се замести *ваксина* – *билгейтсчица* и *здравобоц*, – се дава израз и на противоречивите мнения около темата за или против ваксините.

Визуалната прилика между структурата на вируса и короната като символ на монархическата власт, причина за избора на самото название на групата вируси, често води и до редица метафорични употреби на лексемата *корона* и нейните производни. В следващия пример се наблюдава ново, преосмислено, метафорично значение на дума, позната с друго значение. Думата е *коронован*, употребена в заглавието на коментарен текст, публикуван в сайта *fakti.bg*, в секцията „Здраве“ – Covid-19 (21.03.2020 г.) – *Коронованите върхове на тишината* (текстът е придружен с бележка, която гласи: *Текстът е на педиатъра д-р Александър Атанасов и е публикуван с негово разрешение.*). Според РБЕ (*ibl.bas.bg*) основните значения на *коронован* са: 1. *който има царска власт, който официално е монарх, цар*; 2. *който е с корона на главата*. Рубриката, към която принадлежи текстът, както и самото му съдържание категорично насочват към определяне на значението на *коронован* като *свързан с коронавируса*.

Подобно метафорично значение се среща и в заглавието на текст от сайта *highviewart.com* (14.03.2020 г.) *Короната на вируса – тревожност, депресия и ОКР* с автор психотерапевтката и психоложка Детелина Стаменова. Налице е метафорично значение, а също и игра на думи – *коронавирус* и *короната на вируса*. Употребата на лексемата *корона* в конкретния случай може да се тълкува като върха, видимата част от нещо, най-представителното качество на явление.

Обект, неизменно свързан с темата за коронавируса и мерките срещу неговото разпространение, е предпазната маска. В коментарен текст със заглавие *Намордниците остават* (с автор Емил Йотовски; *novini.bg*; 28.08.2020) прави впечатление преосмислянето на основното значение на руската по произход дума *намордник* – *Мрежа от тел или кожени ремъци, която се поставя на муцуната на куче, за да не може да хапе или да яде* (РБЕ; *ibl.bas.bg*). В разглеждания текст авторката цел за представяне на нова, нестандартна гледна точка към задължителното носене на предпазни маски като мярка срещу разпространението на коронавируса се постига именно чрез метафоричния пренос на значения между *намордник* и *маска*.

Освен горепосочените примери за метафорични значения при анализирането на езиковия материал се обособяват и два по-големи корпуса от примери за метафорични значения. Първият корпус от примери представя коронавируса като одушевено същество, а във втория корпус COVID-19 се описва като природна стихия.

В примерите от първия корпус на коронавируса (и/или на заболяването, причинено от него) се приписват признаци и действия, типични за одушевени същества. Най-често вирусът се описва като одушевено същество, способно да се движи и да прониква в затворени пространства.

Засичането на положителни проби за COVID-19 в места, за които традиционно се смята, че са безопасни, се представя като *влизане* на вируса в съответните места. Такъв е случаят в заглавието *Коронавирусът „влезе“ в още три училища в региона* (borbabg.com; 14.10.2020). Интересното в случая е пунктуационният знак кавички при глагола, който сякаш подсказва, че става въпрос за преносна (метафорична) употреба. Други примери са заглавията *COVID-19 влезе в детски лагер в Приморско* (dariknews.bg; 15.08.2021 г.) и *Covid-19 влезе в още една детска градина* (dnesbg.com; 22.11.2021). С висока степен на експресивност се отличава заглавието *Тревога! COVID-19 проникна в Център за деца с увреждания във Великотърновско* (borbabg.com; 26.08.2021).

Своеобразното движение на вируса се описва и чрез глагола *настъпва*, както е в заглавията *Кошмарът настъпва! Рекордни 1024 нови случая на Ковид-19 за денонощието у нас, 22 са починали!* (epicenter.bg; 20.10.2020) (тук особено впечатление прави и употребата на удивителния знак в привидно съобщителни изречения) и *СЗО: Коронавирусът настъпва с рекордни темпове* (btvnovinite.bg; 28.10.2020).

Други единични примери, в които вирусът „се движи“, са: *Нов вариант на вируса идва от Перу. Не го ловят ваксини* (clubz.bg; 3.08.2021); *Проф. Ива Христова: „Делта“ напредва, новата вълна ще е през септември, засяга по-млади* (epicenter.bg; 29.06.2021); *Новият щам плъзна в България* (kmeta.bg; 30.01.2021).

Освен способността да се движи и да преминава през държавни граници и отвъд стените на обществените сгради, на вируса се приписват и други признаци, характерни за одушевените същества. Например в заглавието *Шефът на „Роберт Кох“: Вирусът още не е уморен* (clubz.bg; 5.02.2021).

В качеството му на одушевено същество коронавируса се представя и като противник на обществото, като негов враг – *Ковид ни отне великата Татяна Лолова* (standartnews.com; 23.03.2021). Срещат се също и спортни термини: *Япония – в хватката на коронавируса* (dw.bg; 2.02.2021), както и понятия от военното дело – *Болница „Св. Анна“ в София е под COVID обсада, 100% от леглата са заети* (epicenter.bg; 3.11.2021). Сякаш прилагането на мерките срещу разпространението на вируса се характеризира като война, макар и с невидим враг.

Примерите, в които COVID-19 се представя като враг на обществото, се доближават до примера на Д. Лейкоф и М. Джонсън за инфлацията като противник. В книгата им „*Метафорите, с които живеем*“ е анализирана метафората *инфлацията е противник*, която ни дава специфичен начин на мислене за инфлацията, както и посока за действията ни спрямо нея. Мислим за инфлацията като за противник, който може да ни напада, наранява, да краде от нас и дори да ни унищожи. В такъв случай това става основание за предприемане на конкретни действия – обявяване на война на инфлацията, поставяне на цели и др. Представянето на абстрактно явление, каквото е инфлацията например, с персонифициращи го понятия има за цел да обясни това абстрактно явление така, че да бъде разбрано от повечето хора (Лейкоф, Джонсън 2003: 28 – 29; превод мой – Е. Т.).

В примерите, условно отнесени към втората група, чрез метафоричен пренос коронавируса се характеризира като природна сила с присъщите за нея признаци стихийност и неконтролируемост. Традиционно при говоренето за болести се прибегва до метафори, свързани с огън, и разпространението на COVID-19 не е изключение. Доказателство са заглавията *Регистрираха огнище на коронавирус в хостиса в Елена* (dnesbg.com; 5.02.2021) и *Огнище на коронавирус в детски лагер в Приморско* (dnes.bg; 15.08.2021), в които ключовата дума на метафората е съществителното име *огнище*. В други подобни примери се използва глаголят *пламна*: *Нов детски лагер на морето пламна с ковид, ученици от Елхово са заразени* (kmeta.bg; 16.08.2021); *Шумен отново пламна* (bnr.bg; 16.03.2021); *Домът за стари хора във Велико Търново „пламна“ от COVID-19* (dnesbg.com; 12.11.2020), като и тук метафорично употребеният глагол е ограден с кавички. Засечени са и заглавия, в които се срещат и двете ключови думи от предишните примери – *Пламна огнище на заразата* (bnr.bg; 28.10.2021).

По-рядко COVID-19 е оприличен на друга природна стихия, например вода – *COVID отделенията преливат* (bnr.bg; 19.10.2020).

А също и *Тайфунът COVID-19 помита Шумен* (bnr.bg; 17.03.2021), като в мнението, цитирано в основния текст на статията, медик от болницата в Шумен сравнява два от щамовете на вируса съответно с ураган и с тайфун: *Това, което ни се случва в момента като заболяемост, мога да нарека ураган, предизвикан от британския вариант на щама, африканският ще ни донесе тайфун*. Към тази група може да се добави и широко разпространеното характеризиране на периодите с голям брой регистрирани положителни проби като *вълна* (тук ще бъде представен само един пример) – *Четвъртата ковид вълна настъпва септември* (kmeta.bg; 26.03.2021).

Както е видно и от приведените по-горе примери, метафоричните употреби също се появяват предимно в заглавията на медийните текстове. Едно от възможните обяснения би могло да бъде стремежът на автора на текста (или на заглавието, ако авторите не съвпадат) да постигне определено въздействие, а защо не и да предизвика чувство за страх и тревожност у своите читатели. Това предположение се основава на изконната същност на метафората да внася експресивност и емоционалност в текста.

Многобройните примери за неологизми, казионализми или нови метафорични значения на вече познати думи показват жизнеността на темата *COVID-19* от гледна точка на словотворчеството, което журналистите и другите „пишещи хора“ проявяват в своите авторски текстове. Не без значение е и фактът, че тази тема присъства неотменно в ежедневния информационен поток вече над от две години. Само времето ще покаже докога разпространението на коронавируса ще е една от водещите теми в новинарските емисии. Интересно би било да се проследи какво ще е влиянието на темата върху казионалното словотворчество, ако тя се задържи твърде дълго. Възможно е в бъдеще словотворческите изяви да демонстрират още по-голяма ефективност и ефектност.

Силно вероятно е новините за COVID-19 да слязат от ефир (временно), изместени от друга, по-нова и по-интригуваща тема. Както се случва с всяко голямо и разтърсващо света събитие, и за пандемията от коронавирус ще може да се говори трезво и аналитично чак когато (напълно) отшуми. Тогава от дистанцията на времето ще може да се направи извод кое в ежедневието на хората се е променило безвъзвратно и кое ще се върне към обичайния си ред. Лингвистиката също има задача да анализира влиянието на разпространението на коронавируса върху езика.

ЛИТЕРАТУРА

- Благоева, Колковска, ред. 2021:** Благоева, Д., С. Колковска. *Речник на новите думи в българския език (от първите две десетилетия на XXI в.)*. [Blagoeva, D., Kolkovska, S. Rechnik na novite dumii v balgarskiya ezik (ot parvite dve desetiletiya na XXI v.).] София: Наука и изкуство, 2021.
- Бонджолова 2007:** Бонджолова, В. *(Не)съществуващите думи: оказинално словотворчество*. [Bondzholova, V. (Ne)sashtestvuvashnite dumii: okazionalno slovotvorchestvo.] Велико Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2007.
- Бонджолова 2009:** Бонджолова, В. *(Не)съществуващите думи: оказинализмите в медийния текст*. [Bondzholova, V. (Ne)sashtestvuvashnite dumii: okazionalizmite v mediyniya tekst.] Велико Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2009.
- Бояджиев 2011:** Бояджиев, Т. *Българска лексикология*. [Boyadzhiev, T. Balgarska leksikologiya.] София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2011.
- Крумова-Цветкова и съавт. 2013:** Крумова-Цветкова, Л., Д. Благоева, С. Колковска, Е. Пернишка, М. Божилова. *Българска лексикология и фразеология*. [Krumova-Tsvetkova, L., Blagoeva, D., Kolkovska, S., Pernishka, E., Bozhilova, M. Balgarska leksikologiya i frazeologiya. Balgarska leksikologiya.] София: АИ „Проф. Марин Дринов“, 2013.
- Лейкоф, Джонсън 1980:** Lakoff, G., M. Johnson. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- Нюман 2021:** Newman, N. *Reuters Institute Digital News Report 2021 (10th Edition)*. 2021. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf> (14.01.2023).