

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**КОРОНАВИРУСНЫЙ БЛЕНДИНГ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ПРОДУКТИВНЫЕ МОДЕЛИ
СЛОВООБРАЗОВАНИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

Студентки 4 курса 411 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранный язык»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Бахтиевой Адели Ильгисовны

Научный руководитель
Ст. преподаватель английского языка
и методики его преподавания

Е.А. Ермолаева

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2022 год

Введение. *Актуальность исследования* объясняется большим влиянием пандемии коронавируса на лексику английского языка, в частности появлением большого количества современных коронавирусных блендов, что напрямую способствует развитию коронавирусного блендинга в рамках англоязычных средств массовой информации. Пандемия, произошедшая совсем недавно, позволяет быть непосредственными свидетелями развития коронавирусного блендинга в СМИ и появления новых коронавирусных блендов.

Объект исследования: статьи англоязычных средств массовой информации.

Предмет исследования: коронавирусный блендинг в англоязычных статьях средств массовой информации.

Цель исследования: исследование коронавирусного блендинга в статьях англоязычных СМИ.

Задачи исследования:

1. изучить лингвистическую литературу по теме исследования.
2. выбрать подходящие новостные порталы для исследования
3. изучить новостные статьи англоязычных порталов
4. выявить коронавирусные бленды
5. выявить частотность использования коронавирусных блендов в каждом англоязычном новостном портале
6. выявление частотности использования коронавирусного блендинга в зависимости от типа средств массовой информации
7. провести анкетирование студентов на онлайн платформе

Методы исследования. В соответствии с характером поставленных задач и с учетом специфики проблемы использовались следующие методы исследования: анализ источников; синтез информации; реферирование, конспектирование, метод целостного анализа текстов СМИ; обобщение информации; наблюдение над языковым материалом.

Методологическая и теоретическая база исследования. В основу исследования легли научные труды, лингвистические статьи, научные работы лингвистов по данной тематике: А. Г. Абрамовой, Н. В. Беляевой, М. И. Киосе, В. В. Елисеевой, О. М. Лашкевич, А. П. Прокопец, Н. А. Шейфель, С. Грайс, А. Лерер, А. Ф. Ибраевой, А. Энарсон, Ю.А. Жлуктенко, Е. А. Дюжиковой.

Материалы исследования: тексты англоязычных новостных порталов The Sun, Daily Mail, The Guardian, The Independent.

Научная новизна исследования заключается в исследовании статьей англоязычных новостных порталов на предмет коронавирусного блендинга.

Теоретическая значимость исследования определяется возможностью применения основных наблюдений и выводов в дальнейших исследованиях по грамматике английского языка, а также вносит определенный вклад в дальнейшее развитие исследований различных способов словообразования.

Практическая значимость. Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в практике преподавания дисциплин «Практическая грамматика английского языка», «Практика устной и письменной речи», «Письменная речь» и др.

Структура исследования: Настоящая работа состоит из введения, двух глав основного текста, заключения, списка использованных источников и приложения. Во введении обоснована актуальность исследуемой проблемы, сформулированы объект и предмет, определены цель, задачи и методы исследования.

В первой главе исследуется понятие коронавирусного блендинга как одного из способов словообразования, указываются сферы использования.

Во второй главе приводится анализ статей англоязычных новостных порталов на предмет использования коронавирусного блендинга, так же проводится анкетирование студентов на тему коронавирусного блендинга с последующим анализом результатов.

В заключении представлены выводы по проведенному исследованию.

Основное содержание. В первой главе «Блендинг как способ словообразования» рассмотрены разные способы словообразования, такие как аффиксация, конверсия, сокращения, указаны их определения, так же приведены конкретные примеры для полного понимания способов словообразования.

В следующем пункте теоретической главы был рассмотрен блендинг как отдельный способ словообразования, приведены несколько определений авторитетных лингвистов, приведены разные точки зрения. Указано несколько точек зрения на тему временного промежутка, на который приходится популярность блендинга. В частности, первая точка зрения заключается в том, что популярность блендинга приходится на конец 19 века, это связано с таким известным произведением как «Алиса в Зазеркалье» автора Льюиса Кэрролла. Вторая точка зрения выражает мнение о том, что изучение

блендинга начинает появляться только в 20 веке, а пик исследований данного способа словообразования приходится на конец 20 века и начало 21 века. Так же рассмотрен термин «бленд», приведены разные определения.

Выявлено, что блендинг является достаточно популярным способом словообразования, так используется в различных сферах жизни людей. Таким образом, в процессе работы над теоретической главой были рассмотрены разные сферы, связанные с блендингом. Первой рассмотренной сферой являлась журналистика, были выявлены следующие бленды, связанные с данной сферой занятий людей - *edvertorial (an advertisement + an editorial)*, *docudrama (documentary + drama)*. Второй сферой являлась политика, бленд встречающийся в данной сфере занятий населения – знаменитое выражение *Brexit (Britain u exit)*. Третьей рассмотренной сферой являлась окружающая среда – *smog(smoke + fog)*. Следующей сферой являлась современная сфера IT – *webinar (web + seminar)*. Немаловажной сферой, связанной с таким способом словообразования как блендинг является сфера лингвистики – *Spanglish (Spanish + English)*, *Hinglish(Hindi +English)*.

В теоретической части работы внимания так же было уделено вопросу о типологии блендов. Были указаны две типологии разных авторов: А. Энарсон, Лерер.

Итак, наличие большого количества сфер употребления блендов свидетельствует об актуальности блендинга как способа словообразования и данной темы в лингвистических исследованиях. В приведенных типологиях блендов указано отсутствие единой типологии для всех лингвистов и приведены классификации разных лингвистов на тему типологии.

Во второй главе «Результаты опытно-экспериментальной работы по выявлению коронавирусного блендинга в англоязычных газетах» были проанализированы следующие англоязычные новостные порталы:

- The Sun;
- Daily Mail;
- The Guardian;
- The Independent.

Необходимо отметить, что в процессе исследования источники были выбраны согласно следующим критериям: известность источника для широкой массы населения, знакомство с источником благодаря учебной работе в процессе обучения на факультете и доступность источника. Соответственно, были рассмотрены и проанализированы наиболее известные новостные порталы

англоязычных средств массовой информации. Так как только с помощью таких средств массовой информации можно сделать объективный вывод. Для подтверждения известности и популярности выбранных новостных СМИ, в разделе каждой был указан тираж. Так как это один из самых логичных способов подтверждения влияния источника для населения.

Предварительно все анализируемые новостные порталы были разделены на 2 большие группы: таблоиды и широкоформатные СМИ. Разделение обусловлено следующей задачей работы: выявление частотности использования коронавирусного брендинга в зависимости от типа средств массовой информации. В каждом новостном портале было проанализировано 20 англоязычных статей на тему пандемии.

Первым анализируемым источником являлся таблоид The Sun. В процессе анализа данных статей новостного портала The Sun, сделаны следующие выводы. Из 20 проанализированных статей коронавирусный брендинг встречается в 15 источниках, т е более чем в половине проанализированных статей. Наиболее часто-встречающийся коронавирусный бренд, присутствующий во всех статьях - covid. Вторым по распространенности брендом является twindemic, который можно встретить в статьях под номерами 2,6,13,14,16. Третьими по распространенности являются три бренда – infodemic, который используется в статьях под номерами 3,20; quarantini, который присутствует в статьях 15,9; и coronasomnia в статьях 1 и 17. Следующие коронавирусные бренды встречались лишь в одной статье из 20: zoomping в статье под номером 4, blursday статье под номером 5, covidiot в статье под номером 5 и maskne в статье под номером 18. В общей сложности, в 20 статьях выявлено 9 коронавирусных брендов.

Вторым анализируемым источником являлся таблоид Daily Mail. В процессе анализа данных статей новостного портала Daily Mail сделаны следующие выводы. Из 20 проанализированных статей коронавирусный брендинг встречается в 16 источниках, т е более чем в половине проанализированных статей. Наиболее часто-встречающийся коронавирусный бренд, присутствующий во всех статьях - covid. Данный факт объясняется тем, что все проанализированные статьи посвящены теме коронавируса. Вторыми по распространенности брендами являются - бренды infodemic, который можно встретить в статьях под номерами 4,5,8,14; и бренд covidiot, который используется в источниках под номерами 1, 2,7,9. Третьим по распространенности является бренд – ronacoaster (coronacoaster), который используется в статьях под номерами 15,17. Следующие коронавирусные бренды встречались лишь в одной статье из 20: coronasomnia в статье под номером 19, quarantine в статье под номером 13,

lockstalgia в статье под номером 12, maskhole в источнике номер 6, coronial и quaranteen в статье 12, coronacation и morona в источнике 9, boreout в источнике под номером 11 и locktail в источнике номер 10. В общей сложности, в 20 статьях выявлено 13 различных коронавирусных блендов.

Далее был проведен анализ новостных статей широкоформатных СМИ. Первым в данной группе был рассмотрен новостной портал The Independent. В процессе анализа данных статей новостного портала The Independent сделаны следующие выводы. Из 20 проанализированных статей коронавирусный блендинг встречается в 13 источниках, т е более чем в половине проанализированных статей. Наиболее часто-встречающийся коронавирусный бленд, присутствующий во всех статьях неизменно- covid. Данный факт объясняется тем, что все проанализированные статьи посвящены теме коронавируса. Вторым по распространенности блендом являются - бленд infodemic, который можно встретить в статьях под номерами 9,11,18,14. Третьим по распространенности является бленд –covidiot, который используется в статьях под номерами 2,4,5. Так же встречаются бленды coronasomnia в статьях 3 и 7; twindemic в статьях 15 и 13. Остальные бленды на тему коронавируса встречались в одной статье из 20: в статье под номером 4 встретилось сразу 3 бленда – lockstalgia, quaranteen, coronial; в статье под номером 10 встречается бленд loxit; бленд ronacoaster в источнике под номером 12. В общей сложности, в 20 статьях выявлено 9 различных коронавирусных блендов.

Вторым в данной группе стал новостной портал The Guardian. В процессе анализа данных статей новостного портала, сделаны следующие выводы. Из 20 проанализированных статей коронавирусный блендинг встречается в 14 источниках, т е более чем в половине проанализированных статей. Наиболее часто-встречающийся коронавирусный бленд, присутствующий неизменно практически во всех статьях - covid. Самым распространенным блендом в проанализированных статьях является бленд infodemic, который встречается в 5 статьях - статьях под номерами 10,7,2,18,19. Вторым по распространенности является бленд covidiot - в статьях 4 и 9. Остальные бленды встречаются в одной статье из двадцати. Это такие бленды, как morona в статье под номером 18, covexit в источнике под номером 15, zumping в статье 11, coronageddon в статье 8, quarantine в статье 4, coronasomnia в статье 3, mockdown в источнике под номером 16. В общей сложности, в 20 статьях выявлено 9 различных коронавирусных блендов.

В процессе исследования таблоидов The Sun и Daily Mail, были проанализированы в общей сложности 40 статей на тему коронавируса. В 31 статье были использованы бленды, что составляет 77,5% от общего количества проанализированных статей. Довольный высокий процент использования коронавирусного блендинга доказывает актуальность использования блендов в современных средствах

массовой информации, посвященных теме коронавируса.

В процессе исследования таблоидов The Independent и The Guardian, были проанализированы в общей сложности 40 статей на тему коронавируса. В 27 статьях были использованы бленды, что составляет 67,5% от общего количества проанализированных статей. Довольно высокий процент использования коронавирусного блендинга доказывает актуальность использования блендов в современных средствах массовой информации, посвященных теме коронавируса

Вторая часть исследования заключалась в создании анкетирования для студентов с последующим анализом результатов. Анкетирование было проведено на онлайн платформе и состояло из 12 вопросов, посвященных коронавирусному блендингу. Вопросы были первоначально разделены на 3 группы и размещены в опроснике по порядку от более простых к самым сложным. Каждая группа вопросов включала в себя 4 вопроса, которые и составили 12 общих опросов.

Немаловажно заметить следующие особенности данного анкетирования:

1 все варианты ответов и определения состояли только из коронавирусных блендов.

2 все коронавирусные бленды, которые использовались в опросе, это бленды выявленные в процессе анализа средств массовой информации в данной дипломной работе. Соответственно, все бленды, которые употреблялись в качестве заданий или вариантов ответа были рассмотрены в первой или второй части данного практического исследования.

Первая группа вопросов была более легкой по сравнению с остальными. Задание состояло в том, чтобы при данном определении найти подходящий ему коронавирусный бленд. В каждом задании было указано само задание на английском языке, а так же определение бленда, к которому нужно было подобрать подходящий бленд из четырех вариантов. Ниже приведен перечень вопросов данной группы с анализами ответов студентов.

Первый вопрос: An infectious disease is caused by a coronavirus (= a type of virus), that usually causes fever, tiredness, a cough, and changes to the senses of smell and taste, and can lead to breathing problem and severe illness in some people.

Варианты ответов: Morona, Covid, Twindemic, Infodemic. Правильный ответ: Covid

На данный вопрос 100% опрошенных, все 40 человек, дали правильный ответ.

Второй вопрос: An epidemic or pandemic of two separate diseases occurring at the same time.

Варианты ответов: Twindemic, Zumping, Coronasomnia, Maskne. Правильный ответ: Twindemic.

На данный вопрос 90% опрошенных, что составляет 36 человек дали правильный ответ. 10% или же 4 человека выбрали вариант coronasomnia.

Третий вопрос: A baby conceived during the Covid-19 pandemic.

Варианты ответов: Coronial, Ronacoaster, Quaranteen, Morona. Правильный ответ: Coronial.

На данный вопрос 87,5% опрошенных, что составляет 35 человек дали правильный ответ. 12,5% опрошенных, что составляет 5 человек, выбрали вариант quaranteen.

Четвертый вопрос: A person, who ignores guidelines and rules on public safety around COVID-19, unnecessarily hoards supplies, etc.

Варианты ответов: Coronial, Quaranteen, Morona, Covidiot. Правильный ответ: Covidiot.

Данный вопрос был первым, где были выбраны сразу все варианты ответов. Большинство опрошенных снова выбрали верный вариант, это 90% опрошенных, что составляет 36 человек. 2,5 % опрошенных или по одному человеку выбрали варианты morona, coronial и 5% опрошенных, что составляет 2 человека, выбрали вариант ответа quaranteen.

По заданиям первой группы можно сделать вывод, что они не представляли сложности для подавляющего большинства опрошенных студентов. Минимальное количество человек, ответивших правильно, составляет 87,5% студентов.

Задания второго типа были немного сложнее, чем задания первого типа. В таких вопросах был указан один бленд, к которому нужно было подобрать подходящее определение из четырех вариантов определений.

Пятый вопрос: Boreout

Варианты ответов: 1 Derogatory term for a person who defies guidelines on wearing face masks during the COVID-19 pandemic. 2 Where a worker is underworked, can feel like there's no purpose, can lead to depression. 3 Nostalgia for a time when the country was in lockdown, or in a more extreme form of lockdown. 4 The severe mood swings experienced during the coronavirus. Правильный ответ: 2

77,5 % опрошенных, что составляет 31 человека, ответили на данный вопрос правильно. 10% или 4 человека выбрали вариант 4 . 7,5 % опрошенных в составе 3 человек выбрали вариант 3. 5% или 2 человека выбрали вариант ответа.

Шестой вопрос: Covidiot

Варианты ответов: 1 Person who ignores guidelines and rules on public safety around COVID-

19,unnecessarily hoards supplies, etc. 2 Derogatory term for a person who defies guidelines on wearing face masks during the COVID-19 pandemic. 3 A gradual disengagement from the effects of the Covid-19 pandemic. 4 An epidemic or pandemic of two separate diseases occurring at the same time. Правильный ответ: 1.

На данный вопрос правильный вариант ответа дали 85% опрошенных студентов, в составе 34 человек. 12,5% или 5 человек выбрали вариант ответа 2. Вариант 3 был выбран 1 человеком, что составляет 2,5%.

Седьмой вопрос: Coronageddon

Варианты ответов: 1 An excessive amount of information concerning a problem such that the solution is made more difficult. 2 Humorous word for any day of the week that feels not much different from the one before because of the lockdown. 3 Person who ignores guidelines and rules on public safety around COVID-19, unnecessarily hoards supplies, etc. 4 The near-certain, end-of-times condition created either by the actual COVID-19 virus or the massive social, financial and political devastation generated on the back of global hysteria. Правильный ответ: 4.

На данный вопрос правильный вариант ответа дали 87,5% в составе 35 человек. 7,5% опрошенных, что составляет 3 человек, выбрали вариант ответа 2. 5% студентов, в составе 2 человек, выбрали вариант 3.

Восьмой вопрос: Mockdown

Варианты ответов: 1 A half heated attempt to apply restrictions and rules to control the spread of Covid-19 (Coronavirus) either applied too late, not strictly enough or too confusing, contradictory or involving some kind of tier system that no one fully understands. 2 A moron who ignores or doesn't understand the safety guidelines for preventing spreading the Corona virus. 3 A holiday or vacation taken during the period of the COVID-19 pandemic. 4 An outbreak of pustules on the face due to the frequent or prolonged wearing of a mask

Правильный ответ: 1.

Правильный ответ выбрали 87,5 опрошенных студентов, что составляет 35 человек. 7,5% опрошенных в составе 3 человек выбрали вариант ответа 3. 2,5 % опрошенных, что составляет по одному человеку, выбрали следующие варианты ответа – 2 и 4.

По заданиям второй группы вопросов можно сделать вывод о том, что, несмотря на то, что мнения студентов начали больше расходиться в выборе правильного ответа, все-таки большинство

студентов снова уверенно выбирали верный вариант. Минимальное количество опрошенных, которые ответили правильно составляет 77,5 %, показывая, что больше половины студентов выбирают верный вариант.

Задание третьего типа характеризуется повышенным уровнем сложности, однако представляет собой большой исследовательский интерес. В заданиях данного типа был указан один бленд, и участникам опроса предлагалось самим догадаться о его значении и записать в поле ответов их догадки. Варианты ответов указаны не были. Следует заметить, что небольшая подсказка в данных заданиях все-таки присутствовала. Рядом с каждым блендом в скобках были указаны два слова, из которых конкретный коронавирусный бленд и состоит. Это было сделано, чтобы помочь студентам проходившим опрос на начальном этапе их мысли, т е подтолкнуть их в правильном направлении.

Девятый вопрос: Blursday (blur + Thursday)

Десятый вопрос: Lockstalgia (lockdown + nostalgia)

Одиннадцатый вопрос: Quaranteen (quarantine + teenager)

Двенадцатый вопрос: Coronacation (corona + vacation)

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. В результате практического исследования было доказано, что коронавирусный блендинг является популярным способом словообразования. В каждом из проанализированных новостных порталов коронавирусный блендинг встречается более чем в 50% статей.

2. В результате выявления частотности использования коронавирусного блендинга в зависимости от типа средств массовой информации было установлено, что в таблоидах среди 40 источников в 31 статье были использованы бленды, что составляет 77,5% от общего количества проанализированных статей. Среди широкоформатных СМИ из 40 источников коронавирусный блендинг встречается в 27 статьях, что составляет 67,5% от общего количества проанализированных статей. Соответственно, бленды встречаются в таблоидах на 10% чаще, чем в широкоформатных средствах массовой информации. Однако факт довольно небольшой разницы в процентах, а так же факт невозможности исследования всех коронавирусных статей в проанализированных новостных порталах может свидетельствовать о приблизительно одинаковой частотности использования коронавирусных блендов в таблоидах и широкоформатных СМИ, с небольшой разницей в пользу первого типа источников.

3. В процессе анализа результатов анкетирования студентов минимальное количество человек, ответивших правильно на вопросы первой группы заданий, составляет 87,5% студентов. Минимальное

количество опрошенных, которые ответили правильно на вопросы второй группы составляет 77,5 %. Несмотря на сложность заданий третьей группы, большинство опрошенных указывали ответы близкие по значению к тем, которые указаны в словарях.

Таким образом, полученные выводы позволяют утверждать, что коронавирусный блендинг является неотъемлемой частью английского языка в период пандемии. Широкое использование коронавирусных блендов в англоязычных средствах массовой информации, включая таблоиды и широкоформатные СМИ, только доказывает данный факт.