

ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ПОРТРЕТИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМА NEPO BABY КАК ЯЗЫКОВОГО МАРКЕРА СОВРЕМЕННОСТИ В АКТУАЛЬНЫХ КУЛЬТУРНЫХ КОНФЛИКТАХ

Майер Валерия Станиславовна

кандидат филологических наук, старший преподаватель,
Волгоградский государственный университет
valeriyamayer@yandex.ru

LINGUISTIC PORTRAYAL OF THE NEOLOGISM NEPO BABY AS A LINGUISTIC MARKER OF MODERNITY IN ACTUAL CULTURAL CONFLICTS

V. Mayer

Summary: This paper examines the current cultural controversy surrounding the concepts of "privilege" and "nepotism", as well as their linguistic representation in the form of the neologism "nepo baby", which made it into the shortlist for the 2023 "Word of the Year" competition (Collins dictionary). The study focuses on the pragmatic implications and extralinguistic factors that contribute to the use of this term in contemporary discourse, particularly in multimodal forms such as social media posts and memes. The analysis draws on examples from English, German, and Spanish texts. Additionally, the study identifies the main communicative tactics employed by participants in this cultural debate. This interdisciplinary research lies at the intersection of fields such as intercultural communication, sociolinguistics, and conflict studies.

Keywords: nepotism, cultural conflict, marker of modernity, nepo baby.

Аннотация: В данной статье рассматривается актуальный культурный конфликт, связанный с понятием «привилегированности» и непотизма, а также его лингвистическая репрезентация в виде неологизма «непо baby», который был включён в шорт-лист лингвистического рейтинга «Слово года - 2023» (Collins dictionary). Исследование проводится с точки зрения актуальных прагматических коннотаций и экстралингвистических причин функционирования данного неологизма в информационном пространстве, особенно в новых полимодальных текстах, таких как речевые мемы. В статье представлен наиболее иллюстративный материал из англо-, немецко- и испаноязычных текстов. Также были выявлены основные коммуникативные стратегии участников рассматриваемого культурного конфликта. Данное исследование носит междисциплинарный характер и находится на стыке межкультурной коммуникации, социолингвистики и конфликтологии.

Ключевые слова: непотизм, культурный конфликт, маркер современности, непо baby.

Введение

Эпоха постмодерна или «текучей современности», представленной в работах английского социолога Зигмунда Баумана, привела к сглаживанию межгосударственных границ и процветанию мультикультурализма. Однако в мульти- и транскультурных обществах отмечается стремление к четко определенной системе ценностных установок, благодаря которым социальным акторам доступна самоидентификация как представителям константной социокультурной общности. Тем не менее интеракция несовпадающих систем ценностей и ориентиров служит причиной их неизбежного столкновения, приводя к культурным конфликтам. Конфликтный потенциал такого межкультурного взаимодействия изначально довольно высок, так как индивиду свойственно самоидентифицировать себя при помощи того, чем он не является.

Анализ современного состояния культуры в целом невозможен без теоретического осмысления культурных конфликтов для дальнейшей разработки практик и рекомендаций для их нивелирования и предотвращения. Культурный конфликт обычно возникает из-за

различий в идеологических, оценочных, мировоззренческих, нравственно-этических и религиозных взглядах, которые люди не могут принять друг у друга [2, С. 132]. Само разнообразие жизни порождает множество культурных конфликтов. Они могут возникать между поколениями, представителями субкультур, людьми с разным материальным положением, религиозными убеждениями, а также по поводу нравственных и моральных норм. Кроме того, конфликты могут быть связаны с культурным отставанием или опережением.

Основные результаты

Одним из актуальных культурных конфликтов современности можно считать *непотизм*. В эпоху популяризации *hustle culture* (культура трудоголизма и «достигаторства») у молодых людей особенно болезненно происходит принятие наличия «пирамид привилегированных», являющихся угрозой существующей культуре *self-made people* (люди, сделавшие себя сами).

Термин «непотизм» появился благодаря Папе Сиксту IV (1471–1484), который оказывал покровительство своей семье, особенно племянникам. В то время существо-

вало четкое различие между непотизмом и кронизмом: первое относилось только к благосклонности, оказываемой родственникам, а второе — исключительно к друзьям. Сегодня эти термины часто используются как взаимозаменяемые. Широко распространенные показатели непотизма охватывают как услуги, оказываемые семье, так и поддержку, предоставляемую друзьям. По мнению американского социолога Б. Пауэлла, непотизм представляет собой проявление фаворитизма, однако его определения варьируются в зависимости от того, кому и как оказывается предпочтение [10, С. 12]. Более узкие определения включают только родственников, в то время как более широкие — также включают друзей. Е.Ю. Иванова считает, что ключевая концепция непотизма состоит в том, что мотивы передачи семейных достижений обусловлены стремлением не только к трансляции высоких идеалов, принципов, побуждений и чувства долга в конкретной профессиональной сфере, но и к сохранению и приумножению «завоеванного» социального положения [4, С. 43].

Повышение внимания к вопросам «неравенства» и «привилегий» было обусловлено тем, что неологизм «**непо baby**» вошёл в топ-3 слов 2023 года по версии британского словаря английского языка *Collins*. Лексические единицы, зафиксированные в словниках подобных социолингвистических рейтингов и проектов, составляют так называемый словарь года, отражают общественно-политическую ситуацию, имеют большое практическое значение и могут считаться *языковыми маркерами современности*.

Появление неологизма *nepotism baby* в английском языке датируется началом 2010-х годов, при этом к 2020 году данная лексическая единица сократилась до *непо baby* и получила особо широкое распространение в 2022 году. Необходимо отметить, что встречается также вариант “непо-baby”, при котором дефис по своей неоднородной функциональности можно отнести к соединительному типу. В статье, опубликованной в бизнес-аналитическом журнале *The Daily Targum* в январе 2022 года, была затронута проблема *непо baby* в Голливуде, что вызвало бурную общественную дискуссию [13]. *Непо babies (непо-дети, непо-бэйбис, непо-детки)* родившиеся в семьях, имеющих влияние в определённых отраслях, часто получают привилегии и возможности благодаря своим родственным связям. У детей знаменитостей есть определённые преимущества, поскольку их семьи уже были связаны с миром развлечений [7, С.29]. Американский историк и публицист Нейта Джонса отмечает, то, что проблема непо-детей стала активно обсуждаться именно в 2022 году, — не просто совпадение [9, С.368]. Растущая популярность стриминговых платформ таких как Netflix, неограниченный доступ к социальным сетям восходящих звезд [5, С.39], возможность глобального обсуждения неизбежно оказывает воздействие на акту-

альные культурные конфликты, ставя старые проблемы вроде того же непотизма в киноиндустрии во главу угла.

При анализе статистических данных, полученных из популярного веб-приложения Google Trends, можно сделать вывод, что наибольшее количество запросов, содержащих термин «непо baby», было зафиксировано в период с декабря 2022 года по март 2023 года в таких странах, как США, Австралия, Ирландия и Канада.

В социальных сетях также получил широкое распространение хэштег #неробaby, который используется для высмеивания знаменитостей, родившихся в обеспеченных семьях, а не добившихся успеха самостоятельно [8].

Анализ фактического материала позволил сделать вывод о том, что *непо babies* придерживаются трех основных коммуникативных стратегий по отношению к общественной критике и обвинениям в их адрес, которые способствовали появлению новых лексических единиц с дополняющей концептуальной информацией (Таблица 1). В.Н. Василина представляет коммуникативную стратегию как совокупность определённых конститuent, которые соответствуют плану, целям и условиям их достижения. Стратегию можно рассматривать как своеобразное представление о том, как можно и нужно достигать различных целей, а также о том, какие действия для этого необходимы [3, С. 31].

Таблица 1. Коммуникативные стратегии *непо babies*.

Коммуникативная стратегия	Лексическая единица	Актуальный кейс
Конфронтация (антагонизм, демонстративное отречение от семейных уз и традиций)	анаграмма <i>непо baby</i> (от англ. <i>непо</i> - нет)	Вивиан Джэнна Уилсон (отец - американский предприниматель Илон Маск), Шайло Джолли (отец - американский актер Брэд Питт)
	анаграмма <i>непо adult</i> (от англ. <i>непо</i> - нет)	Принц Генри (Гарри), герцог Сассекский (отец-король Великобритании Карл III)
Оправдание (речевая тактика «возмущение»)	<i>delusional непо baby</i> (зablуждающийся непо-бейби)	Лили-Роуз Депп (мать - французская актриса Ванесса Парради, отец - американский актер Джонни Депп)
Принятие (одобрение, согласие, акцентирование)	<i>непо niece</i>	Хейли Бибер (дядя - американский актер Алек Болдуин)

Каждый индивид обладает способностью выражать своё отношение к миру вокруг и оказывать влияние на него, что придаёт разговорному языку и речи особую выразительность. Ю.Д. Апресян рассматривает коннотацию через призму культурологического анализа, при кото-

ром коннотация отражает культурные восприятия и обы- чаи, связанные с конкретной лексической единицей [1].

Систематизация и анализ англо-, немецко- и испа- ноязычных текстов (более 70), в которых содержится лексическая единица *непо-baby* позволили выделить следующие виды коннотаций в отношении изучаемого феномена, представленные в таблице 2.

Следует отметить, что в процессе систематизации и анализа данных встречались примеры *скрытой (поло- жительной) коннотации*. Примером такой коннотации может послужить статья “Hollywood’s next *непо baby* is David Duchovny and Tea Leoni’s daughter” («Следующей *непо baby* Голливуда будет дочь Дэвида Духовны и Tea Леони») в британском таблоиде Daily Mail [11]. Неодно- значность заключается в попытке журналистов путем публикации зачастую заказных статей снизить градус

недовольства и неодобрения у общественности, смещая акцент на преобладание личных качеств над привилеги- рованным положением: “... follows in parents’ footsteps as she makes *stunning appearance* in Netflix drama” (...продол- жает дело своих родителей, блестяще исполняя главную роль в драме на Netflix) или “now, she has been *skyrocketed into the spotlight* thanks to her role in Netflix’s new drama” (теперь она привлекает всеобщее внимание благодаря своей роли в новом драматическом сериале на Netflix).

Сочетая в себе признаки, присущие маркерам совре- менности, лексическая единица *непо baby* также, как и многие другие языковые маркеры стала предпосылкой появления речевых мемов, пользующихся особой по- пулярностью в интернете. Мемы не просто отражают общественное мнение по вопросу обсуждаемой про- блематики, но и дают возможность оставаться в центре внимания, создавая своеобразный «мост» между созда-

Таблица 2

Непо baby. Виды коннотаций.

Виды коннотаций	Процентное соотношение по категориям	Пример
<i>Отрицательная</i> (сугубо нега- тивное отношение автора текста к обозначаемому феномену)	42%	1) “I would hope that I also raised them [children] better than some of these silver spoon <i>непо-babies</i> that claim they are completely self-made or that the only reason people are poor is because they are lazy or if they can be successful anyone can”. Хотелось бы надеяться, что я также дал им [детям] лучшее воспитание, чем некоторые так называемые <i>непо-дети</i> «с серебряной ложкой во рту». Они считают, что всего добились сами, и что единственная причина бедности — это лень. Или что если они смогли добиться успеха, то и любой другой сможет. 2) “Und den <i>Непо-babys</i> gibt’s nur bei Hollywood Schauspielern? In den Universitäten stapeln sich die wissenschaftlichen Studien über die «glückliche Geburt» - auch in Österreich!” А <i>непо-дети</i> бывают только у голливудских актеров? Научные исследования о «счастливом рождении» накапливаются в университетах – в том числе и в Австрии!
<i>Положительная</i> (отношение автора текста к феномену сугубо положительное)	11%	1) “Everythingg is fine with <i>непо-babies</i>. Reddit is just filled with dumb jealous poor people who would 10000% also protect their wealth and family in the same spot”. С <i>непо-детьми</i> все в порядке. Reddit просто переполнен тупыми завистливыми бедняками, которые на 10000% также защищали бы на их месте свое состояние и семью. 2) “Ser <i>непо baby</i> es mejor que no serlo”. Лучше быть <i>непо-бэйби</i> , чем не быть.
<i>Полностью нейтральная</i> (язы- ковые средства не несут ника- кой эмоциональной окраски, отмечается только констатация факта)	47%	1) “Por lo general, <i>непо-babies</i> («hijos de famosos») parecen bastante buenos. Me doy cuenta de que probablemente tuvieron su oportunidad gracias al nepotismo, pero estoy tan alejado de eso que simplemente no me importa”. Обычно <i>непо-дети</i> (дети знаменитостей) кажутся довольно хорошими. Я понимаю, что они, вероятно, получили свой шанс благодаря кумовству, но я настолько далек от этого, что мне просто все равно. 2) „Nach den Boomern trifft der Groll der heranwachsenden Gesellschaft nun wieder jüngere Menschen - die <i>Непо-Babys</i>“. После эпохи бума недовольство растущего общества теперь снова бьет по более молодым людям – <i>непо-детям</i> 3) “Normalmente no sé quién está relacionado con qué <i>непо-babies</i>, padre-hermano-etc. hasta mucho después, así que no es realmente un problema”. Обычно я не знаю, кто имеет отношение к каким <i>непо-детям</i> , родителям, братьям и т.д. До тех пор, пока это не произойдет намного позже, так что на самом деле это не проблема.

телем и потребителем контента, благодаря стимулированию одной из ключевых культурных концепций – «свой - чужой», что особенно актуально в рассматриваемом нами культурном конфликте. Л.Н. Ребрина отмечает, что при создании передаваемого значения визуальный элемент обычно формирует ассоциативные значения, задает вектор оценочной интерпретации, дополняя вербальный ряд [6, С.246].

Изначальным импульсом к возникновению множества мемов, связанных с темой «непо-детей», стал иллюстрированный путеводитель «Hollywood Nepo-Verse», созданный Сюзанной Хейвард, графическим дизайнером и заместителем арт-директора журнала *New York Magazine* [12]. Эта «непо-вселенная», сопровождаемая ироничным слоганом «She Has Her Mother's Eyes. And Agent» («У неё мамыны глаза. И агент»), представляет собой схематичный мир, состоящий из 500 персонажей.

Стоит особо выделить коммерциализацию явления nepo baby. «Захватившие умы» мемы стали эффективным маркетинговым инструментом. Например, на американской торговой площадке Amazon можно приобрести предметы одежды (поло, толстовки) с ироничной надпи-

сью: «Ich bin kein Nepo-Baby, ich arbeite wirklich hart» (Я не непо-детка, я очень много тружусь).

В настоящее время три музыкальные композиции, имеющие одинаковое название — Nepo Baby, — пользуются значительным спросом и активно продаются на различных музыкальных площадках. Две из них — англоязычные, их исполняют Flyana Boss и Fox Szn, а третья — на немецком языке, её автор — Feleg.

Заключение

Непо-дети вызывают у окружающих противоречивые чувства. В них видят образец простого пути к успеху, который так привлекает многих, но остаётся недоступным для большинства по разным причинам. Это служит ещё одним подтверждением того, что, являясь языковым маркером современности, лексическая единица отражает актуальный культурный конфликт. В настоящее время можно предположить с высокой степенью вероятности, что в будущем исследования феномена nepo baby будут продолжены в рамках лингвокультурологии и когнитивной лингвистики. Это позволит выявить новые формы проявления данного феномена.

ЛИТЕРАТУРА

1. Апресян Ю.Д. Интегральное описание языка и системная лексикография: избр. тр. / Ю.Д. Апресян. — Москва: Яз. русской культуры, 1995. — Т. 2. — 766 с.
2. Богатырева Е.Н. Культурный конфликт в контексте социокультурного анализа» / Е.Н. Богатырева // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. — 2016. — Т. 16. — № 2. — С. 130–134.
3. Василина В.Н. Понятия стратегии и тактики в прагмалингвистике / В.Н. Василина // Вестник МГЛУ. Серия 1. Филология. — 2006. — № 1 (21). — С. 28–37.
4. Иванова Е.Ю. Семейственность (непотизм) как деструктивная форма профессиональных династий: государственная политика и общественное мнение / Е.Ю. Иванова // Теория и практика общественного развития. — 2020. — № 5 (147). — С. 42—50.
5. Майер В.С. Неологизмы стриминговой платформы Netflix как маркеры современности // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9. Исследования молодых ученых. — 2018. — № 16. — С. 38–41.
6. Ребрина Л.Н. Интернет-мемы 2019—2021 годов как актуальный феномен интернет-коммуникации: смыслы единения и разобщения / Л.Н. Ребрина // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 6. — С. 235—267.
7. Bohra B., Sharma B., & Sharma S. (2021). A detailed review based on case studies: How nepotism affects the work environment after COVID-19. *Inspira- Journal of Modern Management and Entrepreneurship (JMME)*, 11(3), 27–31.
8. Crump S. (2022). *The optics of wealth: How to avoid alienating the public as a wealthy public figure*. Master of science in public relations and corporate communication dissertation. New York: School of Professional Studies.
9. Jones Nate. «How a Nepo Baby Is Born». *The Best American Magazine Writing 2023*, edited by Sid Holt, New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press, 2023, pp. 363-376.
10. Powell B.C. (2023). Sharing intractably tacit knowledge: The case for nepotistic selection. *Development and Learning in Organizations*, 37(5), 11–13.
11. Hollywood's next nepo baby is David Duchovny and Tea Leoni's daughter // *The Daily Mail*. — 2023. — URL: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-12394537/David-Duchovny-Tea-Leonis-daughter-West-nepo-baby-Netflix.html> (дата обращения: 29.09.2024)
12. The Nepotism Babies of Hollywood: A Definitive Taxonomy // *Vulture*. — 2022. — URL: <https://www.vulture.com/article/hollywood-nepotism-babies-list-taxonomy.html> (дата обращения: 27.09.2024)
13. Nepotism in Hollywood can't be stopped, but privileged celebrities need to acknowledge it // *The Daily Targum*. — 2022. — URL: <https://dailytargum.com/article/2022/01/nepotism-in-hollywood-cant-be-stopped-but-privileged-celebrities-need-to> (дата обращения: 04.09.2024) .

© Майер Валерия Станиславовна (valeriyamay@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»