

СЛОВО ГОДА КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ОБЩЕСТВЕ

Желуденко М.А., Сабитова А.П.

Национальный авиационный университет, г. Киев

С 1972 года экспертный совет, в состав которого входят лингвисты, филологи и писатели, при поддержке Общества немецкого языка (Gesellschaft für die deutsche Sprache) путем опроса общественного мнения выбирает слово года (Wort des Jahres) [1].

Инициатива «Слово года» ярко отображает политические, экономические и социальные проблемы, вызвавшие наибольший резонанс в релевантном году в медиа-пространстве. Появление такого явления, как «слово года», связано с возрастающей ролью информационных ресурсов в формировании общественного сознания.

Интерес общества к языковым новациям можно объяснить желанием понять не только явные и скрытые социальные изменения на уровне языка, но и объяснить происходящее с помощью метаязыковой рефлексии. «То, как мы говорим, определяет то, как мы живем. А подобные конкурсы помогают обществу понять, где оно находится в данный момент, откуда идет и, главное, куда», – считает известный филолог Михаил Эпштейн [3].

Материалы проекта «Слово года» являются особо ценными для лингвистов по нескольким причинам. Во-первых, они насыщены информативно с точки зрения лексикографии, поскольку дают возможность точной датировки лексических нововведений и пополнения активного словаря новой лексикой. Во-вторых, по ним можно с определенной степенью вероятности реконструировать изменения языковой картины мира, произошедшие в массовом сознании за определенный промежуток времени.

«Слово года» – это взгляд на языковую жизнь социума в рамках одного календарного года. По словам-победителям можно судить об атмосфере определенного времени, о духе времени (Zeitgeist). Научный сотрудник факультета перевода, языкознания и культурологии в Университете Иоганна Гуттенберга доктор Вальтер Штефан считает, что «слово года» отражает настроение и актуальные проблемы современного общества в целом и молодежи как специфической социальной группы. Он называет такие критерии отбора «слов года»:

- отражение действительности;
- актуальность (с точки зрения содержательности, а не частоты употребления);
- языковая оригинальность.

Словом года 2017 года в Германии стала фраза «Ямайки не будет» (Jamaika-Aus) [1]. По мнению ученого-языковеда Петера Шлобински, выбор 2017 года имеет политическую окраску и отражает сложности формирования нового правительства после выборов в Бундестаг, прошедшие в сентябре прошлого года. «Jamaika-Aus» (Ямайки не будет) – аллюзия на политический кризис в стране, вызванный отказом либералов от дальнейших переговоров с «правыми» и «зелеными» по вопросам формирования коалиции. Сочетание цветов партий напоминает национальный флаг Ямайки, однако единению политических сил не суждено воплотиться в жизнь, что и выражает словосочетание «Ямайки не будет».

Второе место в рейтинге слов 2017 присуждено словосочетанию «Ehe für alle» (брак для всех). Данное выражение акцентирует внимание на легализации однополых браков в Германии. Третью строчку занял хэштег «#MeToo» (#ятоже), который сопровождает кампанию борьбы против сексуальных домогательств и является ярким примером «хэштегизации».

Молодежное «слово года 2017» – языковая единица, которая получила признание среди молодежного сообщества и стала своеобразным лингвистическим символом.

Молодежным словом 2017 (Jugendwort des Jahres) стало "I bims". Это почти до неузнаваемости измененное "Ich bin's", что переводится с немецкого как «это я». С точки зрения лингвистики "I bims" – это специально искаженное выражение, образовавшееся в результате заимствования из английского языка и сокращения. Подобные слова очень распространены в немецком интернет-пространстве, особенно в социальных сетях, вследствие чего успешно ассимилируются в молодежной языковой среде. Стремление к упрощению, характерное для молодежного сленга, приводит к неграмотному сокращению, но не мешает словосочетанию плотно войти в быт и завоевать титул «слова года 2017».

Анализ «слов года» показал, что острые социальные проблемы находят отклик в языке, трансформируют и придают новую стилистическую окраску привычным речевым компетенциям. Таким образом, самые популярные слова года являются маркером наиболее значимых явлений общественной жизни в рамках конкретной лингвокультуры. Если слово 2017 года в Германии (Wort des Jahres) в целом акцентирует внимание на социально-политических аспектах развития немецкого общества, то его молодежный аналог (Jugendwort des Jahres) указывает на ценностные ориентиры современной немецкой молодежи, образ жизни и актуальные проблемы. Ведь для этой социальной группы ценностные ориентиры отличаются от общегражданских, однако высокая активность на мировой политико-социальной арене и творческий потенциал приводят к появлению новых понятий и, соответственно, новых слов, которые носят наднациональный, глобалистический характер.

Рассмотренные нами выше слова-победители 2017 года максимально часто использовались для описания социальных и политических проблем в

немецкоязычном медиа-дискурсе, и свидетельствуют о высокой политизированности современного медиа-пространства и равнодушие к актуальным социальным проблемам. Новая лексика, как индикатор общественной жизни, может быть объектом исследования филологов, социологов, историков, писателей, философов, психологов, поскольку объективно отражает тенденции социального развития и ценностных установок разных возрастных и социальных групп.

Литература

1. Wort des Jahres 2017 GfdS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gfds.de/aktionen/wort-des-jahres/>
2. Эпштейн М. Слово как произведение: о жанре однослова // Новый мир, 2009, №9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nm1925.ru/Archive/Journal6_2000_9/Content/Publication6_4281/Default.aspx \
3. Jugendwort des Jahres 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.langenscheidt.de/Pressemeldungen/Start-des-Votings-zum-Jugendwort-2017>