**РОЛЬ ЯЗЫКА В УСЛОВИЯХ КОРОНАКРИЗИСА**

**Желуденко Марина Александровна**

канд. пед. наук, доцент

**Сабитова Алла Павловна**

ст. преп. кафедры иностранной филологии

Национальный авиационный университет

г. Киев, Украина

[maryna.zheludenko@ukr.net](mailto:maryna.zheludenko@ukr.net)

[Sabitovaalla1@gmail.com](mailto:Sabitovaalla1@gmail.com)

**Введение./Introductions.** Язык в любую историческую эпоху является транслятором культуры и менталитета конкретного человека, народа или всей нации. Язык можно рассматривать как своего рода информационный код, в котором заложена информация о развитии общества: экономическом, философском, культурном, историческом и т.д. В подтверждение этого тезиса вспомним известные слова: «Каковы твои мысли, такова и жизнь твоя» (Ф. Витовницкий).

В таком контексте стоит упомянуть об «эколингвистике», одной из задач которой является изучение языка без отрыва от его естественного и культурного окружения, то есть раскрытие взаимосвязи гармоничного существования языка и природы [5]. Таким образом, употребление понятия «экология» является вполне актуальным и уместным в данном случае.

Экология языка, по мнению Е. С. Тиркиной, «…определяет факторы формирования философского, социального, психологического направления в лингвистике...» [3]. Тема взаимосвязи языка и менталитета, роли языка в формировании языковой картины мира нашла отражение в ряде наших статей [1; 2].

**Цель работы./Aim.** Попробуем рассмотреть данную проблему на примере современной ситуации в мире. Топ темой всех медиа без исключений с некоторого времени стала тема коронавируса. Таким образом, мы наблюдаем конкретный пример трансляции мировых событий средствами языка, что является классическим примером основной функции языка. Но мы хотели бы остановиться на роли языка и рассмотреть возможные положительные варианты влияния языка на сознание людей.

**Результаты и обсуждение./Results and discussion.** Профессор лингвистики университета Гейдельберг Э. Фельдер в своем интервью говорит о том, что употребление таких понятий как «эпидемия», «пандемия», «карантин» и их влияние на сознание зависит от перспективы, то есть от контекста. Однозначным является то, что данная лексика имеет в большей или меньшей степени негативный смысл, но при этом возможны оттенки, которые могут смягчить высказывание, например, метафора „ein Licht am Ende des Tunnels sehen“.

Профессор Э. Фельдер подчеркивает, что существуют разные типы восприятия информации, некоторые реагирует панически, другие нейтрально или с осторожностью. Невозможно использовать такой язык, который у всех вызывает одинаковые эмоции, но стоит искать «золотую середину». Не существует универсальных языковых стратегий, риторика должна соответствовать аудитории, региону, поставленным задачам.

К. Зайдлер, научный сотрудник Немецкого института юмора в Лейпциге, высказывает мысль, которая частично перекликается с мнением проф. Э. Фельдера. Она занимается исследованием юмора в контексте темы о том, насколько корректным является черный юмор в период коронавируса, и считает, что нужно учитывать возможную реакцию адресата на информацию, на то, в какой ситуации находится адресат, и как он реагирует на ситуацию.

Юмор, а его мы можем рассматривать как часть любого языка, по словам К. Зайдлер может быть социальным, «черным», агрессивным и т. д., положительно влияет на психику и психогигиену. А австрийский врач и основатель логопедии В. Франкл считает, что юмор – это оружие души для самосохранения [6].

В данной статье мы больше хотим акцентировать внимание на положительных примерах, которые мы выбрали из нескольких интернет-ресурсов.

Профессор Э. Фельдер приводит речь Ангелы Меркель, в которой она осознанно избегает употребление выражения «комендантский час» (Ausgangssperre), но вместо этого четко дает понять, что правительство может как ужесточить, так и ослабить соответствующие меры в зависимости от того, придерживаются ли граждане установленных правил [9]. То есть, язык выступает средством управления поведением людей.

Приведем другие примеры положительного влияния языка в условиях коронавируса и обратимся к материалам Deutsche Welle, которая ежедневно освещает тему коронавируса. Так, в тексте „Nachbarschaftshilfe in der Corona-Krise“ (20.03.2020) встречаем выражения, которые создают общий положительный психологический фон, ощущение того, что в сложной ситуации люди могут рассчитывать на помощь, что особенно важно для людей старшего поколения: Nachbarschaftshilfe-Gruppen entstehen; sie sind nicht allein; Seien wir solidarisch; in Kontakt kommen, Hilfe anbieten, die Menschen erreichen [8].

В тексте «Im Haus statt hoch hinaus» (17.03.2020) ситуация представлена реалистично и без использования резких негативных фраз и оборотов: „Bleibt zu Hause! Obwohl getrennt, werden wir gemeinsam auch diesen Berg besteigen!“. Выражение „den Berg besteigen“ в данном контексте означает «преодолеть трудности». Кроме того, находим выражения „zusammen bewältigen“, „gute Seite“. Заканчивается текст своего рода наставлением, которое из сферы спорта приводит нас к осмыслению важных моментов в жизни: „Das Leben im Basislager ist simpel und minimalistisch, und man hat die vielen Entbehrungen zu akzeptieren. Aber es gibt eine gute Seite: Alles entschleunigt, ziemlich schnell erkennt man, was wirklich wichtig im Leben ist, man hat endlich viel Zeit, und man hört die Stille.“ – «… Есть и хорошая сторона. Все замедляется, достаточно быстро понятным становится, что действительно важно в жизни, наконец-то появляется время и можно услышать тишину» [7].

Положительным примером влияния языка на сознание и одновременно удачным примером социальной рекламы могут служить известные компании, которые отреагировали на ситуацию, изменив свои слоганы:

1. McDonald’s: “separated for a moment to always be together.”
2. Coca-Cola: “Staying apart is the best way to stay connected.”
3. Nike: “If you ever dreamed of playing for millions around the world, now is your chance. Play inside, play for the world.” [4]

**Выводы./Conclusions.** Таким образом, средствами языка формируется картина мира, как положительная, так и отрицательная. Но каждый из нас в состоянии, применяя «информационную диету», то есть критический и аналитический, строго ограниченный во времени, подбор информации, формировать собственную индивидуальную картину миру, которая отражает наши взгляды и установки.

Литература:

1. Желуденко М., Сабитова А. Влияние иностранного языка на моральне приоритеты личности // Science and society : Proceedings of the 9th International conference, Hamilton, February 1, 2019. – Hamilton, Canada, 2019. – P. 379-384.
2. Желуденко М., Сабитова А. Связь моральних ценностей, менталитета и речи (на основе немецкого языка). *Закарпатські філологічні студії : Ужгородський національний університет.* 2019. Вип.7. Т.1. С. 83-86.
3. Тиркина Е.С. Эколингвистика – новое направление в языкознании. Нужно ли знать эколингвистику при обучении иностранному языку? URL:<https://www.pedacademy.ru/categories/1/articles/560>
4. Coronavirus: Coke, Nike, McDonald’s change slogans to promote social distancing. URL:<https://www.wftv.com/news/trending/coronavirus-coke-nike-mcdonalds-change-slogans-promote-social-distancing/UMU7OU6ZEJEVPMZIG56SLUIKUQ/>
5. Harre, R. Greenspeak. *A Study of Enviromental Discourse*. New Delhi : Thousand Oaks. 1999. P. 224.
6. Humor in den Zeiten von Corona. URL:<https://www.dw.com/de/humor-in-zeiten-von-corona/l-52925358>
7. Im Haus statt hoch hinaus. URL:<https://www.dw.com/de/im-haus-statt-hoch-hinaus/l-52899466>
8. Nachbarschaftshilfe in der Corona-Krise. URL:<https://www.dw.com/de/nachbarschaftshilfe-in-der-corona-krise/l-52845637>
9. Zwischen Ignoranz und Hysterie: Welche Rolle die Sprache in der Corona-Krise spielt. URl: <https://bnn.de/nachrichten/suedwestecho/coronavirus-karlsruhe-baden-pforzheim-rastatt/zwischen-ignoranz-und-hysterie-welche-rolle-die-sprache-in-der-corona-krise-spielt>