

Mátyás Judit

Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Marketing és Turizmus Intézet

Nyelvhasználat és kommunikáció a COVID-19 idején

<https://doi.org/10.48040/PL.2022.1.15>

A 2020 márciusában kirobbant koronavírus-járvány karanténba kényszerítette a világ lakosságát. A krízishelyzet komoly változásokat okozott a társadalmi, gazdasági életben és az oktatásban is. Új, megoldandó problémákat generált mindannyiunk számára. Bezártak a magyar iskolák, a tanárok otthonról, digitális távoktatás formájában bonyolították le a tanórákat, a vállalatok alkalmazottai home office-ba kényszerültek. A járvány kirobbanása a társadalom és gazdaság minden színterét érintette, és érinti jelenleg is. A változások a kommunikációban, nyelvhasználatunkban is nyomon követhetők. A koronavírus-járvány hatására számos új kifejezés jelent meg nyelvünkben, vagy az is előfordult, hogy korábban ritkán használt szavak elevenedtek fel. A félelem, a bezártság és az új helyzethez való alkalmazkodásból adódó szorongás ellenére, vagy éppen ennek ellensúlyozására megjelentek a humoros nyelvi fordulatok, a vidám és ötletes kifejezések, melyek nyelvünket új szavakkal színesítették és színesítik. Rengeteg vers, dal, klip és új szó született a koronavírus hatására. A tanulmányban – általános kitekintést követően – a COVID-19 hatását vizsgálom a kommunikáció és nyelvhasználat tekintetében.

Kulcsszavak: COVID-19, gazdaság, oktatás, nyelvhasználat, COVID-generáció

Bevezetés

A COVID-19 világjárvány hatására kicsit olyan lett a világunk, mintha háborús övezetbe kerültünk volna, elszigetelt bennünket a többi országtól, a külföldre történő utazás lehetőségétől. A szállodák, utazási irodák bezártak, a repülőtársaságok átmenetileg befagyasztották szolgáltatásaikat (<https://www.dw.com/>).

A karantén, a szigorú előírások, a felerősödő digitalizációs folyamat gyökeres változásokat hoztak életünkbe. Ezek a hatások a társadalom, a gazdaság és az oktatás minden területén éreztették és éreztetik jelenleg is hatásukat. A home office, valamint a gazdaságban, kereskedelemben felmerülő kihívások, az online oktatás új megoldandó problémákat generáltak, és ezek megoldásához gyors, hatékony reagálásra volt szükség. Azok a vállalatok, intézmények, iskolák tudtak és tudnak talpon maradni, amelyek a járvány által kiváltott krízishelyzetben a környezeti változásokhoz „naprakészen” tudtak alkalmazkodni, és rendelkeztek az ehhez szükséges stratégiai gondolkozással.

A koronavírus-járvány számos negatívuma mellett megjelentek olyan pozitív változások is, amelyek előrelendítő hatásúak és a jövőbeni társadalmi, gazdasági folyamatokat, irányelveket nagymértékben meghatározzák, befolyásolják. A járvány hatása megjelent nyelvünkben, nyelvhasználatunkban is. Megmutatkozott kreativitásunk, leleményességünk. Az új, többségében játékos, vidám szófordulatok segítségével a bezártság érzése enyhült, a közös nyelv összekötötte az új „COVID-generáció” tagjait.

A COVID-19 hatása a gazdaságra és az oktatásra

A válság a kereskedelemben is érzékelhető, a fogyasztói magatartás változóban van. A vásárlásokra általában jellemzőek az online megoldások és a házhozszállítás irányába való elmozdulás (<https://www.ipsos.com/>).

Ugyanakkor megfigyelhető a vírus kapcsán pozitív szemléletbeli hozzáállás is. Sok vállalat a válságot nemcsak negatív értelemben vett kihívásnak látja, hanem egyben a fejlődés lehetőségének is, többségük optimista a jövőjével kapcsolatban. 35,4 százalékuk nyilatkozta azt, hogy vagy nem érinti őket a jelenlegi helyzet, vagy kifejezetten arra számít, hogy erősödni

fog a válság ideje alatt. 35,3 százalékuk úgy értékelte a helyzetét, hogy bár érinti őket a válság, nem lesznek sokkal rosszabb állapotban, mint az azt megelőző időszakban voltak. A vállalatok szerint a digitalizáció fejlesztése a jövő, és ezt elengedhetetlennek tartják versenyképes piaci helyzetük megtartása érdekében. Bár befektetést igényel, ugyanakkor lehetőséget is biztosít számukra a digitalizáció a hatékonyság növelésére, a tanulásra és a vállalati kultúra fejlesztésére, mert elősegíti a feladatok ellenőrizhetőségét, és erősíti az innovációs tevékenységet. A vállalatok döntő többsége, 69,9 százaléka ennek értelmében tervezi jövőjét, és mindössze 14% bizonytalan, vagy nem szándékozik (10,7%) folytatni a digitális transzformációt (<https://stylers.hu/>).

A kereskedelemben ugyanakkor a válsághelyzet miatt világszintű visszaesés történt. Az USA kiskereskedelme 2020-ban – az előző évhez képest – 9,1 százalékos csökkenésre számított, ami körülbelül 320 milliárd US-dollárt jelent. Sívárak a kilátások az elkövetkező időszakra is, a prognózisok alapján legalább 4 évre lesz szükség, mire a kiskereskedelem el fogja érni a COVID-19 előtti szintet (<https://www.absatzwirtschaft.de/>).

A COVID-19 nemcsak a gazdaságra, hanem az oktatásra is rányomta a bélyegét és változásokat generált. 2020. április közepére a széles körű iskolai bezárás 1,6 milliárd diákot érintett világszerte (McKinsey, 2020). Ugyanakkor széles körben tapasztalhatták a digitális oktatás során diákok és tanárok egyaránt, hogy a hagyományos iskola számos tevékenységi formája felesleges, és kipróbálhattak olyan új dolgokat, amelyek hatékonyabbnak tűntek. Megmutatkozott a tanárok kreativitása, problémamegoldó képessége. A technológia alkalmazása lehetővé tette, hogy az oktatást és a tanulást személyre szabják, feltérképezzék, hogy az egyes diákok hol tartanak és mire van szükségük (Balla, 2020).

A digitalizált oktatásnak azonban árnyoldala is volt. 2020. március 16-tól – közintézmények bezárása után – a szülőkre zúdult gyermekeik otthoni tanítása. A szülőknek új szerepkörben kellett otthon helytállniuk, gyakorlatilag – részben – pedagógussá kellett válniuk. További probléma volt, hogy különösen az észak-magyarországi régióban sokkal hátrányosabb helyzetben lévő családok élnek, ahol a diákoknak nincsenek elektronikus eszközeik, és emiatt nem érték el az online tananyagokat. De az is gondként merült fel, hogy nincs minden háztartásban korlátlan internetkapcsolat, továbbá hiányzott a személyes kontaktus a pedagógussal, a magyarázat, tehát a valódi tanítás (Bódog, 2020).

A problémák ellenére a digitális oktatás összességében jól működött, és az összegyűlt tapasztalatok a későbbiekben is hasznosíthatók (Maruzsa, 2020).

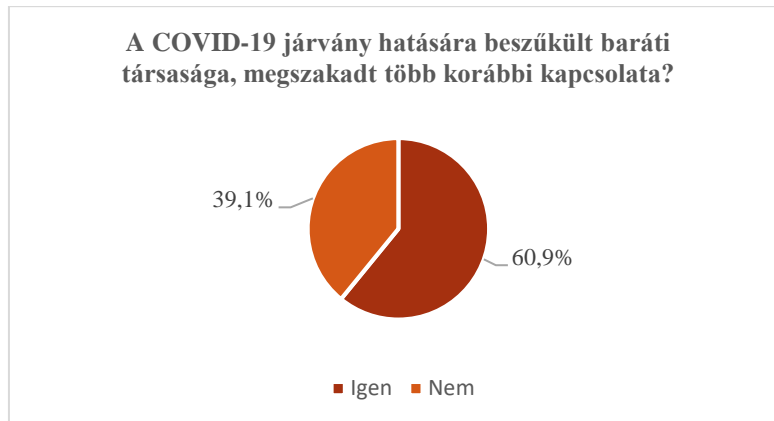
Nyelvhasználat és kommunikáció

A *face to face* kommunikáció hiánya, a bezártság, a karantén változásokat hozott a személyes kapcsolatokban és lecsapódott a nyelvhasználatban is.

Egyetemista hallgatókkal, a Z generáció tagjaival 2020 októberében primer kutatás keretében kérdőíves megkérdezést végeztem. A kérdőívet 128 fő (N=128) töltötte ki. A kvantitatív kutatással arra kerestem válaszokat, hogy a Z generáció tagjai, akik az online világba születettek bele, és akiket „Facebook-generációnak”, digitális bennszülötteknek, kapcsolatóknak (*zappers*), „dotcom” gyerekeknek, netgenerációnak is neveznek (Pais, 2013), hogyan reagáltak a koronavírus-járvány által okozott változásokra, a magánéletüket, barátaikkal, családtagjaikkal történő kapcsolattartásuk módját, valamint kommunikációjuk, nyelvhasználatuk változásait tekintve.

Jelen tanulmányban csak a témához – kommunikáció és kapcsolattartás – szorosan kapcsolódó kérdést emelem ki, melynek fókuszában az állt, hogy vajon a Z generáció tagjainak kommunikációját milyen mértékben határozta, változtatta meg a COVID-járvány okozta bezártság, és ez hogyan hatott nyelvhasználatukra.

1. ábra. Baráti kapcsolatok alakulása a COVID-járvány idején



A fiatalok közel 61 százaléka válaszolta, hogy beszűkültek baráti kapcsolatai, a közös programok, az élmények nagyon hiányoztak nekik. „Facebook-generációként”, elsősorban a Facebookon tartották egymással a kapcsolatot, ezt a közösségi média platformot részesítették előnyben kommunikációs felületként. Ugyanakkor a bezártság rákényszerítette a fiatalokat arra is, hogy új utakat keressenek, és találékonyságukkal életüket – főképpen a nyelvhasználat tekintetében – színesebbé tegyék.

A karantén miatti elszigeteltség által okozott szorongás, a félelem a fertőzéstől, betegségtől megmutatkozott és lecsapódott a „COVID-19-nyelvhasználatban”, és ez nemcsak a fiatal korosztály életében volt nyomon követhető. 2020-ban a koronavírus-járvány hatására számos új, kreatív, ötletes kifejezés jelent meg nyelvünkben, vagy éppen korábban ritkán használt szavak elevenedtek fel. Ki gondolta volna, hogy a bezártság ihlető erővel bírhat, hogy az új élethelyzet ennyi kreatív energiát szabadít fel, segítve ezzel azt, hogy félelmeinket, aggodalmainkat enyhítsük?

A szorongás enyhítésére új, humoros, „COVID-nyelvhasználatot” hoztunk létre. Kismillió vers, dal, klip született a koronavírusról, elég csak a húsvéti alkotásokra gondolni. „Zöld erdőben gumikesztyű, steril locspocs, elképesztyű!”. Népszerű volt az a karanténvideó is, melyet Péterffy Bori készített *Három stílusgyakorlat énekhangra és koronavírusra* címmel. Az alkotó három népdalban dolgozta fel a magyar járványhelyzetet, szó esett például vécépapírról, élesztőről és bevásárlásról is (Czeplédi, 2020).

Veszelszki Ágnes nyelvész a koronavírus magyar nyelvre gyakorolt hatásait vizsgálta. A kutatás egyik eredménye az a 2020. júliusban megjelent *Karanténszótár*, melyben a szerző négyszáz, 2020. január és június között keletkezett új szót mutat be. A koronavírus-járvánnyal és a karanténhelyzettel kapcsolatos játékos és vidám kifejezéseket tartalmaz a szótár, mint például *home ovi*, *karanténháj*, *kenyérszűz* (az a személy, aki még nem süttött korábban kenyeret, ám a kijárási korlátozás alatt, annak hatására kenyérsütésbe kezdett) (Veszelszki, 2020).

A férfiak nyugodtan növeszthettek otthon *karanténzakállt*, a nők pedig hordhattak egész nap *otthonkát*, sőt *maradjotthonkát*. Ám ha mégis kicsinosították magukat, például egy megosztott fotó kedvéért, akkor azt a *karanténkera* kifejezéssel illettük (a szlengben a *kera* egyik jelentése: vonzó fiatal nő). Kézenfekvő magyar fordulatok például, hogy aki elkapja a koronavírust, az *megkoronázódik*, aki pedig megfertőzi a másikat, az *megkoronázza* az illetőt. Aki fertőzéssel fenyegetve leköp másokat, az a *köpörém*. A *koronabűnözés* kifejezés a más helyre költözés miatt elhagyott lakásokba betörőkre, illetve a hamis védőeszközöket vagy más termékeket becsapós weboldalakon árusítókra utal. A húsvéti locsolás virtuális megfelelője az

e-locsolás lett, és ez a szokványos locsoló versikét is ötletesen megváltoztatta: *Szabad e-locsolni?* Már akadnak, akik a home office-t magyarosan *homofisznak* mondják (és akár írják is). A naphosszat képernyő előtt ülők nem riadnak vissza idegennyelvű szójátékoktól sem: dolgoztunk *home office*-ban, és aki ezt a kanapéről bonyolította le, az *homeless office*-ban végezte munkáját. A családi életre is jelentősen kihatott az állandó otthoni együttlét, melynek következménye lehet a *koronababa*, *koronabébi*, aki, ha majd felnő, *karantini* lesz. Az összezártság családunkkal rosszabb esetben *koronaválás*-hoz vezetett. A *kajantén* a karantén ideje alatt elkészített ételeket jelenti, amelyeket ezzel a címszóval meg is lehet osztani valamely közösségi hálón. A spontán nyelvgazdagodás azonos alakú szavakkal is szolgált: megjelent az új koktél, a Martini helyett a *karantini*. A pánikvásárlások hatását jelzik a *vécépapírkrisz* és az *élesztőpárbaj* is. Ha a bevásárlásból az otthoni egyhangúságot feloldó pótcselekvés lett, az a *karanténfergés*. Ha valaki egy héten egyszer gyorsan kimozdult, és próbált mindent egyszerre elintézni, akkor *maszkmaratont* futott. A 65 év felettiak délelőtti bevásárló időpontja az érintetteknek *kimenő*, a fiatalabbak szerint pedig *nyuggersáv* volt. A belvárosi lakásból egy eldugott kis faluba költöző fiatal lányból gumicsizmás *karanténsasszony* lett a COVID-időszakban. A házibuli szónak szintén új jelentéstartalma alakult ki: a baráti társaság tagjai videochat közvetítésével isznak és beszélgetnek. Hasonlóan lehet *onlinekocsmázni* vagy *videóinni* a *skype*- vagy *zoom-kocsmában*. Nem kíván különösebb kommentárt néhány szóképzés: *elkaranténosodik*, *ceciliás*. Nem ennyire egyértelmű ugyanakkor például a *covidmentesítés* (kézmosás értelemben), a *karantárs* (akivel együtt töltöttük a karantént), a *karanTeam-party* (társas összejövetel a Teams szolgáltatáson keresztül); a *karantéboly* (idegeskedés, aggodás a járvány és következményei miatt), a *karantén* (a járvány miatt karanténban lévő személy, az újonnan megismert önmagunk, akivé váltunk a bezártság hatására). A helyesírásra is érdemes odafigyelni, mert nem mindegy például, hogy mit írunk: *KaranTanya* vagy *karantAny*a. A *karanTanya* kifejezés egy Facebook-oldalra utal, amely ötleteket adott az óvodás gyerekek kreatív elfoglaltságaihoz, a *karantAny*a viszont a gyermekeivel otthon tartózkodó édesanya volt (Bedő, 2020).

Egyes szavak – *home ovi*, *karanténháj* vagy *vizespalacksúlyzó* – jelentése magától értetődő, de vannak köztük olyanok is, amelyek nem egyértelműek, és a magyarázatuk felér egy szociokulturális látellel. Új szavak állandóan jelennek meg a nyelvben, a ritkábban használtak pedig elavulnak, mert a szókincs folyamatosan változik. Ez így volt a karantén idején is. Egyáltalán nem újkeletű jelenségről van szó. A nyelv változik, alkalmazkodik a megváltozott vagy változóban lévő környezethez. A koronavírus-járvány idején keletkezett új szavaink közül számos kapcsolódik a digitális kommunikációhoz, a közösségi média használatához, de a koronavírusnak főleg érdekes és vicces szavakat köszönhetünk. A világméretű koronavírus-járvánnyal, a karanténnal, az életünk teljes megállításával, lelassításával olyan teljesen újszerű helyzetben találtuk magunkat néhány hónap alatt, hogy nem voltak fogalmaink a megváltozott nyelven kívüli jelenségek megnevezésére. Ez indokolhatta az új szóteremtések robbanásszerű megjelenését. A *vécépapír-bűnözés* kifejezés például arra utalt, hogy a pánikvásárlás miatt elfogyott az üzletekből a fertőtlenítőszer és a toalettpapír. Ennek következtében rövid ideig a tolvajok nem lopott mobillal kereskedtek, hanem vécepapírral és kézfertőtlenítővel. A kormányzati kommunikáció egyik kiemelt és legismertebb arca és hangja Győrfi Pálé, az Országos Mentőszolgálat szóvivőjéé volt. A televízióban és videómegosztókon gyakorlatilag folyamatosan lehetett találkozni az általa elmondott „maradj otthon” üzenettel, és erre az *elgyőrfipalisodott* kifejezés utalt, amit csak mi, magyarok értünk és érthetünk. Vagy egy másik példa a *covidinka*, az angol *covidiot* szó magyar megfelelője. A *covid* és az *idiot* (hülye, bolond, „dinka”) szavak vegyülése. Első jelentése értelmében a betegséggel nem foglalkozó személyre gondolunk, aki tagadja a vírus létezését, összeesküvés-elméleteket gyárt vagy lebecsüli a vírusfertőzés tüneteit, ezért a járvánnyal kapcsolatos utasításokat sem tartja be. Második jelentése pedig olyan személy, aki pánikol, és túlságosan

nagy készleteket halmoz fel a bevásárlás során. A kifejezés rájátszik a kövidinka magyar szőlőfajta nevére is (Vajna, 2020; <https://magyarnarancs.hu/>).

A koronavírus hatása a külföldi nyelvhasználatban

Nemcsak Magyarországon, hanem világviszonylatban is megjelentek a COVID-19 hatására új szavak, kifejezések. Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) főigazgatója 2020. február 11-én jelentette be az új típusú koronavírus okozta betegség hivatalos nevét: COVID-19. A 2019-es koronavírus-betegségre utaló COVID mozaikszó alig több mint egy hónappal később már a Merriam-Webster amerikai angol online értelmező szótárban is megjelent olyan új, gyorsan a közbeszédbe került kifejezésekkel együtt, mint a társasági távolságtartás (*social distancing*) vagy a szuperterjesztő (*super-spreader*). Ez rekordidő a szótár közel 200 éves történetében. A járvány hatására olyan új kifejezések is születtek, mint a görbe ellapítása (*flattening the curve*) vagy a lappangási periódus (*incubation period*). Ezen a módon a hétköznapi szókincs egyre specifikusabb szavakkal, „COVID-kifejezésekkel” bővült. Most már szinte azt is mindenki tudja, hogy állatról emberre terjedő fertőző betegségeket jelent a *zoonózis*. A hétköznapi nyelvhasználatban felbukkantak az angol nyelvterületeken alkotott *quarantini* (a karanténnal járó gondokat enyhítő vermet), a *zoombombing* (a videócset szándékos megzavarása a háttérben), a *coronnials* (a karanténban fogant gyerekek generációja) (Bodnár, 2020).

A franciák új szót alkottak a karanténra: *quatorzaine*. Ez majdnem olyan, mint a velencei eredetű, a 40 napos elzárásra utaló *quarantena* francia alakja, a *quarantaine*. Az olaszok egy több száz éves, a nagy pestis idejéből való szót elevenítettek fel: az *untore* olyan idegen, aki behurcolja a kórt. A németeknél a különböző okból történő elhízások – bánat miatt *Kummerspeck*, karácsonyi evés-ivás miatt *Winterspeck* – sorát gazdagítja a karanténban felszedett kilókra utaló *Coronaspeck*. A *Spuckschutzscheibe* a köpködés ellen védő műanyag védőfalak új neve. Az e-mailekben egyre gyakrabban jelenik meg a klasszikus „szívélyes üdvözléssel” formula helyett a *Bleiben Sie gesund* (vagy tegezve *Bleib gesund*), sokszor rövidítve is: *BStg* vagy *Bg*. Az pedig már be is került az angol nagyszótárba (Oxford English Dictionary) hogy az e-mailek végén a *WFH* arra utal, hogy *Working from Home*, azaz otthonról dolgozom. Hollandiában több mint 700 bejegyzést tartalmaz az új koronaszótár, melyet a tekintélyes nagyszótár, a Van Dale főszerkesztője, Ton den Boon tett közzé. Szerepel benne a *coronahoester*, aki szándékosan leköhög valakit koronavírussal. A *lockdownkilo* (vagy *quarantainekilo* vagy *coronakilo*) az a súly, amelyet valaki otthonülés közben fölszedett. A *snotterschaamte* azt jelenti, hogy valaki szégyell társaságban tüszenteni. Figyelemre méltó a felhalmozást, nagybevásárlást jelentő *hamsteren* („hörcsögözés”) ige is. Ton de Boon talán borúlátó jóslata szerint tartósan használatba kerülhet a *de anderhalvemetersamenleving*, a *másfél méteres társadalom* kifejezés is (Bedő, 2020).

A koronavírus-járvány hatására megjelenő új szavaink hazánkban, de a külföldi példákban is, a környezeti változást tükrözik. A karanténba kényszerült lakosság a feszültséget, elkeseredést és szorongást, a jövővel kapcsolatos félelmét világszerte humoros, ötletes kifejezésekkel igyekezte oldani.

Feltehetően azok a szavak fognak hosszabb távon is beépülni a mindennapi szókincsbe, nyelvhasználatunkba, amelyeket évek múlva, a járvány megszűnését követően is okkal használunk majd, mert társadalmi változásokhoz vagy technológiai fejlesztésekhez köthetők (<https://qubit.hu/>).

Az új „COVID-szavak” jellemzői

Folyamatosan hozunk létre új szavakat. Ezeknek nagyobb részét teljesen új kategóriák elnevezésére használjuk – ilyen például a 2010-ben napvilágot látott *filter bubble*, amely a személyre szabott internetes hirdetések elterjedésével került szélesebb körű használatba (Benczes, 2013). A COVID-világjárvány, főképpen a karantén idején megjelent neologizmusok, új szavaink „speciálisan” a betegséggel, fertőzéssel kapcsolatos félelmeink miatt születtek, a járványra reagálva. Előtérbe kerültek a humoros, vidám kifejezések, melyek segítségével tompítani igyekeztünk azt a szorongást, amit ebben az időszakban átéltünk. Ez vonatkozik a magyar és nemzetközi példákra egyaránt. A magyar és idegen nyelvű kifejezések alkotásának módja is hasonlóságot mutat az általam vizsgált „COVID-szavak” esetében.

Gyakoriak a játékos összetett szavak: *elgyőrfipalisodott*, *covidiot*, *karantanya*, *vizespalacksúlyzó*, *Winterspeck*, *Coronaspeck*, *snotterschaamte*. Megfigyelhető, hogy főképpen összetett főnevek és jelzők jelentek meg, új igék képzése kevésbé volt jellemző (pl. a németben: *hamsteren* vagy a magyar *onlinekocsmázni*). Különösen a nemzetközi nyelvhasználatban figyelhető meg, hogy gyakran beemeltük szókincsünkbe a szakmai, orvosi szakkifejezéseket is: *social distancing*, *super-spreader*, *flattening the curve*, *incubation period*.

Összességében megállapítható, hogy minden nyelv gazdagodott új, speciálisan a COVID-időszakot idéző szavakkal, és elsősorban olyan játékos kifejezésekkel, melyek – nagy valószínűséggel – a jövőben nem, vagy csak részben maradnak használatosak hétköznapi nyelvhasználatunkban. Úgy tűnik, a COVID-szavak nagy valószínűséggel egy, a járványt átélő generáció, a COVID-generációt összekötő kifejezések maradnak.

COVID-generáció

A COVID-19 járvány kohorszélményként köti össze azokat, akik ezt a krízis-időszakot megélték, olyan közös gondolataik, aggályaik, problémáik vannak, ami nyelvhasználatuk tekintetében is összeköti őket. Vonatkozik ez a fiatal és az idősebb korosztályra egyaránt. A kohorszélmény jó kifejeződése lehet egy irodalmi mű, zenei stílus, politikai-történelmi esemény, vagy akár egy filmélmény. A kiemelkedő kohorszélmények az egyes generációk világnézetét az egész további életükre vonatkozóan megalapozzák (Törőcsik, 2011).

A „karanténlét” idején az internet segítségével tudtuk tartani egymással a kapcsolatot, az online tér amolyan mentőövvé vált emberek milliói számára, lehetővé téve azt is, hogy virtuális rendezvényeken, jógaórákon, aerobikon, digitális partikon vegyenek részt. A válság hatására kb. 2033-ra számíthatunk a „*coronababies*”-hullám, a karantén-generáció megjelenésére, és ez a jelenség szintén a COVID-időszakra emlékeztet majd bennünket (Bilefsky, 2020).

A COVID 19-kohorszélmény meghatározó, mindannyiunkat összekötő szimbóluma a szájmazsk. Számos vállalat, szervezet reagált a maszkok iránt megnövekedett keresletre. A Zarát is tulajdonló Inditex cégcsoport minden eszközével a spanyol egészségügyet támogatta ebben a nehéz időszakban. A spanyol Mango 2 millió maszkkal járult hozzá a védekezéshez, a svéd H&M bejelentette, hogy az EU-val egyeztetve a teljes beszerzési, gyártási és logisztikai kapacitását beveti a küzdelembe. Segített az egészségügynek többek között az Armani Group, a Brandon Maxwell, a Coty, a Salvatore Ferragamo, a Prada, Prabal Gurung, az Estée Lauder. Magyarországon beszállt a maszk-projektbe az Operaház és a Katona József Színház is. Varrodájukban szájmazsokot készítettek jelmezek helyett. A Győri Nemzeti Színház a Petz Aladár Megyei Oktató Kórház részére bocsátott rendelkezésre 800 db textilmaszkot, amit az ideiglenesen szünetelő színház két varrodájának kollégái otthoni munkavégzésben, home office-ban készítettek el (Lakatos, 2020).

Figyelemre méltó a Néprajzi Múzeum *#karanténtárgyak* név alatt 2020 áprilisában indított online gyűjtőkampánya, amelynek célja az volt, hogy megőrizzük a COVID-vírussal

kapcsolatos közös emlékeinket. Az emberek itt tárgyakkal dokumentálják a koronavírus miatt megváltozott hétköznapokat, és akár száz év múlva is megtekinthető, hogy milyen volt a járvány ideje alatt Magyarországon élni. A múzeum felhívása szerint karanténtárgy lehet bármi, ami kifejezi a karanténnal kapcsolatos érzéseinket, gondolatainkat (Kovács, 2020).

A kohorszélmények közé tartoznak a koronavírus-járvány hatására születő új szavak, kifejezések is, melyek a közös nyelvhasználatot tették lehetővé ebben a nehéz időszakban.

Konklúzió

A COVID-19 világjárvány markáns változásokat hozott életünk minden területén. A gazdaságban, kereskedelemben, a közintézményekben és az oktatásban olyan új kihívásokat generált, amelyekre gyorsan és hatékonyan kellett reagálni. Azok a vállalatok, oktatási intézmények tudtak a megváltozott körülményekhez hatékonyan és eredményesen alkalmazkodni, amelyek – a digitalizáció irányába tudtak sikeresen elmozdulni.

A megváltozott életkörülmények világviszonylatban lecsapódtak nyelvhasználatunkban is. Új szavak, főképpen humoros, játékos, vidám kifejezések jelentek meg nyelvünkben, melyek segítségével a szorongást, a bezártságból adódó kellemetlen életérzést, a betegségtől való félelmünket próbáltuk enyhíteni. A „COVID-19 szavaink” kohorszélményként kötik össze az új COVID-generációt, és színesítik nyelvünket.

Hivatkozások

- Balla, I. (2020): *Ahol eleve hatékonyabb az iskola, ott jobban működik a távoktatás is – interjú Csapó Benővel.* https://hvg.hu/elet/20200616_CsapoBeno_interju
- Bedő, I. (2020): *Itt a karanténkora, úton lehet már a koronabébi, ne legyünk covidinkák és óvakodjunk a köpörémtől.* https://hvg.hu/tudomany/20200501_karanten_nyelv_veszelszki_agnes_koronavirus
- Benczes, R. (2013): Nem csupán nyelvi játék: az alliteráció és a rím szerepe az angol szóképzésben. In: Nóra Kugler, N. – Laczkó, K. – Tátrai, Sz. (eds.): *Tanulmánykötet Tolcsvai Nagy Gábor 60. születésnapjára*, Tinta Könyvkiadó: Budapest. 237–50
- Bilefsky D. – Yeginsu, C. (2020): *Of 'Covidivorces' and 'Coronababies': Life During a Lockdown.* <https://www.nytimes.com/2020/03/27/world/coronavirus-lockdown-relationships.html>
- Bodnár, Zs. (2020): *A szótárakat is rekordgyorsasággal írja át a koronavírus.* <https://qubit.hu/2020/04/14/a-szotarokat-is-rekordgyorsasaggal-irja-at-a-koronavirus>
- Bódogh, G. (2020): *Digitális tanrendről vallottak a szülők: feladatkiosztás van, valódi tanítás nincs.* <https://www.hellovidek.hu/csalad/2020/04/30/digitalis-tanrendrol-vallottak-a-szulo-k-feladatkiosztas-van-valodi-tanitas>
- Czeglédi, F. (2020): *Amit a karantén nélkül nem tudtunk volna meg.* https://hvg.hu/elet/20200524_Amit_a_karanten_nelkul_nem_tudtunk_volna_meg
- Kovács, M. D. (2020): *Önök melyik tárgy fog eszébe jutni évek múlva is a járványról?* https://index.hu/tkultura/2020/04/16/neprajzi_muzeum_koronavirus_jarvany_online_gyujtokampany/
- Lakatos, M. (2020): *Korona sikk - Túlélés a divatiparban.* https://markandmore.hu/2020/03/25/a_divatipar_az_egeszegugy_szolgalataban
- McKinsey (2020): *COVID-19: Visualizing the impact of an invisible threat*, Online elérhető: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/coronavirus-leading-through-the-crisis/covid-19-visualizing-the-impact-of-an-invisible-threat>
- Maruzsa, Z. (2020): *Szeptemberben a tantermekben kezdődik az új tanév.* <https://infostart.hu/interju/2020/06/15/maruzsa-zoltan-szeptemberben-a-tantermekben-kezdodik-a-az-uj-tanev>
- Pais E. R. (2013): *Alapvetések a Z generáció tudomány-kommunikációjához.* Pécsi Tudományegyetem: Pécs
- Törőcsik, M. (2011): *Fogyasztói magatartás - insigh, trendek, vásárlók.* Akadémiai Kiadó: Budapest
- Vajna T. (2020): *Az aperitif törzstől a vécepapír-bűnözésig: megjelent a magyar karanténszótár.* <https://qubit.hu/2020/07/17/az-aperitif-torzstol-a-vecepapir-bunozesig-megjelent-a-magyar-karantenszotar>
- Veszelszki Á. (2020): *Karanténszótár. Virális tartalom.* Interkulturális Kutatások Kft.: Budapest. Online elérhető. <https://www.uni-corvinus.hu/hir/fotelvirologus-es-covidinka/>

Internetes hivatkozások

<https://www.absatzwirtschaft.de/livestreaming-bringt-den-laden-zum-konsumenten-172638/>

<https://www.dw.com/de/coronavirus-trifft-weltweiten-tourismus-hart/a-52612136>

https://hvg.hu/tudomany/20200501_karanten_nyelv_veszelszki_agnes

<https://www.ipsos.com/hu-hu/elerheto-valsag-hatasait-fogyasztoi-szemponthol-vizsgalo-kutatassorozat-első-heti-riportja>

<https://magyarnarancs.hu/sorkoz/legalabb-negyszaz-uj-szot-es-kifejezest-ihletett-a-koronavirus-jarvany-131551>

<https://stylers.hu/a-vallalati-digitalis-transzformacio-nyomaban/>

<https://qubit.hu/2020/04/14/a-szotarakat-is-rekordgyorsasaggal-irja-at-a-koronavirus>