

Е. Ю. Ваганова, Г. П. Кофанова

ЗАИМСТВОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОНЦЕПТОВ В УСЛОВИЯХ СИНТЕЗА СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Поступила в редакцию 07.07.2022 г.

Рецензия от 27.07.2022 г.

44

Изучаются особенности заимствования слов-концептов дискурсивного поля «Экологичность». На примерах из немецкоязычных СМИ описываются процессы вхождения новых слов в немецкий язык и характер их функционирования в медийном дискурсе 2019 – 2022 гг. Актуальность исследования заключается в выявлении и описании при помощи контекстуального дискурсивного анализа новых глобальных концептов, функционирующих в синтетической коммуникационной среде с целью обмена информацией в публичном поле. Целью исследования стало выявление и описание некоторых новых концептов, заимствованных из иноязычных языковых культур в немецкий язык, а также поиск наиболее значимых языковых ассоциаций в немецкоязычных СМИ для выявления ценностной характеристики новых концептов.

The article considers specifications of word-concept borrowing in the discourse field "Environmental friendliness". On the examples from German-language media the article describes the processes of new words' access to the German language and the nature of their functioning in the media discourse 2019 – 2022. The relevance of this study is to identify and describe, through contextual discourse analysis, new global concepts that function in a synthetic communication space with the view to exchanging information in the public space. The study aims to identify and describe some new concepts German borrowed from foreign cultures and to search the most significant linguistic associations in German-speaking media in order to identify the valuable of the new concepts.

Ключевые слова: заимствование концептов, неологизмы, окказионализмы, манипуляция, социальные сети, СМИ

Keywords: concept borrowing, neologisms, occasional neologisms, manipulation, social media, media

Одной из основных особенностей современной глобальной коммуникации является тесное переплетение социальных сетей и СМИ. Манипуляция общественным мнением, формирование и выражение социальной позиции, отражение общественных настроений — все эти типичные функции СМИ, отточенные и сформированные веками, — усиливаются в настоящее время параллельным давлением социальных сетей с их мощным потенциалом рационального и суггестивного влияния на реципиентов.



Исследование современного немецкоязычного медиадискурса показало, что процесс вхождения нового концепта из одного языка в другие в современном мире ускорился благодаря синтезу СМИ и социальных сетей (таких как «Твиттер»). Переход от этноспецифичного типа концепта, который отличается сложностью перевода на другие языки, к антропоцентрическому, понятному без дополнительного пояснения [4], осуществляется по мере накопления языковых ассоциаций и зависит от эффективности продвижения идеи, составляющей ядро концепта, в социальных сетях.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных лингвистов из области неологии и когнитивной лингвистики [1–8]. Необходимость описания новых и сверхновых концептов обусловлена тем, что в них, по точному выражению О.В. Олейник и О.Л. Уткиной, «конденсируются объемные смыслы», которые «осуществляют... интерпретацию действительности на концептуальном уровне» [8, с. 318].

В основу нашей работы лег также тезис о том, что концепт «выражает не только совокупность признаков объекта, но и те представления, знания, ассоциации, переживания, которые с ним связаны» [3, с. 591–592]. Список базовых характеристик концепта, предложенный Г.А. Крюковой, включает ценностную характеристику. В своем исследовании, посвященном определению сущности концепта, она называет концепты «ключевыми номинациями фактов культуры», которые «на ментальном уровне оцениваются как *хорошо, плохо, интересно, страшно, весело* и т.д.» [6, с. 132]. Таким образом, изучение новых заимствованных концептов целесообразно проводить в рамках дискурсивного анализа.

Объектом исследования были выбраны иноязычные заимствованные слова-концепты 2019–2022 гг., имеющие разную смысловую и стилистическую нагрузку – от вербализации нового концепта до создания экспрессивности в виртуальной полемике. В современной лингвистике определения и классификации неологизмов постоянно уточняются [1; 2]. При этом акцент неизменно делается на том, что современные СМИ являются «популяризатором заимствований, реализуя, таким образом, функцию речевой интеллектуализации» [2, с. 22].

Материалом исследования послужили тексты немецкоязычных СМИ «Die Welt» и «Die Zeit». Для исследования ассоциативных связей заимствованных концептов необходимо обрисовать контекст их употребления, а именно напомнить о том, что информационная газета «Die Welt» ежедневно публикует большое количество аналитических материалов и пользуется популярностью в консервативных кругах Германии. Ежедневная газета «Die Zeit» придерживается более либеральных позиций, выходит большим тиражом и занимает свою нишу в Германии уже много десятилетий. Обе газеты имеют свои приложения для мобильного пользования и доступны во всех популярных в Германии социальных сетях.

Формирование концептов «Стыд за полет» и «Сверхтуризм»

Одним из наиболее интересных концептов, который заимствован из шведского, а не традиционно из английского языка, является концепт «Стыд за полет» – *flygskam* (швед.), *Flugscham* (нем.). Слово *die Flugscham*



уже зафиксировано в орфографическом словаре немецкого языка Duden, где его значение объясняется как «ощущение угрызений совести от причинения ущерба экологическому равновесию нашей планеты при выборе самолета как средства для совершения путешествий» [19]. В социальных сетях слово имеет отрицательную коннотацию и маркируется соответствующими значками.

История возникновения концепта «Стыд за полет», который благодаря социальным сетям очень быстро распространился в благополучных индустриально развитых странах, такова. Он появился и сформировался в Швеции, откуда, как известно, уже давно дует «зеленый ветер перемен». Слово было обнаружено Шведским языковым советом в ежедневной газете «Svenska Dagbladet» и зарегистрировано 14 марта 2018 г. как новая лексическая единица шведского языка. В 2020 г. слово включено в орфографический словарь немецкого языка Duden.

Идея, вокруг которой строится ядро концепта «Стыд за полет», появилась задолго до лингвистического оформления концепта. Экологическое движение против полетов на короткие расстояния, наряду с другими объективными экономическими причинами, привело к ощутимым снижениям показателей доходности авиакомпаний в Швеции, а затем и в Германии. В статье 2019 г. в газете «Die Welt» находим следующее употребление концепта «Стыд за полет»:

In Schweden ist der Trend sinkender Passagierzahlen bereits da. Nun scheint er auch Deutschland erreicht zu haben – zumindest bei Kurzstreckenflügen. Der Flughafenverband ADV sieht dafür aber andere Gründe als die sogenannte Flugscham [9].

Само понятие «Стыд за полет» в немецкой газете уже никак не поясняется, так как вошло в лексический фонд языка. В русском языке этот концепт еще не был заимствован, поэтому налицо трудность перевода слова.

В 2021 г. в ироничной статье колумниста «Die Zeit» под названием «Flugcharme» находим следующее употребление этого слова:

Neulich habe ich zum ersten Mal seit Beginn der Corona-Pandemie das Land verlassen, es ging in den Süden Portugals. Ich hatte ein kleines bisschen Flugscham – das schlechte Gewissen eines Großstädtlers, der selbstverständlich versteht, dass Fliegen klimatechnisch keine Zukunft hat [10].

Автор статьи вводит объяснение понятия, имеющее, однако, явно выраженную функцию демонстрации иронии. На это указывает также языковая игра противопоставления заголовка и ключевого слова статьи: *Flugcharme* (очарование полета) и *Flugscham* (стыд полета) [10].

Ироничное значение получает и новый глагол *sich flugschämen* в статье «Der dumme Weltbürger» («Глупый гражданин мира») из газеты «Die Zeit»:

Kerosinsteuer, CO2-Steuer, Klimaprämie, Deckelung von Flugreisen – da sind ja auch Ideen in der Verlosung. Aber ein kultureller Wandel, den eine Gesellschaft wirklich mitträgt, kann nicht verordnet werden. Und darauf zu setzen, dass man den Leuten ein schlechtes Gewissen machen kann – Flugschämt euch! –, könnte sauber nach hinten losgehen [11].



Примечательно, что у концепта «Стыд за полет» появился антиконцепт «Гордость от поездки на поезде», который также был заимствован из шведского языка (*tagskryt*) и переведен на немецкий (*Zugstolz*) [12]. Это новое слово имеет ярко выраженную положительную коннотацию в социальных сетях, но довольно иронично обсуждается в СМИ. Подчеркивается, что его употребление приравнивается к идентификации себя с состоятельным средним классом, который имеет достаточно денег и времени, чтобы ездить в отпуск на поезде.

В немецких СМИ появилось и соответствующее наречие – *zugstolz* ‘с гордостью от поездки на поезде’. Например: «Ein gelungenes Leben balanciert Empathie und Eigennutz. Das heißt konkret: Ich setze mich zugstolz in die Bahn und unverschämt ins Flugzeug. Ersteres so oft es geht, Letzteres nur, wenn es sich nicht vermeiden lässt» [12].

Перейдем к описанию примеров из сферы экотуризма. Здесь возник новый концепт – «Избыточный туризм» или «Сверхтуризм», в ядре которого лежит идея ответственности туристов за неизбежный ущерб от массового посещения в высокий сезон наиболее популярных городов, достопримечательностей, пляжей и природных парков. В русском языке в академическом контексте можно констатировать соответствующие лексические единицы *сверхтуризм*, *овертуризм* и даже странное слово *перетурнизм* у блогеров.

Понятие заимствовано в немецкий язык из английского и зафиксировано в орфографическом словаре немецкого языка Duden, при этом форма английского слова была калькирована: *der Übertourismus*. В контексте статей о туризме в официальных СМИ используется, однако, англоязычный вариант, при этом неологизм маркируется кавычками, поясняется вводными предложениями, выводится курсивом.

...Gleichzeitig lehren uns Bürgerinitiativen gegen den „Overtourism“ wie zum Beispiel in Barcelona oder Amsterdam... [13];

...Overtourism, also die Überfüllung von Orten... [13].

Продолжая тему англоязычных заимствований, отметим, что заимствуется некоторая идея, образующая ядро нового концепта. Поскольку тексты СМИ призваны молниеносно реагировать на общественные движения, отображать динамику повседневной жизни и схватывать новейшие настроения и тенденции современности, то новые концепты сразу попадают в немецкоязычную языковую среду в исходной англоязычной форме, не подвергаясь дословному переводу или калькированию. В текстах статей такие сверхновые лексические единицы выделяются курсивом, кавычками и сопровождаются описанием заимствованного понятия вводными предложениями.

Идея равенства и концепт «Культура отмены»

Далее остановимся на двух интересных словах-концептах из области социологии. В немецкоязычных СМИ были обнаружены англоязычные заимствования, в разной степени адаптированные к грамматическому и синтаксическому строю немецкого языка. К ним относятся концепт «Культура отмены» и соответствующие лексические единицы: *Cancel*



Culture, canceln, gecancel. Следует также отметить не менее актуальный, хотя и не новый уже концепт, отражающий общественную активность и бдительность по отношению к расовой или гендерной дискриминации: «Неспящий» – *Woke*. Ядро этого концепта составляет идея активного сопротивления расовой дискриминации, которая может быть описана как «будь бдителен!», «чувствовать себя приверженцем борьбы за расовую справедливость» [19].

Концепт «Культура отмены» включает в свое ассоциативное поле многочисленные медийные скандалы, массовое осуждение словом и делом сексуального насилия, расовой дискриминации. Идея, которая образует ядро концепта, направлена против проявления расизма и гендерного неуважения, например в форме трансфобии (громкие скандалы вокруг Харви Вайнштейна, Джоан Роулинг). Акции «отмены» сопровождались многочисленными флешмобами, например #MeToo, а также мемами, такими как STAY WOKE, и были активно включены в медийную повестку. Изучение концепта «Культура отмены» видится чрезвычайно актуальным, поскольку он охватывает своей ассоциативно-понятийной сетью новое социальное явление, которое постепенно расплзается по планете и представляет собой сложную политическую технологию манипуляции общественным мнением. Серьезность проблемы была замечена журналистами, что и отразилось в серии публикаций СМИ.

Для быстрого понимания содержания статьи, включающей такие заимствования, необходима медийная компетентность реципиента, то есть его вовлеченность в контекст социальных сетей на уровне «уверенного пользователя». Для остальных читателей СМИ в статьях предусмотрены комментарии, поясняющие суть заимствованного концепта. Например:

...Seit Monaten geistert der Begriff "Cancel Culture" durch unsere Debatten. Gemeint ist damit: Angeblich manipulieren linke Kulturkämpfer unsere Öffentlichkeit, damit missliebige Personen und Meinungen keine Bühne mehr bekommen [14].

В ассоциативном поле концепта зафиксирована негативно-окрашенная лексика военного дискурса или даже стилистика фильма ужасов. Так, например, глаголы, передающие действие «отмены» неугодного человека или социального института, подчеркивают направленную на него агрессию: *angreifen, bekämpfen*. Иногда агрессия кажется скрытой, ползучей, подлой – *manipulieren*. Сама «Культура отмены» бродит как призрак в социальных сетях: *der Begriff der Cancel Culture geistert*. Субъектами действия «отмены» выступают *Kulturkämpfer*, то есть определенные общественные движения за гендерное равенство, расовую справедливость, против любого вида дискриминации и т.д. Само по себе слово *Kulturkämpfer* является окказионализмом автора статьи, тогда как лексема *Kulturkampf* зарегистрирована и описана в словаре Duden. Концепт, возникший в XIX в. как европейское явление, с течением времени, трансформируясь, стал глобально значимым и представляет, на наш взгляд, большой интерес для отдельного изучения в рамках социолингвистики. Субъектами «культуры отмены» становятся также все заинтересованные участники социальных сетей, выступающие как одна действенная



и сплоченная коллективная цензура (*kollektive Zensur*). Объектами «отмены» могут оказаться неугодные люди (*missliebige Personen*), неправильно думающие индивиды (*Falschmeinende*) или целые культуры.

Эмоциональный фон, на котором разворачивается социально-политическое явление «культура отмены», выражается словами военного лексического поля, а именно окказионализмами саркастического характера. Например: «межплеменные войны» (межпартийные, политические) — *Stammeskriege*, «возмущенная толкотня» (обличителей) — *das Empörungsgestöße der Cancel Culture*, «террор добродетели» — *Tugendterror*. Последний из окказионализмов является еще одним интересным концептом современности. Он возник в 2014 г. и отражает рефлекссию интеллигентов Германии по поводу свободы мнения в стране.

Силую тематику поддерживают такие слова и словосочетания, как «самопровозглашенная полиция нравов» — *eine selbst ernannte Moralpolizei*, «стереотипное мышление» — *das Lagerdenken*, «неэффективные дебаты в формате “друг или враг”» — *dysfunktionale Debatten im Freund/Feind-Modus*, «потерпеть поражение» — *Niederlage erleiden*, «идеи не бесспорны» — *die Ideen sind nicht unangefochten*. С концептом «Культура отмены» в статьях СМИ ассоциируется тревожная атмосфера потенциальной опасности: *eine Warnung, eine Risikozone*.

В ассоциативном поле концепта «Культура отмены» следует отметить также лексику из семантических полей «насилие» и «унижение». Активное насилие в виде осуждения многократно суммируется действиями пользователей по виртуальной «отмене» неугодного человека или института в социальных сетях, например в «Твиттере». В этой связи можно выделить следующие примеры: «примитивное удовольствие от унижения других людей» — *primitiver Spaß an der Demütigung von Mitmenschen*, «вопли о бойкоте или социальном уничтожении» — *nach Boykott oder sozialer Vernichtung schreien*. Концепт «Культура отмены» имеет семантические связи с множеством возникших ранее технологий манипуляции общественным мнением в социальных сетях, в числе которых следует назвать «забрасывание нечистотами» — *globale Shitstorms*. В словаре Duden этот концепт зафиксирован с 2013 г. и определяется как «Атака негодования с элементами насилия в социальных сетях». В этом же лексическом поле «Насилие» выступает глагол *drängen zu* в контексте принуждения к публичным извинениям, отменам концертов и увольнению по собственному желанию [15–18].

Тема военной агрессии в ассоциативном поле концепта «Культура отмены» обострилась в контексте политических событий 2022 г. и переклочилась с активного отрицания отдельных «провинившихся» медийных персон в формат «отмены» культуры по национальному признаку. У концепта «Культура отмены» зафиксировано ассоциативное дискурсивное поле «культура как война», например: *Krieg als Kulturkampf, Musik und Romane als Waffen, eine gefährliche Strategie, brutaler Verhältnis zwischen Politik und Kunst, Boykott russischer Künstler, Ausschluss russischer Künstler, Bücherverbrennung*.

Налицо извращение идеи, которая образовала ядро концепта «Культура отмены». Движение перестало быть стремлением к толерантности, а превратилось в борьбу с инакомыслием. В связи с этим уместно проци-



тировать российского президента В. В. Путина по материалу немецкой же статьи из газеты «Die Welt»: „Aus der sprichwörtlichen Cancel Culture“, so Putin, „ist ein Cancellen der Kultur geworden“ — «Пресловутая “культура отмены” превратилась в “отмену культуры”» [18]. Высказывание российского президента афористично по форме и по остроте содержания. То есть сама идея, положенная в основу социальной борьбы за равенство и справедливость, выворачивается наизнанку.

Условием существования феномена «культура отмены» является наличие современных социальных сетей, которые в статьях СМИ ассоциируются с «машиной по формированию идентичности» (*Identitätsmaschine*). Акт «отмены» происходит благодаря «сплоченным» действиям пользователей-единомышленников, обеспечивающим массовые публикации постов, репосты и лайки. Таким образом, глагол *canceln* обнаруживает свою перформативную модальность «Postings als Performance» [18].

Выводы

Подводя итоги исследования некоторых современных заимствованных концептов в немецкоязычных СМИ, следует отметить, что в социальных сетях появляются новые концепты, которые благодаря различным эффективным технологиям быстрой коммуникации (хэштеги, лайки, значки и т.п.) быстро распространяются по Сети. Существует и обратный процесс, когда новый концепт вербализуется в текстах СМИ в виде окказионализма журналиста или невольного словотворчества героя интервью с целью экспрессивного выделения фрагмента речи и/или заполнения языковой лакуны. Затем этот концепт появляется в социальных сетях и начинает свое победное шествие по планете.

В данном исследовании основной корпус примеров был сосредоточен в области модной тематики «зеленого образа жизни», иными словами, «экологичности»: разумного потребления, повышенного внимания к индивидуальному экологическому следу и способам его уменьшения. Постепенно ассоциативное поле концепта «зеленый образ жизни» сместились с необходимости охраны окружающей среды на стиль межкультурной и межличностной коммуникации. Таким образом, в круг наших интересов попала дихотомия «токсичное — нетоксичное поведение» по отношению к себе и окружающим, проблема буллинга и прочие реалии современности в этом ключе. Изменение образа жизни в сторону «зеленого поведения», корректировка морально-нравственных ценностей, синтез индивидуальной и коллективной ответственности целого поколения за экологическую ситуацию на планете, объединение нового поколения вокруг идеи спасения мира путем разумного потребления и осознание сопричастности к глобальной миссии — все это стало причинами возникновения, продвижения и заимствования новых концептов.

Список литературы

1. Аккуратова И. Б. Особенности неологизации в период пандемии в немецком языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. №10. С. 3080 — 3085.



2. *Алевизаки О.Р., Касперова Л.Т., Славкин В.В.* Неологизмы в качественной прессе 2020 года // Новые слова и словари новых слов. 2020 : сб. ст. СПб., 2020. С. 22–27.

3. *Аранова Г.У.* Концепт, понятие и значение слова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. №1-4. С. 591–593. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=8612> (дата обращения: 31.03.2022).

4. *Джиоева А.А.* Антропоцентризм и этноцентризм языков и культур в области современной науки // Вестник РУДН. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. №1. С. 49–56.

5. *Кожевников А.Ю., Ридецкая Ю.С.* От социальной дистанции до удаленки: к проблеме лексической миграции и семантической динамики в русском языке 2020 г. // Новые слова и словари новых слов. 2020 : сб. ст. СПб., 2020. С. 84–98.

6. *Крюкова Г.А.* Концепт. Определение объема содержания понятия // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №59. С. 128–135.

7. *Нефедова Л.А.* Прямое заимствование и калька как средства языковой презентации заимствованного концепта (на примере фразеологических концептов *First Lady / первая леди* в немецком и русском языках) // Язык и культура. 2018. №42. С. 118–135.

8. *Олейник О.В., Уткина О.Л.* Процесс заимствования с когнитивной точки зрения (на материале немецких и английских СМИ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. №5. С. 315–319.

9. *Klimaschutz: Die Flugscham erreicht Deutschland* // Die Welt. 2019. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/article204450242/Klimaschutz-Die-Flugscham-erreicht-Deutschland.html> (дата обращения: 14.04.2022)

10. *Flugcharme* // Die Zeit. 2021. URL: <https://www.zeit.de/2021/37/reisen-klimaschutz-corona-flughafen-reisen-verkehrswende-nostalgie> (дата обращения: 14.04.2022).

11. *Der dumme Weltbürger* // Die Zeit. 2019. URL: <https://www.zeit.de/entdecken/reisen/2019-05/flugscham-fliegen-reisen-umwelt-oekologisch-co2/seite-3> (дата обращения: 14.04.2022).

12. *Nach uns die Schiene* // Die Zeit. 2019. URL: <https://www.zeit.de/entdecken/reisen/2019-08/zugstolz-flugscham-klima-bahn-flugzeug-reise/seite-3> (дата обращения: 14.04.2022).

13. *Epoche der Globetrottel* // Die Welt. 2019. URL: <https://www.welt.de/reise/nah/plus195489965/Tourismus-Wir-reisen-die-Welt-kaputt-Die-Epoche-der-Globetrottel.html> (дата обращения: 14.04.2022).

14. *Die Uni ist eine Risikozone* // Die Zeit. 2021. URL: <https://www.zeit.de/2021/43/cancel-culture-wissenschaftsfreiheit-hochschulen-klimaforschung-political-correctness-generationenkonflikt> (дата обращения: 14.04.2022).

15. *Kollektive Zensur* // Die Zeit. 2020. URL: <https://www.zeit.de/2020/34/cancel-culture-zensur-usa-meinungsfreiheit-debattenkultur> (дата обращения: 14.04.2022).

16. *Cancel uns endlich!* // Die Zeit. 2020. URL: <https://www.zeit.de/kultur/2020-09/cancel-culture-meinungsfreiheit-feuilleton-podcast> (дата обращения: 14.04.2022).

17. *Das Problematische ist die Demütigung von Mitmenschen* // Die Welt. 2020. URL: <https://www.welt.de/kultur/plus214267716/Cancel-Culture-Social-Media-Das-Problematische-ist-die-Demuetigung-von-Mitmenschen.html> (дата обращения: 14.04.2022).



18. *Putins Nervenkrieg* // Die Welt. 2022. URL: <https://www.welt.de/kultur/plus237938815/Kulturkampf-Putins-Nervenkrieg.html> (дата обращения: 14.04.2022).

19. Duden : [онлайн-словарь]. URL: <https://www.duden.de> (дата обращения: 14.04.2022).

Об авторах

Екатерина Юрьевна Ваганова — канд. филол. наук, доц., Калининградский государственный технический университет, Россия.

E-mail: ekaterina.vaganova@klgtu.ru

Галина Петровна Кофанова — канд. филол. наук, доц., Калининградский государственный технический университет, Россия.

E-mail: galina.kofanova@klgtu.ru

The authors

Dr Ekaterina Yu. Vaganova, Associate Professor, Kaliningrad State Technical University, Russia.

E-mail: ekaterina.vaganova@klgtu.ru

Dr Galina P. Kofanova, Associate Professor, Kaliningrad State Technical University, Russia.

E-mail: galina.kofanova@klgtu.ru