

**А.М. Куркимбаева**

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті,  
Қазақстан, Алматы қ.  
e-mail: aizhan--k@mail.ru

## COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ ДИСКУРСЫНЫҢ МЕДИА КЕҢІСТІКТЕ ВЕРБАЛДАНУЫ

Кез келген ірі дағдарыс сияқты, COVID-19 тудырған жаһандық денсаулық дағдарысы сөзсіз қазіргі заман тарихына енді. Бұқаралық ақпарат құралдары бұл апат туралы күн сайын хабарлады. Коронавирустың адамзатқа, мәдениетке және экономика әсері үлкен болды. Коровирус пандемиясы біртіндеп жеке және ұжымдық деңгейде күнделікті өмір салтына, тілдік тұлғалар психологиясына және менталитетке әсер етті. Мақаланың мақсаты: COVID-19 пандемиясының медиа дискурстағы қандай тілдік құралдардың көмегімен медиа кеңістікте жүзеге асқанын анықтау. Зерттеу жұмысының теориялық маңызы: зерттеу нәтижелері қазақ медиа әлемінде қалыптасқан короновирус лексикасының түрлерін анықтауға және негізгі нәтижелері әртүрлі лингвомәдениеттердегі ковид-дискурстың табиғатын одан әрі зерттеуге ықпал етеді. Зерттеу жұмысының практикалық нәтижелері шетел филологиясы мамандығы бойынша оқитын студенттер мен магистранттарына арналған «Медиадискурс», «медициналық медиа дискурс», «ковид – дискурс» секілді пәндерді оқыту барысында және ковид пандемиясына арналған сөздіктер мен глосарийлер құрастыруда пайдалануға болады. Ғылыми мақаланың әдіснамалық негізін медиа дискурс және COVID-19 пандемиясы дискурсы құрайды. Зерттеу жұмыстың негізгі нәтижелері ретінде Ковид-19 пандемиясы дискурсына анақтама ұсынылып, экстралингвистикалық әлеуеті анықталады және қарастырып отырған дискурстың конститутивті белгілері айқындалады. Ғылыми мақала тіл ғылымына Ковид-19 пандемиясы дискурсын-лингвистикалық құбылыс ретіндегі әлеуетін одан әрі зерттеуге ұйытқы болады.

**Түйін сөздер:** медиадискурс, ковид пандемиясы дискурсы, медиамәтін, сөзжасам, экстралингвистикалық фактор.

А.М. Kurkimbayeva

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages,  
Kazakhstan, Almaty  
e-mail: aizhan--k@mail.ru

### Verbalisation of COVID-19 pandemic discourse in media space

The global health crisis known as COVID-19 has inevitably entered modern human life. On a daily basis, the media reported on this catastrophe. The negative impact of the coronavirus on humanity, culture and the economy was enormous. The coronavirus pandemic has also affected everyday lifestyles, the psychology of language personalities and mentality, both on an individual and collective level. The aim of the article: to find out through which linguistic means in media discourse, the COVID-19 pandemic has been realized in media space. The theoretical significance of the research lies in the fact that the results of the study will contribute to the identification of the forms of coronial vocabulary established in the Kazakh media world and further study of the nature of Covid discourse in linguistic cultures with different research results. Practical results of the research work can be used in the study of such disciplines as "Media discourse", "Medical media discourse", "Covid – discourse" for students and undergraduates studying in "Foreign philology" and also in compiling dictionaries and glossaries dedicated to the lexical composition of the term "Covid". The methodological basis of the research article is the media discourse and discourse of "Covid-19 pandemic". As main results of the research, the definition of "Covid-19 pandemic" discourse presents its extra-linguistic potential and constitutive features of the discourse. The research paper, also in perspective, will contribute to further study of linguistic potential of "Covid-19 pandemic" discourse as a new linguistic phenomenon.

**Key words:** Media discourse, Covid pandemic discourse, media text, word formation, extra-linguistic factor.

А.М. Куркимбаева

Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана,  
Казахстан, г. Алматы  
e-mail: aizhan-k@mail.ru

### Вербализация дискурса пандемии COVID-19 в медиапространстве

Глобальный кризис в области здравоохранения, известный как COVID-19, неизбежно вошел в современную жизнь человечества. Ежедневно в СМИ сообщали об этой катастрофе. Негативное влияние коронавируса на человечество, культуру и экономику было огромным. Пандемия коронавируса влияла и на повседневный образ жизни, психологию языковых личностей и менталитет, как на индивидуальном, так и на коллективном уровне. Цель статьи: выяснить, с помощью каких языковых средств в медиа-дискурсе, «Пандемия Covid 19» была реализована в медиапространстве. Теоретическое значение исследования заключается в том, что результаты исследования будут способствовать выявлению форм коронавирусной лексики, сложившейся в казахском медиа мире, и дальнейшему изучению природы Ковид-дискурса в лингвокультурах с различными исследовательскими результатами. Практические результаты исследовательской работы могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как «Медиадискурс», «Медицинский медиа дискурс», «Ковид – дискурс» для студентов и магистрантов, обучающихся по специальности «Иностранная филология», а также при составлении словарей и глоссариев, посвященных лексическому составу термина «Covid». Методологическую основу научной статьи составляют медиа-дискурс и дискурс «Пандемия Covid-19». В качестве основных результатов исследования представлено определение дискурса «Пандемия Covid-19», определен его экстралингвистический потенциал и конституциональные признаки рассматриваемого дискурса. Научная статья, также в перспективном плане, будет способствовать дальнейшему изучению языкового потенциала дискурса «Пандемия Covid-19», как новое лингвистическое явление.

**Ключевые слова:** Медиадискурс, дискурс пандемии covid, медиаконтекст, словообразование, экстралингвистический фактор.

### Кіріспе

Вирус барлық елдерге таралып, әлемді бұрын-соңды болмаған шектеу шараларына алып келді және саяси көшбасшылар пандемия кезеңін «тарихтағы ең үлкен апат» (АҚШ), «Үшінші дүниежүзілік соғыс» (Франция) деп сипаттады.

Жиырма бірінші ғасыр – ғаламтор ғасыры. Әрбір тілдік тұлға күнінің көп бөлігін гаджеттерде, желіде өткізеді. Бұл апат 2020-2022- жылдары ресми деңгейде де, күнделікті өмірде де ең көп талқыланатын және маңызды тақырып болды.

COVID-19 пандемиясының жаһандық ауқымы және одан кейінгі локализацияланған саяси реакциялар жаһандық дағдарыстың тілдік дискурса қалай аударылатындығының мысалы болып табылады. Жаһандық дағдарыстың лингвистикалық дискурста қалай көрініс тапқандығын анықтау бүгінгі күннің басты медиа тақырыбы болып табылады. Әлемдік медиа кеңістікте Covid-19 пандемиясы тақырыбында көптеген өзекті медиалық материалдардың жариялануы және олардың қандай тілдік бірліктермен көрініс тауып жатқандығын анықтау жұмысымыздың өзектілігін анықтайды.

COVID-19 пандемиясы кезіндегі тілдік жағдайдың ерекшелігі мен бірегейлігін бірнеше параметрлер анықтайды.

Біріншіден, пандемия және оған байланысты іс-шаралар барлық тұлғаларға алдымен психологиялық жағынан әсер етті. Соның нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдары адам өмірінің жаңа объективті жағдайларына қатысты көптеген ақпараттар легінде Covid-19 вирусына қатысты барлық тілдік орта жаңа неологизмдер, метафоралар, сленгтармен толықты. Жаңа сөздер мен мағыналардың пайда болуы, лингвист-ғалымдар мен филологтардың аталмыш саланы зерттеуге деген қызығушылықтарын арттыра түсті.

Екіншіден, Covid-19 пандемиясына қатысты Қазақстандық медиадискурста 3500 жуық жаңалықтар жазылғандығы белгілі болды. Сонымен қатар, Covid-19 пандемиясына қатысты бірнеше ғылыми мақалалар жарық көрді. Жаһанды жайлаған коронавирус тек Қазақстандық медиадискурстың ғана емес әлемдік медиадискурстың басты медиа тақырыбына айналды.

Екі түрлі тілдің материалында көрсетілген жаңа және ықтимал сөздерді талдау сонымен қатар сөйлеудегі негізгі мәдени шартты белгілерді көрсететін ұлттық өзін-өзі тануды дамытудың қиылысатын және қарама-қарсы векторларын анықтауға мүмкіндік береді. Қазіргі француз және қазақ тілдеріндегі өзгермелі пандемия концептісін құру маңыздылығын жоғалтпай-

ды. Зерттеушілердің назары қарым-қатынастың жаңа кеңістігіне, пандемия кезеңіндегі дискурстың жаңа формаларына және қоғамның мәдениетінің айнасы ретінде тілдің өзгеруіне бағытталған.

### Материалдар мен әдістер

Мақалада Егемен Қазақстан сияқты дәстүрлі медиа, Инстаграм жаңа медиа тұғырнамаларынан, Zamedia.kz., The Qazaqtimes, Youtube интернет-басылымдарының тәуелсіз ақпараттық порталдарынан алынған материалдар талданып, зерделенді.

Ғылыми жұмысты жазу барысында медиа мәтін мазмұнын коммуникативтік-прагматикалық тұрғыдан қарастырғанда, сипаттау, талдау, салыстыру, өңдеу, жинау әдістері, семантикалық және контент талдау әдісі қолданылды.

### Әдебиеттерге шолу

Ең алдымен COVID-19 пандемиясы неологизмдеріне талдауды жүзеге асырған шетелдік ғалымдардың зерттеулерін атап өтсек: Mathieu Roche (Франция, Монпелье университеті), «COVID-19 and Media datasets: Period and location-specific textual data mining» (M.Roche, 2020), Maria Nisar (Пакистан, Рифха халықаралық университеті) «Linguistic analysis of neologism related to coronavirus (COVID19)» (Asif, Zhiyong, Iram, Nisar, 2021), «Corona Virus Disease (COVID-19). Effects on Language Use: An Analysis of Neologisms» (Mwari, 2021). Еуропалық тілдерді жалпылама талдау барысында латын субстраты бар сөз тіркестері Amanda Roig-Marlin (Ұлыбритания, Кембридж университеті) «English-based coroneologisms: a short survey of our Covid19 – related vocabulary» (Roig-Marín, 2020) және т.б ғалымдардың еңбектерінде жарияланған. Осы көрсеткіштерді саралай отырып, біз пандемия кезеңін сипаттауға арналған ғылыми жұмыстардың ауқымды екендігін байқаймыз.

Anna Zholobova испан тілі материалдары негізінде Covid-19 пандемиясы кезіндегі лингвистикалық инновацияларға арналған ғылыми еңбегінде неологизмдерді, тілдік инновация ретінде қабылдады (A. Zholobova, 2021:331-349). Автор испан тіліндегі коронавирус лексикасын келесі категорияларға бөлді:

- 1) Әскери тілдік элементтер (мысалы, шабуыл);
- 2) неологиялық англицизмдер (мысалы, covid);

3) танымал ғылыми терминдер (мысалы, коронавирус);

4) семантикалық неологизмдер (мысалы, корона);

5) аббревиатуралар (мысалы, ӘЖЖ, ПТР);

6) жұрнақ арқылы пайда болған неологизмдер (мысалы, ковидиот).

Covid-19 пандемиясы тудырған дүрбелең ағылшын тілінде көптеген неологизмдердің пайда болуына әкелді. Британдық лингвист Tony Thorne Covid-ке қатысты лексиканың тізімін жасады. Ғалым пандемия басталғаннан бері ағылшын тілі 1000-нан астам жаңа сөз тіркестерімен толыққанын айтты (T.Thorne, 2020). Бұл талдаудан ағылшын тілі коронавирус дискурсы бойынша жаңа сөзжасамның қайнар көзі ағылшын тілі болғандығын анық көреміз.

Алдымен, осы тілдік қолданысқа енген ковид лексемасының этимологиясына тоқталсақ: COVID-19 акронимі 2020 жылдың алғашқы айларында COronaVirus, Disease 2019 сөз тіркесінен шыққан. 2021 жылдың қарашасында жаңа жұқпалы штамм грек алфавитінің он бесінші әрпі – «Omicron» деп аталды. Вирус тудырған ауру COVID-19 деп аталады, мұнда «Co» «корона» дегенді білдіресе, «vi» – «вирус». Ал 19 саны оның пайда болған жылы, яғни 2019 жылды көрсетеді. Бұл туралы ДДҰ бас директоры Тедрос Гебрейю 2020 жылдың 11 ақпанында хабарлады. Ол жаңа аурудың атауын осылай атау оңай екенін түсіндірді.

Алдымен осы вирустың қазақ тіліндегі атауының өзі қызығушылық тудырады. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы SARS-CoV-2 атауын ұсынды, мұнда SARS – «синдромды респираторлық ауру» / «ауыр жедел респираторлық синдром» аббревиатурасы, ал CoV «коронавирус» болса, қазақ тілінде коронавирусты *тәжж вирус* деп те атады.

Коронавирус пандемиясын отандық медиа кеңістікте *тәжжасал*, *дүрбелең*, *қарусыз майдан*, *коронавирус кеселі*, *індет*, *вирус* лексемаларымен ұсынды. Бұл сөздер синоним ретінде бір-бірін толықтыра түсті.

Тіл мамандарына танымал американдық Merriam Webster (Merriam Webster dictionary) сөздігі коронавирусқа байланысты сөздер бойынша нұсқаулықты алғашқылардың бірі болып жариялады. Ол нұсқаулықтың ішінде Covid-19, social distance, fomite, epidemic, pandemic, outbreak және т.б. лексемаларды нақты мысалдармен оқырман қауымына ұсынды. Көп ұзамай аталмыш лексемалардың баламалары қазақстандық медиа кеңістікке де енді.

А.П. Миньяр-Белоручева және П.И. Сергиенко «Жаңа шындық әлеміндегі лингвистикалық өзгерістер» коронавирустық инфекция пандемиясы ақпараттық әлемнен цифрлық қоғамға өтпелі кезеңді белгілегенін атап өтті (А.П. Миньяр-Белоручева, 2020:11-20). Бұл жағдайда олар адамзат дамуының алдыңғы кезеңінде индустриалды қоғамнан ақпараттық әлемге көшу іс жүзінде ауыртпалықсыз болғанына назар аударады. Қазіргі уақыт, әр өтпелі кезең сияқты, жаңа тілдің қалыптасуымен ерекшеленеді, неологизмдерді енгізу немесе тілде бұрыннан бар лексикалық бірліктердің мазмұнын өзгерту арқылы. COVID-19 жаңа шындыққа – «жаңа қалыпты жағдайға» көшу ретінде қарастырылуы мүмкін, оның барысында жаңа мағыналар мен жалпы әлемге деген көзқарас пайда болады.

*Covid – 19 пандемиясының лингвистикалық салдарын зерттеген ғалымдар:* R.H. Kandeel, S.Belhaj, Emmanuel Cartier, Mathieu Roche, Alexander Onysko, Ana-Marina Tomescu, Elena-Cristina Iinca, Jefwa Mweri, Schneider C., Сенькова Т.А., Ветчинова М.Н., М.Н.Садовникова, А.П. Миньяр-Белоручева, П.И. Сергиенко, Қ.Ө.Есенова, Пиязбаева А.П., М.Жолшаева, А.Жаңабекова, Д.Абильденова.

Emmanuel Cartier бастаған авторлық топ ағылшын, неміс, дат және француз тілдері бойынша COVID-19 пандемиясы дискурсының лингвистикалық әлеуетін зерттеді (E.Cartier, 2022:751-766). Осы төрт тіл негізінде медиа кеңістікте жарық көрген пандемияға қатысты медиамәтіндерді зерттеп талдай келе, осы тілдер арасындағы сөзжасам ұқсастықтары мен айырмашылықтарын анықтады.

Жалпы, біздің зерттеу нәтижелеріміз газеттердегі кросс-лингвистикалық жалпы тенденцияларды анықтады

Қазақстандық лингвисттердің арасында коронавирус пандемиясы кезіндегі жаңа тілдік қолданыстар туралы ғылыми мақалалар жазған ғалымдар жоқтың қасы деуге болады. М.Жолшаева және А.Жаңабекованың «Covid-19 пандемиясының қазақ медиамәтініндегі көрінісінің лингвопрагматикасы» атты мақаласы жарық көрді (М.Жолшаева, А.Жаңабекова, 2021:89-109). Авторлар жаңа сөздердің медиа кеңістікте қолданылуы адамдарға, қорқыныш тудыруының әсерін тарқатады. А.Үрпекова COVID-19 пандемиясы кезінде аймақтық медиадағы ковидке қарсы шаралар туралы фреймдерді Атырау және Павлодар облыстары медиаресурстары негізінде зерделеп, адресаттарға ұсынды (А.Үрпекова, 2021:66-80).

## Нәтижелер мен талқылау

COVID-19 пандемиясы бүкіл әлемдегі әлеуметтік өмірді өзгертіп қана қоймай, сонымен бірге адамзат өмір сүруі керек болған жаңа шындықтың айнасына айналған тілдің сөздік қорын кеңейтті. Сол себепті лингвистер мен ғалымдар зерттеулерін пандемиямен байланысты жаңа сөздерді анықтауға және зерттеуге бағыттады. Отандық интернет-басылымдар мен БАҚ-да жарияланымдарды зерттеу негізінде жаңа коронавирустық инфекция және онымен байланысты аурудың таралуына байланысты қазақ сөздік қорының кеңейгенін көре аламыз.

2020 – жылдан бастап әлемдік кеңістікті вирустық сипатқа ие болғандықтан, отандық медиа кеңістік «лексикалық індетін» шарпығандығымен айқындалады.

Әрбір індет, әрбір трагедия, әрбір дағдарыс өз сөздік қорын жасайды. Бүгінде бүкіл әлем коронавирус туралы айтып жатқанда, адамзат тарихында әлемнің көптеген елдерін шарпыған, мыңдаған, миллиондаған адамдардың өмірін қиған көптеген індеттер болғаны медиа кеңістікте әрдайым жарияланып, көпшілікке ұсынылып отыр.

Дегенмен, 2020 – жыл біздің өмірімізді түбегейлі өзгертті, өйткені бүкіл әлемді басып алған пандемия цифрлық жаһандану дәуіріне сәйкес келді. Бұқаралық ақпарат құралдарының тілі бүгінгі таңда тілдік болмыстың негізгі нысаны болып табылады. Бұқаралық коммуникация мәтіндерін талдау сөйлеушілердің лингвистикалық құзіреттілігі және осы кезеңде байқалған тілдердің даму тенденциялары туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Әлеуметтік желілер медицина және медиа дискурс аясы бойынша жаңа сөздер мен сөз тіркестерімен толығып, медиа кеңістікте қолданысын айтарлықтай жылдамдаты. Коронавирустық пандемия адамдардың іс-әрекетінің барлық салаларына, соның ішінде тілдің дамуына әсер етті. Лингвистикалық тұрғыдан алғанда, вербальды құралдар коронавирус құбылысына қызығушылық тудырады. Қазақ медиа дискурсы да бұл шарадан тыс қалмағандығы бәрімізге белгілі.

Қазақ медиа кеңістігінде Ковид-19 пандемиясы өршіп тұрған тұста бұқаралық ақпарат құралдары күн сайын жаңа ақпараттар беріп отырды. Сол кездегі медиа материалдарды талдау барысында, неологизмдер, авторлық окказионализмдер, интернет мемдер, эффемизм, метафоралық тіркестер, тұрақты сөз тіркестері, теңеулер тілдік құрал ретінде елеулі көлемде қолданылды.

Солардың бірі-неологизмдерді алдымен талдап кетуді жөн санадық.

Зерттеу барысында біз Е.А. Редкозубованың «Covid-лексика: этимологиялық және сөзжасамдық аспектілер» атты мақаласында орыс, ағылшын және неміс тілдерінің материалдары негізінде «неологизмдерді зерттеудің бүкіл тарихына сәйкес, жаңа лексиканы қалыптастырудың ең сәтті кезеңдері ең үлкен әлеуметтік сілкіністер болып табылады, лексикалық қабаттағы тілдік даму процестері жеделдетілгенде, тілдік өзгерістер жинақталады және өмірге бейімделуге уақыт жоқ» (Е.А.Редкозубова, 2020:193-200).

Сондай-ақ, С.В. Ильясованың «коронавирустық инфекцияның пандемиясынан туындаған «көшкін тәрізді сөзжасам», жаңа сөздер мен мағыналардың пайда болуы, бірқатар сөздер мен комбинациялардың белсендірілуі, тілдің лексикалық-семантикалық жүйесінде болып жатқан әртүрлі тілдік процестердің динамикасына ықпал етті деген болжамы расталды (С.В.Ильясова, 2021:83-86). Осындай сипаттағы сөзжасам әр тілдің сөздік қорын толықтырудың қарқынды процесіне айналды. Ғалым Ковид протологизмдердің пайда болуын стихиялық процесс ретінде түсіндірді.

Covid – 19 пандемиясының әсерінен жаңа сөздер, яғни неологизмдер пайда болды. Тілдік мұрағатты зерттеп, Covid-19 дәуіріндегі неологизмдерді қарастыра отырып, ең алдымен «неологизм» ұғымын анықтау қажет. Терминнің өзі айтып тұрғандай, анықтауыш семасы «жаңалық». Н.М. Шанский неологизмдерді «жаңа» деп түсінеді. Зерттеуші қоғамда пайда болған жаңа құбылыстарға орай қолданысқа енген жаңа лексикалық сөзжасам. Ана тілінде сөйлейтін тұлғалар үшін жаңа болып саналады және әдеби қолданысқа әлі толық кірмеген лексемалар (Н.М. Шанский, 1987) деп тұжырымдайды.

Ағылшын интернет дискурсының негізін қалаған ғалым Дэвид Кристал неологизмдерді «nonce words» (бір реттік сөздер) деп сипаттайды, өйткені қоғамда қандай да бір тіркелген дағдарыс немесе ғылыми-техника жетістігі тілге жаңа лексика әкеледі (Д. Кристал, 2020). Covid-19 пандемиясы лингвистер үшін жаңа медициналық әлем зерттеу нысанына айналды. Интернетте ковидке байланысты неологизмдердің алғашқы жүзі ағылшын тілінде жарық көрді. Басқа тілдерге ковид неологизмдері осы ағылшын тілінен енді.

Қолданысқа енген неологизмдердің біраз бөлігі тілдік қолданыста орнығады, ал енді біріаз бөлігі қолданыстан шығып қалады.

Қазақ тіліне енетін жаңа сөздер орыс тілі арқылы қалыптасатындықтан, біз Х.Вальтер және Е.С. Громенконың 2021-жылы жарық көрген «Коронавирус дәуіріндегі орыс тілінің сөздігін» (Х.Вальтер, Е.С. Громенко, 2021) қолдануды жөн санадық.

*Карантиноман* – өзін-өзі оқшаулау режимін сақтауды жақтаушы туралы.

*Коронаскептикер* – бұл адамдар, керісінше, аурудың бар екеніне сенбейді.

*Коронид* – бұл короновирустың белгілерін көруге бейім және ауруға бейім адам.

*Карантиноке* – карантин кезінде ұйымдас-тырылған караоке.

*Ковид АПОКАЛИПСИСІ*, коронавирустық инфекция пандемиясы туралы жаһандық апат ретінде.

*Зум кеші* – онлайн кеш немесе топтық бейне қоңырау.

*Ковигист*, коронавирустық инфекцияның болуын жоққа шығарады және оның таралуын шектеу үшін қолданылатын алдын-алу шараларын елемейді. Бұл лексема орыс тіліндегі ауызекі сөйлеу стилінде қолданылатын пофигист сөзіне қарама қарсы мағынада қолданылады.

*Карантинозавр* – коронавирустық инфекция бойынша карантин кезеңінде дәрігерлердің ки-ген костюмін динозаврға ұқсағандықтан қолданысқа енген термин. Әрине әзіл ретінде шыққан сөз саптау.

*Карантиношейминг* – қатаң карантинді сақтау жөніндегі ресми талаптарды сақтамағандарды көпшілік алдында айыптау. Аталмыш термин ағылшын тілінен енген. Ағылшын тілінде *shaming* сөзінің қазақ тіліндегі баламасы ұялу.

*Коронасептик* – Корона- антисептик сөздерінің бірігуі арқылы жасалып тұр. бұлар ковид-десиденттер сияқты болмаса да коронавирус туралы барлық ақпаратқа сенбейді. Олардың айтуынша, проблема ауқымы кеңейсе, одан да қатаң шаралар қабылданбауы керек. Өзін-өзі оқшаулау міндетті шара емес, оны әркім өзі шешуі керек.

*Коронаэнтузиаст* – корона-энтузиаст сөздерінің бірігуі арқылы жасалған күрделі сөз. Олар әрдайым бетперде тағып, басқа адамдарды карантин шараларын қатаң сақтауға шақыратын энтузиасттар болып саналады.

*Коронафейк* – коронавирусқа байланысты әлеуметтік желілер мен мессенджерлерде дүрбелең тудыратын жалған және негізсіз хабарламалар легі. Олар Билл Гейтс пен 5G туралы жалған ақпараттар, үкіметтің дезинфекциялау құралы ретінде адамдарға қарсы биологиялық қару қол-

дануы секілді мазмұндағы ақылға симайтын жалған қауесеттер таратуы жатады. Аталмыш неологизм корона-фейк сөздерінің бірігуі арқылы жасалып тұр. Фейк ағылшын тілінде жалған, өтірік, ақылға жанаспайтын деген мағынада қолданылады.

*Коронапика* – адамдардың пандемияға реакциясы ретінде қолданысқа енген. Осындай дүрбелең уақытта дүкендеріндегі азық-түлік тапшылығынан қорыққан адамдар жанталаса сауда жасап, азық-түлік қорын жинады. Бұған ватсап желісі арқылы тараған жалған жаңалықтардың таралуы себеп болды. Аталмыш лексема екі сөздің бірігуінен жасалған сөзжасамға жатады. Орыс тіліндегі паника + корона сөзі бірігіп тұр.

*Ковидолог* – коронавирустық инфекцияны жұқтырған науқастарды емдеу бойынша маманға айналған дәрігер туралы.

Сонымен, зерттеу барысында Covid-19 пандемиясы дискурсында қолданылу жиілігі жоғары сөзжасам әдісі – окказионализмдер екені анықталды. Окказионализмдердің – коронавирус пандемиясы кезінде электронды және дәстүрлі БАҚ-та адресаттардың өздері тілдік қолданысқа енгізген креативті авторлық неологизмдер деген тұжырым жасау орынды.

Сондай-ақ 42500 теңге айналасында тақырып бойынша медиалық ақпарат көздерінде әртүрлі әзілдер, мемдер пайда болды.

Мысалы, «Менің атым Қожа» нұсқасымен бір эпизодты оқырмандар, осы 42500 теңгеге байланысты қолданды (1-сурет). Тіпті дыбыстауды да ұмытпады.

- *Бәрекемді, сен өзің жомарт екенсің. Пейіл, ниетіңе ризамыз. Міне саған 42500 теңге.*

- *Бұл ақшаға ком услуга төлеуге бола ма? Мамам айтып еді светтің, судың ақшасы жаққындады деп.*

- *Ой, бұл ақшаға екі айдың ком услугасын төлеуге болады. Үлкен қазан, шешеңе маска, жеңе антисептик алып бересің. Пыст-пыст.*

- *Ет жисіңдер ме?*

- *Әкеле бер. Бәрін әкел.*

Бұл әзілдің прагматикалық әлеуетін талдар болсақ, адресаттың сарказымын байқауға болады. Пандемия кезінде осы қаржыны алмай қалған адамдар да болды. Инстаграм парақшасында осы әзіл бойынша адресаттар арасында: «Өте актуалды әзіл» 42500 тг алғандарды белгіле» деген хэштегтер да пайда болды. Хэштегтер де гипермәтіннің бір түрі. Бұндай хэштегтерді пайдалану әлеуметтік желі пост-мәтіндерінде өте танымалдыққа ие.



1-сурет – Коронавирус кезіндегі әзіл мысалы

1bolayiq\_ntk аккаунт бойынша Инстаграм парақшасына тіркелген адресант «Сізде 81 млн болса, 42500-ге өтініш берер ме едіңіз?» (Инстаграм, 14.04.2020) деп оқырмандарға риторикалық сұрақ жолдаған. Риторикалық сұрақтар әдетте жауап беруді міндеттемейді. Адресаттар келесідей пікірлер қалдырған:

1) *Неше түрлі Ұятсыз адамдар бар байлығы жетіп жатса да пейілдері жаман ала береді сондайлардың кесірінен шынымен мұқтаж жандар алалмай қалады соған жыныс келеді.*

2) *Адамнан нысап кеттyme деп қаласын 42500 жоқ адамдар алсада боладығой оларға туспейдыде қиыншылығы жоқ |осындайларға түседі әділетсіз заманай.*

3) *Жоқ бундай ақшам болса киналып отқан отбасыға комок берер едим.*

4) *ой биздин сосед бир айел алеуметтик комоктен айына 100мын алады счетында 800мындай бар ол да алып отыр бирак жылай береду ақша жоқ деп озбектердин бари карык болып жатыр ал биз квда турамыз бирак бизге отказ келди алеуметтик комоктен 27мын аламын вот так берсе алып калайк деп отырған адамдар.*

5) *Жоқ Бермес Едим 81 миллион ақша деген астрономическая сумма . 42500 сурамас едим бирак 81 миллион ақша армандайсынго. (Адресаттар пікірі өзгертусіз алынды).*

А.Климченко 42500 теңге дискурсының прагматикалық аспектісін қарастырды (А.Климченко, 2021:156-172). 2020-ші жылы 42500

теңге Қазақстанда ең жиі қолданылған сөз деп табылды.

Қазақстандық медиа кеңістіктегі 42500 теңге дискурсына байланысты медиамәтіндер тақырыптарын талдау нәтижесінде оларды келесідей категорияларға бөлінді:

1) *Тақырыптық нұсқаулық формада*. Мысалы, 42500.enbek.kz сайты арқылы жәрдемақы арудың жолы.

42 500 теңге әлеуметтік төлем алатындарға нұсқаулық. Өтініш бүгіннен бастап қабылданады.

«42500 теңге». Әлеуметтік төлемге өтінім беруді үйреніңіз (видео).

42500 теңге жәрдемақыны қалай алуға болады – жаңа ережелер.

2) *Тақырыптық сұраулы сөйлеммен беріледі*. Мысалы,

Қазақстандықтар 42500 теңге жәрдемақыны екінші рет қай уақытта алады?

42500 теңге әлеуметтік төлем қанша адамға тағайындалды?

42500 теңге. Кімге, қалай, қашан?

42500 теңге. Шілде айында бұл әлеуметтік төлем кімдерге беріледі?

Адресаттар тақырыпты оқығанда, бірден өз сұрақтарына жауап ала алады. Тақырыптың сұраулы сөйлеммен берілуі, медиамәтіннің интенциясын түсінуге қажетті құрал деуге болады.

3) *Тақырыптық хабарлы сөйлеммен беріліп, адресаттарға нақты нәтижені сан есімдерді қолдана отырып, аргументті түрде жеткізеді*. Мысалы,

42500 теңге төлемақыны 3 миллион қазақстандық алды.

Үкімет келесі айда да 42500 теңге төлейді – Тоқаев.

Қарастырып отырған тақырыптың президенттің есімін көреміз. Жалпы, ақпаратты беру барысында лауазымды тұлғалардың есімін қолдану, беделге сүйену коммуникативтік стратегиясының көмегімен жүзеге асып тұр. Бұл жерде адресаттар үшін-үкімет және президент беделді субъект болып саналады.

*Эмоционалды реңдегі тақырыптық:*

«Ура! 42500 теңге түсті». Желі қолданушылары қалай әзілдеп жатыр?

«Жәрдем жұғын болмады». 42500 теңге күн көріске жете ме?

Ковид пандемиясына арнап жазылған мақалалардың тақырыптарынан автордың оқырманға бағыттаған коммуникативтік интенциясын анық көруге болады. Тақырыптар индет кезіндігі ахуалды, болмысты бірден бір

көрсететін прагматикалық әлеуеті зор құралға айналды.

Бүкіл әлемге таралған пандемия медицинасы озық елдердің өзін тығырыққа тіреді. Аталмыш индет біздің елімізге жеткен кезде сол кездегі еліміздің бас санитар дәрігері Ж. Бекшиннің *наконец-то вирус анықталды* деген сөзі қазақстандық медиа кеңістікте сынға ұшырап, әзілге айналып кеткенін халық біледі. Медиа кеңістікте Ж.Бекшинге адресаттар «*Наконец-то, ұят қайда?*», «*Наконец-то: Бекшин вакцина салдырды*» Қазақстандықтар Ж.Бекшиннің вакцина алып жатырған суреті бұқаралық ақпараттар құралында жарияланғаннан кейін адресанттың өзінің қолданған наконец-то сөзін қолдана отырып сөз ойнау әдісі тілдік құралымен бейнеледі. Тіпті осы аталмыш фразаға орай ғаламтор беттерінде мемдер де пайда болды (2-сурет). Интернет мемдер- пандемия дискурсының эксталингвистикалық сипатын шынайы ашатын прагматикалық құрал.

Мем – бұл кез келген коммуникативті платформада, сәнде немесе үлкен өнерде кездесетін мәдени бірлік. А.В. Изгаршева интернетте қолданылатын мемдерді медиа мәтін деп қарастырып, оның лингвистикалық қырын зерттеді. Зерттеуші интернет-мемді әлеуметтік және саяси оқиғаларды, интернет-аудиторияның ұлттық-мәдени ерекшеліктерін көрсететін полимодальды мәтін ретінде кешенді сипаттады (А.В. Изгаршева, 2020:86-100).

С.В. Канашина интернет-мем «интернет-коммуникациядағы полимодальды дискурстың ерекше түрі» деп пайымдайды (С.В. Канашина, 2018:125-129). Сондай-ақ автор өзінің «Интернет-мем бұл не?» атты мақаласында жоғарыда айтылған барлық көзқарастарды қорытындылайды және осы құбылыстың әмбебап, жалпы түсіндірмесін ұсынады: интернет-мемді стереотиптік, көпшілікте қалыптасқан түсінік, мәтін мен суретті шаршы кадрға біріктіретін интернет-коммуникация бірліктері (С.В. Канашина, 2017:84-90) деп түсіндіреді. Бұл анықтаманың, әрине аясы өте тар және тұжырымдаманың толық бейнесін көрсетпейді, бірақ екінші жағынан, интернет-мемді мәтін деп санауға болады деген қорытындыға келуге мүмкіндік береді.

Börzsei L. және K. Makes кең мағынада интернет-мем ғаламтор бетінде еркін қозғалатын ақпарат бірлігі деп түсіндіреді (L.Börzsei, K.Makes, 2013:1-28).

Сонымен қатар қазақстандық медиа кеңістікте жарық көрген медиа материалдарды талдау

барысында метафоралар қолданысын байқадық. Мысалы ол метафораларды да француз пандемия дискурсындағыдай домендерге бөлдік.



2-сурет – «Наконец-то коровирус Қазақстанға келді» интернет-меми

### **Коронавирус-табиғи құбылыс ретінде**

...Біз қазір «дүлей дауыл» деп сипаттауға болатын үлкен қауіп-қатер алдында тұрмыз (Zanmedia.kz., 31.03.2020).

### **Коронавирус – әскери шабуылдаушы ретінде**

1) *«Індет ел іргесіне енгелі бері 15 шілдеде бір тәулікте вирус жұқтырғандардың ең жоғары көрсеткіші тіркеліп, 5 648 отандасымыздан COVID-19 инфекциясы анықталды»* (Егемен Қазақстан, 18.07.2021). Бұл мысалда індеттің әскери шабуылдаушы ретіндегі бейнесін көреміз. Сонымен қатап сан есімнің қолданылуы адресаттарға әсер етпей қоймайды. Үлкен сандарды көрген сайын, олардың бойында сақтық шараларын қатаң түрде ұстауға деген ынталарын тудырады. Бұл да адресаттарды сендіре білетін прагматикалық құрал.

2) *Тәжтажал құрығы ұзарып барады: Сегіз өңірден 88 науқас* (The Qazaqtimes, 26.03.2020).

3) *«Тәжтажал қыспаққа алды»*. Бұл мысалда пандемия діни дискурстан алынған жағымсыз, үрейлі кейіпкерді білдіреді. Бұл лексема әрбір адамға қорқыныш сезімін ұялатады.

4) *Алас, алас, алас... Елімнен КЕТ тәжтажал!!!* (Youtube, 2020). Қазақ лингвомәдениетінде ырымдық лексемалар да үлкен рөл атқарады. Ауырып қалған адамды отпен, сумен аластау, ұшықтау секілді наным-сенім ата-бабымыздан бері сан ғасырлар қолданылып келе жатырған құбылыс.

Танымал блогер Өркен Кенжебек Инстаграм парақшасында коронавирусқа қатысты бірнеше пост-мәтін жазды. Сол пост-мәтіндердің бірі келесідей:

*«Бұл аурудан шипа алдымен Алладан. Сосын барып дәрігерлеріміздің ерлікке паранар еңбегінің арқасында 31 815 адам жазылып шықты емес пе ковидтан? Жұқтырғаны 54 747 жан сонда... Осы ерлікті дәрігерлер 24 сағат бойы ауа өтпейтін кәстөмде ыстықтан пысынап, біреудің өліміне жылап, ал келесісін жұбатып жатып жасап жүр. Мұндай киіммен жай ғана әжетханаға барып, қажетіңді өтеудің өзі азап екенін білерсіз. Кәстөмді әр 3 сағат сайын ауыстыру керек, демек, күніне 8 рет ауыстырып шығады. Мұны сәл-пәл түсіну үшін қазір үш қабат қолғап, үш қабат маска, резеңке етік, әшкі киіңіз де, иненің ұшына жіп өткізіп көріңізші...»* (Инстаграм orkeni, 11.07.2020).

Қарастырған пост-мәтінде автор бірнеше сан есімдерді қолданған. Фактілерге сүйену оқырмандарды иландыру тәсілі деп білеміз. Ауру жұқтарғандар саны емделіп шыққандарға қарағанда сәл үлкен. Адресант дәрігерлер еңбегін бағалайды. Қазақ тілді оқыомандарға түсінікті болу мақсатында автор ауызекі сөздер кәстөм, әшкі сөздерін қолданған. Дәрігерлер сол уақыттың қаруланған батырлар бейнесінде болды. Автор дәрігер еңбегін ерлікпен паранар деп сипаттайды. Осы пост-мәтінде автор мен адресаттар арасындағы коммуникацияны көруге болады. Автор мен адресаттар бір бірін қолдаушы.

1) *Бас иеміз. Алладан қайтсын. Бірақ осындай қырғында өз бизнесін онсыз да үркіп қалған халыққа тықпалап жатқан дәрігерсымақтар да баршылық. Бірі Герболаев, бірі эмвей, бірі алоэ верасын т. с. с тықпалап, күшишишті көмектеседі деп өлаһи билаһи деп жатқандар да аз емес. Бәріне алланың көзі тура болсын. Не дегенмен Ибн Сина Ең бірінші ем жылы сөз дейді. Жылы сөзімен жұбатқан ақ халатты абзал жандарға мың алғыс.*

2) *Өркен мырза, айтқаныныңыз өте орынды. Кейде маскамен “Жай дүкенге барып келгенге тұншығып кетеміз, дәрігерлер қалай жүр екен?” деп жиі ойлаймын. Алла сабыр берсін! Мына індет кетіп, тыныш заман келсе екен! Ал майданның өтінде жүрген дәрігерлерге МЫҢ ТАҒЗЫМ!!! Алла отбасыларына аман-есен орауды нәсіп етсін!*

3) *Бәрімізге Алла сабыр, дертке шипа берсін (Адресаттар пікірі өзгеріссіз алынды).*

Блогердің оқырмандары автормен пікірлескендігін келесі сөз орамдарының қолданысынан көреміз: МЫҢ ТАҒЗЫМ сөз тіркесі адресаттардың автор ойын құптағаны. Медицианың атасы Ибн Сина есімін де қолданған. Прецедентті есімдер әрқашан оқырмандарға оңтайлы әсер



етеді. Діни терминдер Алла, Алланың көзі түзу болсын және т.б.

Өркен Кенжебек екінші бір пост-мәтінінде досының ауырып, ем шараларын білу мақсатында, сұраулы сөйлемдерді қолдана отырып, адресаттармен досының қалай емделіп жатырғанын дәрігер досы Рахаттан сұхбат барысында баяндайды.

*«Рахат досым коронавируспен қалай ауырды?»*

◀ *Одан қалай емделіп жатыр?*

◀ *Енді ауырып бастағандар нені ескеруі керек?*

◀ *Ауырғандар қалай күтінуі керек?»* (Инстаграм оркени, 26.06.2020).

Автор онлайн сұхбат беріп, аурудан жазылу кеңестерімен өз оқырмандарымен бөліседі. Адресаттар өте пайдалы сұхбат болғандығын айтып, блогерге ризашылықтарын білдіреді.

*Рахат рахмет, өз тәжірибеңізбен бөлісіп, халыққа ескерту жасап жатқаныңызға ризамын. Тезірек әулетіңіз құлан таза айығып шауып кетіңіздер!». Оқырмандар білікті маманның кеңестерін тыңдап, қазақ тіліндегі «Құлан таза жазылу» тұрақты сөз тіркесін қолданғандығын байқаймыз.*

Коронавирус пандемиясы дискурсы аясында коммуниканттар арасында келесі бір көп талқыланған медиа тақырыбы-вакцина. Осыған орай медиа кеңістікте Qazvac, Спутник, Файзер, Науат, Синофарм, екпе алу, екпе, күту аймағы, жаппай вакцинациялау, антиденелер, ұжымдық иммунитет, ревакцинация, «эрқашан сәттілікке сеніп жүре беруге болмайды», Вакцина қазіргі күнде ең дұрыс шешім, қорқақтар қорқып жүр әлі және т.б лексемалар мен сөз тіркестері қолданылды.

*«Ақыры салдырдым. Салғанын сезбей де қалдым. Шым етпеді. Содан бері төрт күн өтті. Ешқандай кері әсерін сезбедім. Дым болмады. Негізі, отандық ғалымдардың тәжірибесіне тәуекел етіп, Qazvac-ты салдырайын деп барғанмын. Сауалнамаға солай деп көрсеттім де. Бірақ, дәл екпе саларда «қасыңызда екі адам бар ма?» деп сұрайды. «Жалғызбын». «Онда Спутник» (Инстаграм оркени, 08.09.2021).*

Автордың жариялаған пост-мәтініне жүздеген коммуникант пікір қалдырған. Адресаттардың қалдырған пікірін талдай келе, оларды 3 түрлі категорияға бөлуге болады.

Бірінші категорияға вакцина салдыру жөнінде оң пікірді ұстанатын коммуниканттар жатады. Мысалы,

1) *Мен өзім медикпін. Мен Файзерды күтіп жүрмін бірақ біздің елге келем дегенше өзім*

*басқа елге барып қабылдайтын сияқтымын ☺.*

2) *Мен өзім отандық вакцинаны салдырамын бұйырса!!*

3) *Мен спутниктің екі дозасын да алдым Шүкір.Бәрі жақсы.*

4) *Салдырдым, екеуінде де ауырған жоқпын ттт, шауып жүрміз.*

5) *Мен вақци.*

Екінші категорияға вакцина салдыру бойынша жағымсыз пікірдегі коммуниканттар пікірлері кіреді. Мысалы,

1) *Салдырмаңдар вакцина ол сендердің миларыңды улайды.*

2) *Ужас!!! Салдырмаймын!!!!!! ☹ ☹ ☹ ☹ ешқайсы вакцинаның али тәжірибесі битпеген!!!!!! Қалай салдырамын казир? 10-15 жылдан сон бир ак биту керек эксперименти вакцинанын!!!!!! Менин оз денемде иммунитетим бар, не истеймин баска иммунитетти????? Оз иммунитетиме жететин иммунитет ЖОК!!!!!!*

3) *Ешқашан салдырмаймын. Көзіңді бақырайтып қойып алдағандарына сол өтіріктеріне түрлі жолдармен сендіруге тырысып өліп жатыр.*

Үшінші категорияға вакцина салдыру бойынша түпсаналарында екпеге қарсы стереотиптері бар адресаттар жатады. Мысалы,

1) *Тәуекел деп салдырдық. Батырға ажал жалғыз дедім де салдырдым.*

2) *Сатып ала салам деп шештім ☹*

Жоғарыдағы адресаттар пікірінің басым бөлігі вакцина қабылдағанды дұрыс шешім деп қабылдайтыны белгілі болды. Вакцина алуға күмәнмен қарайтын адресаттар саны төменгі көрсеткішке ие болды.

Қазақстандық медиада пандемия уақытында «Біз біргеміз» хэштегі пайда болды. «Біз біргеміз» індет тараған кезде ұйымдастырылған қайырымдылық қоры. Осы хэштегі танымал әншілер, қоғам қайраткерлері пайдаланды. Елімізде вирус өршіп тұрған уақытта жанашыр ізгі жандар бір-біріне көмек қолын созды. «Әйелдер COVID-19 қарсы күрестің алдыңғы шебінде» фотокөрмесі 2020 жылдың аяғында ұйымдастырылды.

Баспасөз және ақпараттық порталдарда жарияланған медиамәтіндерді талдай келе өз тарапынан «Covid-19 пандемиясы дискурсына- медицина, медиа, интернет дискурсы қиылысында қалыптасқан гибридіті дискурс түріне жатады және оның құрамында аталған дискурстардың конститутивті белгілері бар» деген анықтама ұсынуды жөн санадым.

## Қорытынды

Соңғы жылдардағы тіл біліміне әсер еткен коронавирус та өзінің ерекшелігімен қазақ тілінде өзіндік орнын қалдырды. Covid-19 пандемиясы лингвистикалық құбылыс ретінде тілдік әсері жоғары болды. Неологизмдер мен жаңа сөз тіркестерінің пайда болуы сонымен қатар кірме сөздердің де тілімізге енуі қазақ тілінің сөздік қорын заманауи жаңа сөздермен толықтырды. Әлем тарихында тілдік бірлік ретінде қалыптасқан инденттердің бірі коронавирус болып табылды.

Ғылыми мақалада Covid-19 пандемиясы дискурсына – медицина, медиа, интернет дискурсы қиылысында қалыптасқан гибридіті дискурс түріне жатады және оның құрамында аталған дискурстардың конститутивті белгілері бар деген анықтама ұсынылды. Көп мөлшемді пандемия дискурсы материалдарын кешенді талдау нәти-

жесінде аталмыш дискурсты жүзеге асыратын тілдік және экстралингвистикалық құралдар мен тәсілдер анықталды.

Жұмыста Covid-19 пандемиясы дискурсында қолданылу жиілігі жоғары сөзжасам әдісі анықталды. Сондай сөзжасамдардың бірі окказионализмдер екені анықталды. Окказионализмдердің – коронавирус пандемиясы кезінде электронды және дәстүрлі БАҚ-та адресаттардың өздері тілдік қолданысқа енгізген креативті авторлық неологизмдер деген анықтама ұсынылды.

Қазақ тілінде Covid-19 пандемиясы медиадискурсында неологизмдер қолданысы өте жоғары деңгейде екендігі анықталды. Сонымен қатар, індетке орай қолданысқа енген интернет-мемдер, метафоралар, эффемизмдер, англицизмдер, паремалогиялар, ауызекі сөйлеу стилі, діни дискурс элементтерінің қолданылу деңгейі жоғары екендігі анықталды.

## Әдебиеттер

- Zholobova A. Linguistic innovation during the COVID-19 pandemic: the Spanish language case // *XLinguae Journal* (Scopus). – 2021. – Vol. 14, issue 2. – P. 331-349.
- Thorne T. Coronaspeak – the language of Covid-19 goes viral [Electronic Resource]. – URL: <https://language-and-innovation.com/2020/04/15/coronaspeak-part-2-the-language-of-covid-19-goes-viral/>
- Merriam-Webster Dictionary: A Guide to Coronavirus-Related Words [Electronic resource]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/coronavirus-words-guide> (accessed: 10.06.2023)
- Миньяр-Белоручева А.П. Языковая реальность как средство формирования картины мира современности // *Язык. Коммуникация. Перевод. Серия Лингвистика.* – Москва: Наука, 2020. – Т. 1. – С. 11–20.
- Cartier E. Linguistic repercussions of COVID-19: A corpus study on four languages // *Open Linguistics*, 2022. – Vol. 8. – P. 751–766.
- Жолшаева М., Жаңабекова А. Covid-19 пандемиясының қазақ медиамәтініндегі көрінісінің лингвопрагматикасы // *Қазақстан және COVID-19: медиа, мәдениет, саясат.* – Алматы, 2021. – Б. 89-109.
- Үрпекова А. COVID-19 пандемиясы кезінде аймақтық медиадағы ковидке қарсы шаралар туралы фреймдер ( // *Қазақстан және Covid-19: медиа, мәдениет, саясат.* – Алматы, 2021. – Б. 66-80.
- Редкозубова Е.А. Covid-лексика: этимологический и словообразовательный аспекты (на материале русского, английского и немецкого языков) // *Гуманитарные и социальные науки.* 2020. №4. – С. 193-200.
- Ильцова С.В. Лавинообразное словотворчество и его роль в языке современных СМИ // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики.* – 2010. – №12. – С.83-86.
- Шанский Н.М. Современный русский язык. Учебник для студентов пед. Институтов. – М.: Просвещение, 1987. – 192с.
- Crystal D. Covocabulary Cambridgeblog. [Electronic Resource]. – 2020 – URL: <https://www.cambridgeblog.org/2020/05/covocabulary/>
- Вальтер Х., Громенко Е.С. Словарь русского языка коронавирусной эпохи. – Санкт-Петербург: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. – 550 с.
- Климченко А. Covid-19 пандемиясы кезінде үкімет өткізген брифингтер контексіндегі 42000 теңге дискурсындағы сөйлеу әсерінің прагматикалық ерекшелігі мен жетістігі // *Қазақстан және COVID-19: медиа, мәдениет, саясат.* – Алматы, 2021. – Б. 156-172.
- Изгарашева А.В. Интернет-мем как медиатекст: лингвистический аспект // – *Вестник Московского государственного областного университета.* Серия: Лингвистика. – 2020. – №5. – С.86-100.
- Канашина С.В. Интернет-мем как современный медиадискурс // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета.* – 2018. – №8 (131). – С. 125–129.
- Канашина С.В. Что такое интернет-мем? // *Научные ведомости Белгородского государственного университета.* Серия: Гуманитарные науки. – 2017. – № 28 (277). – С. 84–90.
- Börzsei L., Makes K. A meme instead: A concise history of internet memes // *New Media Studies Magazine.* – 2013. – No.7. – P.1–28.

## References

- Börzsei L., Makes K. (2013). A meme instead: A concise history of internet memes // *New Media Studies Magazine*. No.7. 1–28 pp.
- Cartier E. (2022). Linguistic repercussions of COVID-19: A corpus study on four languages // *Open Linguistics*. Vol. 8. 751–766 pp.
- Crystal D. (2020). *Covocabulary*. Cambridgeblog [Electronic Resource]. – URL: <https://www.cambridgeblog.org/2020/05/covocabulary/>
- Ilyasova S.V. (2010). Lavinoobraznoye slovtvorchestvo i yego rol v yazyke sovremennykh SMI [Avalanche word creation and its role in the language of modern media]. // *Aktual'nyye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. №12. 83-86 pp. (In Russian)
- Izgarasheva A.V. (2020). Internet-mem kak mediatekst: lingvisticheskiy aspekt [Internet meme as a media text: linguistic aspect]. // – *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*. Seriya: Lingvistika. №5. 86-100 pp. (In Russian)
- Kanashina S.V. (2018). Internet-mem kak sovremennyy mediadiskurs [Internet meme as a modern media discourse]. // *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. №8 (131). 125–129 pp. (In Russian)
- Kanashina S.V. (2017). Chto takoye internet-mem? [What is an internet meme?]. // *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Gumanitarnyye nauki. № 28 (277). 84–90 pp. (In Russian)
- Klimchenko A. (2021). Covid-19 pandemiyası kezinde ükimet ötkizgen briffingter konteksindegi 42000 teñge dıskwrındağı söylew äseriniñ pragmatikalıq erekşeligi men jetistigi [Pragmatic specificity and success of the speech effect in the discourse of 42,000 tenge in the context of briefings held by the government during the Covid-19 pandemic]. // *Qazaqstan jäne COVID-19: media, mädeniät, sayasat*. Almaty. 156-172 pp. (In Kazakh)
- Merriam-Webster Dictionary. (2021). A Guide to Coronavirus-Related Words [Electronic resource]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/coronavirus-words-guide> (accessed: 10.06.2023)
- Minyar-Beloruçeva A.P. (2020). Yazykovaya realnost kak sredstvo formirovaniya kartiny mira sovremennosti [Linguistic reality as a means of forming a picture of the world of modernity]. // *Yazyk. Kommunikatsiya. Perevod*. Seriya Lingvistika. Moskva: Nauka. T. 1. 11–20 pp. (In Russian)
- Redkozubova Ye.A. (2020). Covid-leksika: etimologicheskii i slovoobrazovatelnyy aspekty (na materiale russkogo, angliyskogo i nemetskogo yazykov) [Covid-lexicon: etymological and word-formation aspects (on the material of Russian, English and German languages)]. // *Gumanitarnyye i sotsial'nyye nauki*. №4. 193-200 pp. (in Russian)
- Shanskiy N.M. (1987). *Sovremennyy russkiy yazyk. Uchebnik dlya studentov ped. Institutov* [Modern Russian language. Textbook for students ped. institutes]. M.: Prosveshcheniye. 192 p. (In Russian)
- Thorne T. (2020). Coronaspeak – the language of Covid-19 goes viral [Electronic Resource]. – URL: <https://language-and-innovation.com/2020/04/15/coronaspeak-part-2-the-language-of-covid-19-goes-viral/>
- Urpekova A. (2021). COVID-19 pandemiyası kezinde aymaqtıq mediadağı kovıdke qarşı şaralar twralı freymder [Frames about anti-covid measures in the regional media during the COVID-19 pandemic]. // *Qazaqstan jäne Covid-19: media, mädeniät, sayasat*. Almaty. 66-80 pp. (In Kazakh)
- Zholobova A. (2021). Linguistic innovation during the COVID-19 pandemic: the Spanish language case // *XLinguae Journal (Scopus)*. Vol. 14, issue 2.331-349 pp.
- Zholshaeva M., Zhanabekova A. (2021). Covid-19 pandemiyasınıñ qazaq mediämätinindegi körinisiniiñ lingvopragmatıkası [Linguopragmatics of the manifestation of the Covid-19 pandemic in the Kazakh media text]. // *Qazaqstan jäne COVID-19: media, mädeniät, sayasat*. Almaty. 89-109 pp. (In Kazakh)
- Valter K.H., Gromenko Ye.S.(2021). *Slovar russkogo yazyka epokhi koronavirusa* [Dictionary of the Russian language of the coronavirus era.]. SPb: Institut lingvisticheskikh issledovaniy RAN. 550 p. (In Russian)