

RU

Герои будней, грешники и шерифы. Образные номинации лица как средство реализации манипулятивной номинативной стратегии в дискурсе СМИ (на материале немецкого языка 2020-2023 гг.)

Нефедова Л. А.

Аннотация. Цель данного исследования – выявить в немецком языке СМИ Германии, Австрии и немецкоязычной Швейцарии 2020–2023 гг. образные номинации как средства реализации манипулятивной номинативной стратегии. Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые рассматриваются вопросы коннотированного образного обозначения актуальных реалий в немецкоязычных странах, которые служат средством реализации манипулятивной номинативной стратегии в дискурсе СМИ. Полученные результаты показали, что коннотированные образные наименования, регулярно воспроизводимые в актах коммуникации, играют особую роль в современном процессе номинации немецкого языка. Образные наименования являются вторичными косвенными номинациями, называющими новым именем уже названный ранее объект, и новыми номинациями, созданными в результате словообразования. Основным именуемым объектом образного представления информации о мире выступает человек. Отмечается, что образное кодирование значения слов в современном немецком языке характеризуется лингвокультурными особенностями, которые связаны в первую очередь с порядком и правилами поведения, действующими во время эпидемиологического и экологического кризиса в немецкоязычных странах.

EN

Heroes of everyday life, sinners and sheriffs. Figurative nominations of a person as a means of implementing a manipulative nominative strategy in media discourse (based on the material of the German language 2020-2023)

L. A. Nefedova

Abstract. The aim of this research is to identify in the German media of Germany, Austria and German-speaking Switzerland 2020–2023 figuratively nominations as a means of implementing a manipulative nominative strategy. The scientific novelty of the work lies in the fact that for the first time it examines the issues of connotative figurative designation of current realities in German-speaking countries, which serve as a means of implementing a manipulative nominative strategy in media discourse. The results obtained showed that connotative figurative names, regularly reproduced in acts of communication, play a special role in the modern nomination process of the German language. Figurative names are secondary indirect nominations, naming an object that has already been named before with a new name, and new nominations created as a result of word formation. The main object named in the figurative representation of information about the world is a person. It is noted that the figurative coding of the meaning of words in modern German is characterized by linguocultural features, which are primarily associated with the order and rules of conduct in force during the epidemiological and ecological crisis in German-speaking countries.

Введение

В начале третьего десятилетия XXI века человечество столкнулось со многими глобальными проблемами, период нестабильности и незащищенности принял затяжной характер. Немецкоязычные страны решали в первую очередь проблемы, связанные с пандемией коронавируса и экологическим кризисом. Проведенное нами на материале новой лексики 2020-2023 гг. исследование позволило обратить внимание на то, что в современном немецком языке получили широкое распространение коннотированные образные номинации,

обладающие большой воздействующей силой, цель использования которых заключается в манипуляции общественным сознанием. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения таких образных номинаций, составляющих основу языка, которые вызывают чувственные переживания.

Современный номинативный процесс как взаимодействие языка и номинируемой реальности представляет интерес в двух аспектах: как соотнесение известной (готовой) номинации с новым референтом (при этом происходит трансформация прямой номинации в косвенную образную номинацию, слово выступает в новой семантической функции) и использование известной номинации в процессе словообразования для создания новых образных номинаций. Этим аспектам номинативного процесса в лексике немецкого языка 2020-2023 гг. и посвящено данное исследование.

Объектом исследования являются образные, эксплицированные метафорой и метонимией, номинации немецкого языка, созданные в период с 2020 по 2023 год.

Для достижения цели исследования были сформулированы следующие задачи:

- представить распространенные номинативные модели, по которым создаются коннотированные образные номинации в немецком языке СМИ Германии, Австрии и немецкоязычной Швейцарии 2020-2023 гг.;
- определить роль коллоквиализмов в образном кодировании значения слов в немецкоязычном культурном пространстве 2020-2023 гг.;
- показать лингвокультурные особенности образных номинаций.

Материал исследования – Мангеймский корпус текстов, формирующий современные дискурсивные практики немецкоязычных стран (<https://cosmas2.ids-mannheim.de/cosmas2-web/2024>).

Теоретической базой данного исследования послужили работы российских и зарубежных ученых, проводивших исследования по следующим научным проблемам:

- типология лингвистических номинаций (Гак, 1977); вторичная номинация (Телия, 1977), образная номинация (Рут, 1992; Землякова, 2005; Сергеева, 2019; Трофимова, 2022);
- манипулятивные номинативные стратегии (Гришаева, 2014; Гусейнова, Горожанов, 2023; Pugatschjow, 2006);
- активные процессы в лексике немецкого языка (Klosa-Kückelhaus, 2021; Targonska, Prutscher, 2022).

Практическая ценность исследования заключается в том, что его основные результаты могут найти применение в спецкурсах по дискурсологии и медиалингвистике, а также на практических занятиях по лексикологии и стилистике современного немецкого языка.

Обсуждение и результаты

Каждая новая номинативная единица – это частица информации о номинаторе, а образные наименования – носители наиболее богатого конкретного знания такого рода, участвующие в категоризации и концептуализации мира, моделировании наиболее значимых сфер внеязыковой действительности, обозначая их в ассоциативной связи с другими явлениями, нетождественными обозначаемым.

В современном дискурсе СМИ, как отмечала Л. И. Гришаева, «регулярно происходит трансформация стратегий информирования в манипулятивные стратегии, а также мимикрия дискурсивных стратегий» (2014, с. 185-235). При этом средством реализации манипулятивного воздействия на носителей языка часто выступают коннотированные образные лексические единицы (Нефедова, 1997; Гусейнова, Горожанов, 2023).

1. Способы образного обозначения реалий

Современный номинативный процесс показывает, что взаимодействие языка и номинируемой реальности представляет интерес как соотнесение известной (готовой) номинации с новым референтом и создание новых образных номинаций посредством словообразования (Рут, 1992). Для яркого, образного обозначения современных реалий в немецком языке активно используются оба способа. Образные номинации, выступая креативными семантическими или словообразовательными неологизмами, служат эффективным средством формирования как положительного, так и негативного общественного мнения об одном и том же денотате в зависимости от позиции говорящего в рамках массовых коммуникаций.

Номинация 1-го типа = номинация-выбор. Соотнесение известной (готовой) номинации, закрепленной в общем языке традицией употребления, с новым референтом представляет собой номинацию-выбор. Наименование служит вторичной номинацией, которая называет новым именем уже названный объект. Так, в лексике пандемии коронавируса это номинация *Zombie, der* – зомби, фирма на грани банкротства, погашающая задолженности за счет новых кредитов. Переносная номинация использует яркий образ ходячего мертвеца, известна также как вирус зомби. Это также номинация *Wellenbrecher, der* – волнорыз, его первое значение – «меры для сдерживания второй волны пандемии в Германии», второе значение – «человек, который помогает предотвратить дальнейший рост инфекций, соблюдая правила гигиены и ограничения контактов во время пандемии COVID-19». В этой номинации используется популярный во время пандемии образ волны (ср. *Coronawelle, Pandemiewelle* – волна коронавируса, пандемии др.).

Номинация 2-го типа = номинация-словообразование. Новые образные номинации являются результатом словосложения лексем, закрепленных в общем языке традицией употребления. Если для россиян так называемые шоппинг-туры были чем-то привычным, то в условиях пандемии немцы и австрийцы были вынуждены выезжать из своей страны с целью совершить покупки в другой стране. Новое слово в немецком языке *Einkaufstourist* – человек, основным мотивом поездки которого в соседние страны является шоппинг. Одна из известных новых

метафор как продукт словообразования в немецком языке – композит *Hygieneritter* «рыцарь гигиены». Так шутливо называют того, кто особенно добросовестно адаптирует свое поведение к необходимым мерам гигиены.

Наиболее распространенным и действенным образным средством номинации человека выступает метафора: «Образ прорывается в язык через метафору, а метафора в своем дальнейшем семантическом развитии либо поднимается до символа, либо опускается до знака» (Лагута, 2003, с. 34). Н. А. Трофимова (2022) отмечает, что множество новых метафор меняет устоявшуюся картину мира носителей языка.

Немецкий лингвист А. Клоза-Кюкельхаус подчеркивает особый прагматический потенциал новых образных номинаций: “In der Berichterstattung und der öffentlichen Diskussion rund um die Coronapandemie sind einige Ausdrücke aufgekommen, die gerade dadurch, dass sie ganz bestimmte Bilder vor unserem geistigen Auge entstehen lassen, ganz bewusst gewählt und verwendet werden, um eigene Meinungen auszudrücken, gewisse Emotionen hervorzurufen, ggf. um Stimmung zu machen usw.” (Klosa-Kückelhaus, 2021, S. 41). / В репортажах и общественных дискуссиях вокруг пандемии коронавируса появились некоторые выражения именно потому, что они представляют собой вполне конкретные образы в нашем воображении, их выбирают и используют сознательно, чтобы выразить собственное мнение, вызвать определенные эмоции, при необходимости задать настроение и т. д. (здесь и далее – перевод автора статьи. – Л. Н.).

Обращается внимание на использование обозначений человека: “Neben dem besonders häufig auftretenden Bild der Welle (wie in Coronawelle, Pandemiewelle, zweite Welle usw.) gibt es nicht nur weitere abstrakte bildhafte Ausdrücke, die Zustände, Vorgänge usw. bezeichnen, sondern auch konkrete, z. B. zur Bezeichnung von Personen” (Klosa-Kückelhaus, 2021, S. 41). / Помимо особенно распространенного образа волны (Coronawelle, Pandemiewelle, zweite Welle и т. д.), используются не только другие абстрактные образные выражения, описывающие состояния, процессы и т. д., но и конкретные номинации лица.

Манипуляция образами – один из распространенных современных приемов в немецкоязычных СМИ, основанный на управлении воображением манипулируемого. В нашем исследовании мы рассматриваем образные номинации немецкого языка 2020-2023 гг.

2. Человек как объект образного наименования

Основные парадигмы образов в период пандемии формируются вокруг человека, который выступает главным объектом образного представления действительности. При образном обозначении человека в современном немецком языке преобладает номинация 2-го типа = номинация-словообразование. Коннотации образных номинаций человека позволяют им выступать эффективными средствами формирования положительно или негативно общественного мнения о человеке.

Именуемые объекты (номинаты) представлены парадигмами образов, т. е. «инвариантами ряда сходных устойчивых смыслов, связанных отношением отождествления» (Павлович, 2004). Как известно, ключевые концепты национальной культуры обнаруживают наибольшую детализацию и вариативность обозначения. Важнейшими показателями актуальности концептов в определенное время для языкового сообщества являются полиапеллируемость и номинативная плотность (Карасик, 2002).

Эффективным средством формирования положительного общественного мнения о человеке в немецкоязычных странах служит активно используемая в словообразовании немецкого языка 2020-2023 гг. в качестве второго базового компонента сложных слов лексема *Held* – герой.

В формировании героического образа большую роль играет общественное мнение, под которым понимают способ формирования массового сознания и отношение различных групп людей к событиям действительной жизни, затрагивающим их интересы и потребности (Столяров, 2011, с. 127). Герой – это человек, который вызывает восхищение за великие деяния, исключительную смелость, доблесть или мужество, обычно на войне. Для повседневного сознания герой – это выдающаяся личность, готовая жертвовать собой ради высокой идеи. Лексема *Held* – герой формирует в немецком языке особое лексико-фразеологическое поле: в ГДР было распространено почетное звание, калька с русского языка *Held der Arbeit* – герой труда; *der Held des Tages* – герой дня, так иносказательно говорят о выдающихся деятелях, обращающих на себя внимание современного общества и заставляющих говорить о себе.

Важной характеристикой манипулятивного воздействия считаются разного рода искажения действительности. В условиях пандемии COVID-19 в немецкоязычных странах героическими чертами наделяли обычных людей, выполняющих свою повседневную работу. Так создавался образ героя повседневности. Героизация волонтера, который работает для общего блага с большой самоотдачей, иногда в трудных условиях, находит отражение в употреблении ярких номинаций *Alltagsheld*, *Held des Alltags* – герой будней. Для обозначения того, кто работал безвозмездно во время пандемии COVID-19, создали неологизм с первым компонентом *Coronaheld/Coronaheldin* – ковидный герой (*Corona* – сокращенное слово от *Coronavirus*).

Образ ковидного героя получил большое распространение в СМИ. Одна из рубрик журнала “Der Spiegel” на тему ковида называлась *Heldinnen und Helden des Corona-Alltags* – герои ковидных будней и была посвящена описанию повседневной работы людей во время пандемии коронавируса. В год введения в мире чрезвычайной ситуации для борьбы с распространением коронавируса номинация стала использоваться очень часто.

(1) *Es war schon interessant, wer alles als Held des Alltags oder als systemrelevant beklatscht wurde. Ohne Frage haben es die Pfleger, der Einzelhandel, Polizei, Feuerwehr und viele mehr verdient (Hannoversche Allgemeine. 04.06.2020). / Было интересно посмотреть, кого возносили как повседневных героев или тех, кто был значим для системы. Без сомнения, медсестры, розничные торговцы, полицейские, пожарные и многие другие заслуживают этого звания.*

(2) *Ein Held zu sein klingt zwar glorios, macht aber vor allem während der Corona-Pandemie eine Menge Arbeit. Wir bedanken uns bei den stillen Helden des Alltags, die das Rad am Laufen halten* (Frankfurter Allgemeine. 11.05.2020). / *Быть героем звучит высокопарно, но люди должны много работать, особенно во время пандемии коронавируса. Мы хотели бы поблагодарить скромных героев будней, благодаря которым жизнь продолжается.*

(3) *Die Corona-Krise macht aus ganz gewöhnlichen Menschen Helden des Alltags. StepStone holt diese jetzt vor den Vorhang: Bühne frei für Ihre Corona-Helden!* (Stepstone. 15.04.2020). / *Ковид превращает обычных людей в героев будней. StepStone теперь показывает их: ковидных героев на сцену!*

Человека, совершавшего покупки в супермаркетах для людей, которые не выходили из дома, именовали *Einkaufsheld, der – герой супермаркета*. Номинация привлекает внимание семантической несочетаемостью компонентов: глагола *einkaufen – совершать покупки* и существительного *Held – герой*.

(4) *Die Zeit der Einkaufshelden ist gekommen Der Einkaufsheld... stellt eine Dose vor die Tür, klingelt, geht ein paar Schritte zurück* (Rhein-Zeitung. 28.03.2020). / *Пришло время героев супермаркета. Герой супермаркета... ставит банку перед дверью, звонит, отступает на несколько шагов назад.*

Лексемы с компонентом *Held – герой* являются мелиоративными номинациями, представляющими собой «улучшающее», «возвышающее» наименование (*melioratio* «улучшение»). Однако более распространены и пейоративные лексемы с негативными коннотациями. В медиадискурсе происходит навешивание ярлыков, благодаря которому читателям намеренно навязываются негативные представления о людях и идеях. Для этого используются специальные языковые средства, вызывающие у коммуникантов определенную реакцию: эвфемизмы, негативно коннотированные единицы и т. п. (Pugatschjow, 2006, S. 230-232).

Базовой доминантой немецкой концептосферы является концепт *ORDNUNG* «порядок», который охватывает все сферы жизни немецкого общества (Утриков, 2020). Многие новые образные номинации всех немецкоязычных стран апеллируют к необходимости поддерживать порядок. Один из доминирующих типов образных номинаций – номинация, связанная с особенностями концептуализации религиозной сферы. Вторым базовым компонентом сложных слов служит в немецком языке лексема *Sünder, der – грешник*. В сознании людей грешник – это, прежде всего, человек, нарушивший религиозно-нравственные нормы. Однако грех трактуется и более широко как нарушение существующих (моральных) норм поведения, проступок. Лексема *грешник* – более яркая лексическая альтернатива лексеме *нарушитель*. Понятие «грех» в отличие от абстрактного понятия «нарушение» наполнено жизнью, оно активизирует чувства реципиента, актуализирует самые известные образы грешников в Новом Завете – Ирода и Иуды Искаротиота.

Человека, который во время пандемии, вызванной коронавирусом, не соблюдал законы и постановления (особенно для защиты от заражения) называли новыми словами с первым компонентом *Corona-: Coronasünder, der / Coronasünderin, die* (разг.) – «ковидный грешник/грешница». Это пример эмоционально окрашенных, ярких коллоквиализмов. Нарушение правил поведения в период пандемии COVID-19 в сознании реципиентов ассоциируется не с каким-либо нарушением, а с грехом.

Распространенными коллокациями слов *Coronasünder, der / Coronasünderin, die* являются сочетания с глаголами, которые характерны для слов *Verbrecher, Täter – преступник: aufspüren – разыскивать, bestrafen – наказывать, jagen – преследовать, ermitteln – вести расследование* (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache – das DWDS-Wörterbuch. <https://www.dwds.de/d/wb-dwdswb>). Грех рассматривается как преступление, поэтому номинацию грешник можно классифицировать как не прямое обозначение преступника. Общий коллокант слов грешник и преступник – слово *Kampf – борьба: с преступлениями необходимо вести борьбу*. Поэтому в прессе отмечается важность борьбы с ковидными грешниками.

(5) *Kampf gegen Coronasünder wichtiger als gegen Falschparker* (Spiegel-Online. 03.12.2021). / *Борьба с «ковидными грешниками» важнее, чем с нелегальной парковкой.* Реципиент должен понимать, что нарушение ковидных ограничений – более серьезное нарушение, чем нелегальная парковка; это прегрешение.

Другое сложное слово со вторым компонентом *Sünder, der – грешник* – пример из сферы отношений между водителями на дорогах. Водитель транспортного средства, блокирующий путь для машин экстренных служб в пробке – это *Rettungsgassensünder, der – «грешник на полосе аварийной остановки»*. Картина нарушения дорожных правил создается в ярких тонах с помощью номинации с лексемой *Sünder, der грешник* в контексте с лексемой *штраф (наказание)*.

(6) *Rettungsgassensünder erwarten höhere Strafen* (Berliner Zeitung. 29.02.2020). / *Грешникам на полосе аварийной остановки грозит более суровое наказание.* То, что нарушители заслуживают сурового наказания, выражается также имплицитно самой номинацией *грешник*.

В современном немецком языке получили распространение синонимичные номинации сферы экологии *Müllsünder, der* и *Abfallsünder, der – нарушитель чистоты*, человек, который утилизирует мусор не так, как предписывает закон. В немецкоязычной прессе Швейцарии, которая является мировым лидером по экологической устойчивости и самой экологически чистой страной в Европе, номинация встречается довольно часто в немецкоязычной прессе.

(7) *Wenn ein Abfallsünder zum ersten Mal überführt wird, stellt das Statthalteramt eine Busse von 250 Franken aus, bei Wiederholungstätern erhöht sich der Betrag* (Neue Zürcher Zeitung. 13.01.2007). / *Когда нарушителя чистоты ловят впервые, губернаторская канцелярия налагает штраф в размере 250 франков, для повторных правонарушителей сумма увеличивается.*

Особое отношение к нарушителям чистоты и в Австрии: это заголовок одной из австрийских статей:

(8) *Müllsünder verstärkt zur Kasse gebeten* (Der Standart. 14.07.2009). / *Грешников настойчиво просят раскошелиться.*

Очень распространены в немецкоязычных странах пейоративные лексемы с негативными коннотациями, вторым компонентом которых является англицизм *Sheriff, der* – *шериф*. Относительно часто употребляемая в словообразовании заимствованная лексема *Sheriff* является эффективным средством формирования негативного общественного мнения о ком-то.

Лексема *Sheriff* относится к словам-реалиям, которые соотносятся с предметами, понятиями или ситуациями, не существующими в практическом опыте людей, говорящих на другом языке, не имеют точного соответствия в других языках. Основные значения лексемы в немецком языке: 1) высокопоставленный административный чиновник в Англии и Ирландии; 2) судебное должностное лицо в США; сотрудник правоохранительных органов города с ограниченными судебными полномочиями (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache – das DWDS-Wörterbuch. <https://www.dwds.de/d/wb-dwdswb>).

Шериф в наиболее обобщенном виде – это глава местной полиции, полисмен, страж порядка в США. Эквиваленты лексемы *Sheriff* в немецком языке – лексемы *Ordnungshüter* – страж порядка, *Polizist* – полицейский, разговорная форма слова *Bulle*. Распространение англоязычного влияния в немецком языке достигло такой степени, что привычные слова немецкого языка заменяются модными англицизмами: намеренно в словообразовании используется иноязычная лексема *Sheriff*. Тем самым в современном немецком языке наблюдается феномен, описываемый нами как явление, обратное калькированию англицизмов (Нефедова, 2013).

Образ американского шерифа весьма популярен в немецкоязычных странах, в которых сильно влияние американских фильмов на подростков. Но тот, кто строго следит за порядком, становится объектом критики. С лексемой *Sheriff* образуется негативно коннотированный композит *Seuchensheriff* (*Seuche* – чума, болезнь, зараза) – «противочумный шериф». Так называют политика, предпринимающего жесткие меры для предотвращения пандемии. И такой ярлык был навешен на премьер-министра Баварии Маркуса Зёдера.

(9) *Markus Söder: Ein unnachgiebiger Seuchen-Sheriff* (Abendzeitung. 26.05.2020). / *Маркус Зёдер: непреклонный противочумный шериф*.

При сложении лексемы *Sheriff* с лексемой *Corona* в качестве определительного компонента образуется новый композит *Coronasheriff, der* – «ковидный шериф», «ковидный доносчик», «ковидный стукач»: человек, общающийся в полицию о нарушениях правил дистанции или гигиены, которые должны соблюдаться во время пандемии, или самостоятельно пытающийся наказать таких нарушителей. Несмотря на то, что в немецкоязычных странах сообщать о нарушениях общественного порядка является гражданским долгом каждого человека, номинации с основным компонентом *Sheriff* негативно окрашены. В словаре неологизмов немецкого языка лексема *Coronasheriff, der* сопровождается стилистической пометой *meist abwertend* – в большинстве случаев уничижительно (<https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp#>).

Особенно популярна лексема *Sheriff, der* в настоящее время в австрийской столице. В Вене усиливается контроль за соблюдением чистоты, что влияет на общий уровень экологической культуры.

В австрийском варианте немецкого языка с 2008 г. стали употребляться гибридные композиты *Müll-Sheriff, der* и *Abfall-Sheriff, der* (синонимы англицизма *Waste-Watcher, der*), так называемый «шериф чистоты». Это специальный служащий, который патрулирует улицы Вены, наблюдая за соблюдением чистоты.

(10) *Die Truppe der Wiener Müll-Sheriffs wächst* (Die Presse. 03.03.2009). / *Отряд венских «шерифов чистоты» растёт*.

(11) *Ein Wiener "Abfall-Sheriff" soll den amtierenden Gesundheitsminister, Wolfgang Mückstein dabei gefilmt haben, wie er einen Tschick-Stummel einfach auf die Straße wirft* (Kosmo. 17.08.2021). / *Сообщается, что венский «шериф чистоты» снял на видео действующего министра здравоохранения Вольфганга Мюкштайна, который просто выбросил окурочек сигареты на улице*.

Борьба с «преступлениями против чистоты» на улицах австрийской столицы направлена, прежде всего, на курильщиков. Так появился коллоквиализм *Stummel-Sheriff, der* (*Stummel, der* – окурочек), обозначающий полицейского, который следит за тем, чтобы курящие не выбрасывали окурки на улице.

(12) *Stummel-Sheriff ertappte rauchenden Minister: Mückstein entschuldigt sich* (Kurier. 17.08.2021). / *Страж порядка «по борьбе с окурками» поймал курящего министра: Мюкштайн просит прощения*.

Новое сложное слово – композит *Hundesheriff, der* – «шериф по надзору за выгулом собак». Новая служба в Вене с 2023 г. следит за соблюдением правил поведения на улице владельцев собак. Важным является разъяснение необходимости иметь при себе гигиенический пакет для уборки экскрементов.

(13) *"Hundesheriffs" dürfen künftig Hundehalter in Wien strafen* (Mein Bezirk. 16.08.2023). / *«Шерифам по надзору за выгулом собак» разрешается в будущем штрафовать владельцев собак в Вене*.

Как показывают данные примеры, коннотированное образное кодирование значения слов отражает культуру и мировоззрение носителей языка, формирует их языковую картину мира. Ассоциативно-семантические связи между реалиями действительности закрепляются в национальном языковом сознании. Как правило, все образные номинации культурно обусловлены; но некоторые из них представляют культуру наиболее наглядно, являются прецедентными феноменами.

Заключение

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

Образные представления языковой культуры формируют концептуальный уровень образного строя языка. Конкретно-образная форма лексических единиц, создавая яркие представления людей об окружающем мире,

привлекает внимание адресатов к называемым предметам, процессам, ситуациям. Коннотированные образные наименования, регулярно воспроизводимые в актах коммуникации, играют особую роль в современном процессе номинации немецкого языка: они выражают определенное отношение к теме сообщения, выступают важным средством реализации манипулятивной номинативной стратегии в немецкоязычных культурах.

Основными способами образного обозначения современных реалий в немецком языке 2020–2023 гг. являются вторичные образные номинации как результат словообразования и номинации, которые являются новыми обозначениями уже названных объектов. Именуемым объектом (номинатом) выступает часто человек в качестве объекта скрытого психологического воздействия, который учится жить в эпоху эпидемиологических и экологических кризисов как новой реальности.

Образные номинации являются мощными речевыми средствами воздействия СМИ на общественное сознание. Положительно коннотированные образные номинации кризисного периода в немецкоязычных культурах способствуют адаптации людей к условиям новой реальности, реализуя манипулятивную номинативную стратегию в дискурсе СМИ. Так государство влияет на умы населения, зомбирует простых людей, внушая и прививая им мысль о том, что возврата к прежнему не будет; так сохраняется контроль над населением.

Многие образные номинации являются коллоквиализмами, простыми и понятными словами, характерными для повседневной коммуникации. Коллоквиальные образные номинации выступают действенным средством влияния на сознание людей, формируют как положительное, так и отрицательное общественное мнение.

Мы наблюдаем лингвокультурные особенности образного кодирования значения слов в современном немецком языке, который фиксирует наряду с универсальными явлениями, наблюдаемыми в современном мире, актуальные реалии отдельных лингвокультурных сообществ.

Таким образом, словесные образы маркируют не только поэтический язык, но и язык современной прессы. В целом можно констатировать, что коннотированное образное представление информации в современном мире становится предпочтительным и действенным манипулятивным инструментом в руках тех, кто ею располагает.

Перспективы дальнейшего исследования образных обозначений современных реалий как средства реализации манипулятивной номинативной стратегии в немецком языке видятся нам в изучении данного феномена на эмпирическом материале других проблемных сфер, а также в сопоставлении с русским языком, что будет, несомненно, способствовать эффективному межкультурному общению в современном мире.

Источники | References

1. Гак В. Г. К типологии лингвистической номинации // Языковая номинация: общие вопросы / отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. М.: Наука, 1977.
2. Гришаева Л. И. Парадоксы медиалингвистики. Воронеж: НАУКА-ЮРИПРЕСС, 2014.
3. Гусейнова И. А., Горожанов А. И. Коннотированный образ как способ конструирования информационного противостояния в художественно-публицистическом жанре // Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». 2023. Т. 16. № 6.
4. Землякова Н. В. Устойчивые образные номинации человека: структурно-семантический и лексикографический аспекты: автореф. дисс. ... к. филол. н. Краснодар, 2005.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
6. Лагута О. И. Метафорология: теоретические аспекты: в 2-х ч. Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 2003. Ч. 1.
7. Нефедова Л. А. Лексические средства манипулятивного воздействия в повседневном общении (на материале современного немецкого языка): дисс. ... к. филол. н. М., 1997.
8. Нефедова Л. А. Явление, обратное калькированию англицизмов, в лексике современного немецкого языка // Наука и школа. 2013. № 2.
9. Павлович Н. В. Язык образов. Парадигмы образов в русском поэтическом языке. Изд-е 2-е, испр. и доп. М.: Азбуковник, 2004.
10. Рут М. Э. Образная номинация. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1992.
11. Сергеева Л. А. Образная номинация и смысл // Славянские этносы, языки и культуры в современном мире / отв. ред. В. Л. Ибрагимова, Л. А. Киселева. Уфа: Башкирский государственный университет, 2019.
12. Столяров С. Ю. Основные сущностные черты образа героя в российском общественном сознании в контексте его трансформации // Вестник Череповецкого государственного университета. 2011. Т. 1. № 3.
13. Телия В. Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация: виды наименований / отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. М.: Наука, 1977.
14. Трофимова Н. А. Метафоры пандемического дискурса (на материале СМИ Германии) // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 483.
15. Утриков В. В. Лингвокультурный концепт Ordnung в немецкоязычных текстах общественно-политической тематики // Русская германистика: ежегодник Российского союза германистов. М.: Флинта, 2020. Т. XVII.
16. Klosa-Kückelhaus A. Bilder und Metaphern im Wortschatz rund um die Coronapandemie // Sprache in der Coronakrise. Dynamischer Wandel in Lexikon und Kommunikation / hrsg. A. Klosa-Kückelhaus. Mannheim: IDS-Verlag, 2021. <https://doi.org/10.14618/ids-pub-10817>

17. Pugatschjow V. Faktoren und Merkmale der Manipulation // Das große Lexikon Medien und Kommunikation / hrsg. von L. R. Tsvasman. Würzburg: Ergon-Verlag, 2006.
18. Targonska J., Prutscher D. Der Mensch in der Coronapandemie – semantische Analyse von coronabedingten Personenbezeichnungen // Moderna Sprak. 2022. Bd. 2 (2). <http://dx.doi.org/10.58221/mosp.v11i2.12145>

Информация об авторах | Author information



Нефедова Любовь Аркадьевна¹, д. филол. н., проф.

¹ Московский педагогический государственный университет



Lyubov Arkadyevna Nefedova¹, Dr

¹ Moscow Pedagogical State University

¹ la.nefedova@mpgu.su

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 12.04.2024; опубликовано online (published online): 28.05.2024.

Ключевые слова (keywords): образная номинация; образное кодирование значения; манипулятивная номинативная стратегия; немецкий язык средств массовой информации; figurative nomination; figurative coding of meaning; manipulative nominative strategy; German language of the media.