

B. Lachhein

Gesellschaft für Deutsch-Russische Begegnung (Essen)

Sh. V. Nikonova, L. A. Averkina

Staatliche Linguistische Universität Nishnij Nowgorod

**TRANSFORMATION ALS DAUERZUSTAND
IN DER MODERNEN GESELLSCHAFT —
KANN DIE SPRACHE MITHALTEN?***

Tiefgreifende Ereignisse wie die Covid-19-Pandemie, der Klimawandel oder geopolitische Konflikte wirken wie Katalysatoren und begünstigen gesellschaftliche Veränderungen, sodass Menschen sich einem steten Wandel ausgesetzt sehen. Das erwünschte Verstehen der Zukunft wird zu einem Anker, Megatrends die in Worte gefasste Richtschnur. Der Prozess bedient sich einer Lexik, die aus verschiedenen Perspektiven, in unterschiedlichen Kontexten einer Konsensprüfung unterzogen werden sollte. Die Megatrend-Forschung bedarf zu ihrer Veranschaulichung im rein wissenschaftlichen Kontext durchaus eines erklärenden, praxisbezogenen Ansatzes. In der Kunden-Nutzen-Kommunikation sollen Megatrends Entscheidungsprozesse mit in der Zukunft liegenden Erfolgsaussichten beeinflussbar gestalten erscheinen lassen, was beispielhaft am Verhältnis zwischen Spezialisten der Finanzbranche und Kunden außerhalb dieser Sphäre aufgezeigt wird. Auch in typischen B2B-Konstellationen, vornehmlich global agierende Unternehmen betreffend, sollen durch die Kenntnis und das Verständnis von Megatrends zukunftsfähige, bestandsfördernde Lösungen entwickeln können. Typisch für die Vorhersage künftiger, noch nicht greifbarer Ereignisse ist die Verwendung von Begriffen aus dem Englischen, was bei der Analyse der beispielhaft ausgewählten Megatrends *New Work*, *Neo-Ökologie*, *Urbanisierung* und *Mobilität* zu beobachten ist. Einige der die Trends beschreibenden Begriffe zählen bereits zum Wortbestand des Dudens. Englischkenntnisse liegen im Trend und erleichtern den verbalen Austausch der entsprechenden Inhalte. Zu beachten bleibt, dass relevante Begriffe ihre kontextuelle Bedeutung haben wie *Sharing* oder konzeptionell zu verstehen sind wie *Gig Economy*, andere wiederum auch außerhalb des Englischen generell erklärungsbedürftig scheinen wie *15-Minuten-Stadt*. Der Beitrag stellt

* Статья подготовлена по материалам доклада, представленного на пленарном заседании XX съезда РСГ.

die sprachliche Adaption im Wissenschafts-, Fach- und Alltagsgebrauch des Deutschen aus der Perspektive des Muttersprachlers sowie des Dolmetschers und Übersetzers zur Diskussion.

Schlüsselwörter: Transformation; Megatrend; New Work; Neo-Ökologie; Urbanisierung; Mobilität

Seit jeher entwickeln sich Gesellschaften. Meist werden spürbare gesellschaftliche Erneuerungen, die alle Sphären tangieren, nur langsam offenkundig. Allerdings gibt es Ereignisse wie die Covid-19-Pandemie, den Klimawandel, geopolitische Konflikte, die wie Katalysatoren wirken und weltweit deutliche Umbrüche erzwingen. Menschen sehen sich ständigen Herausforderungen ausgesetzt.

Der Beitrag stellt den steten Wandel und deren Niederschlag in der deutschen Sprache aus der Perspektive des Muttersprachlers sowie des Dolmetschers und Übersetzers anhand der vier Megatrends *New Work*, *Neo-Ökologie*, *Urbanisierung* und *Mobilität* zur Diskussion. Die Recherche zeigt, dass die Megatrend-Forschung oft kontextbezogen und mit dem reinen wissenschaftlichen Ansatz nicht zu erklären ist.

Ein Beispiel dafür stellt die breit angelegte, qualitative Literaturrecherche einschließlich einer Expertenbefragung durch die Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation, ein Verbund der Universitäten Leipzig, Münster, Duisburg-Essen und Wien sowie 40 deutschen und internationalen Unternehmen, dar. Die Studie identifiziert in der Kooperation von Wissenschaftlern und Praktikern zehn Megatrends für die Kommunikation in Unternehmen. An der Spitze der Kommunikationsthemen stehen die digitale Vernetzung, Globalisierung, Individualisierung aber auch Urbanisierung und Mobilität. Ihre Essenz leiten die Autoren der Studie mit der heraklitischen Weisheit *Nichts ist so beständig wie der Wandel!* ein. Beständiger Wandel beschäftigt die Menschen seit 2500 Jahren (BERGER 2016).

In einem weiteren Beispiel kommunizieren Spezialisten der Finanzbranche und Kunden als potenzielle Investoren mit ganz unterschiedlichen beruflichen Hintergründen.

Wozu bedarf es Megatrend-Betrachtungen im Finanzsektor?

Hier geht es darum, Geld in der Gegenwart zukunftsicher und gewinnbringend zu investieren. Investmentgesellschaften, wie die „Deutsche Finance Group“ (DFG) als internationale Investmentgesellschaft mit Hauptsitz in München, sammeln Geld und investieren

dieses weltweit in Unternehmen, Immobilien usw. Die DFG verspricht ihren Kunden — ganz im Trend liegend — das Kapital auf verantwortungsvolle Art und Weise zu investieren und dabei neben finanziellen Kriterien auch Faktoren der Bereiche Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung zu berücksichtigen.

Die Unternehmensgruppe greift die Frage der Kunden „Wo wird Kapital in Zukunft benötigt?“ auf und antwortet mit den fünf Megatrends — Globalisierung, Bevölkerung, Demografie, Mittelschicht und Urbanisierung, dargelegt im 2018 veröffentlichten *Factbook Megatrends*. Dieses *Factbook* wird den Kunden ausgehändigt, sie machen sich mit dem Wortschatz vertraut, finden im Idealfall eine „gemeinsame Sprache“ mit dem Anbieter und können ihre Investitionsentscheidungen treffen (MÜLLER 2017).

Auch für die Unternehmensberatung Roland Berger¹ ist das Thema Megatrends nach eigenen Angaben seit Jahren ein Dauerbrenner. Die Unternehmensberatung zählt mit mehr als 2000 Mitarbeitern in ca. 30 Ländern zu den führenden weltweit und ist verknüpft mit dem Weltwirtschaftsforum (WEF).² Im WEF treffen sich jährlich Wirtschaftsexperten, Politiker, Wissenschaftler, gesellschaftliche Akteure und Journalisten in der Schweiz, um globale Fragen zu erörtern. Vor diesem Hintergrund entstand das 2020 herausgegebene Kompendium, welches sechs Megatrends, die unsere Welt bis 2050 in wirtschaftlicher, gesellschaftlicher, umweltpolitischer, technologischer und geopolitischer Hinsicht verändern, enthält:

Megatrend *Bevölkerung und Gesellschaft*: globale Bevölkerungsentwicklung, Migration, Werte, Bildung;

Megatrend *Gesundheit und Pflege*: Pandemien und andere Herausforderungen, Krankheiten und Behandlung, Pflege;

Megatrend *Umwelt und Ressourcen*: Klimawandel und Umweltverschmutzung, Ressourcenüberfluss und -knappheit, gefährdete Ökosysteme;

Megatrend *Wirtschaft und Unternehmen*: globale Machtverschiebungen, sektoraler Wandel, zunehmende Verschuldung;

¹ Der Name steht stellvertretend für die Firma. Herr Berger spricht im Allgemeinen nicht persönlich mit den Unternehmensvertretern.

² WEF — World Economic Forum.

Megatrend *Technologie und Innovation*: Stellenwert der Technik, künstliche Intelligenz, Mensch und Maschine;

Megatrend *Politik und Governance*: Zukunft der Demokratie, Governance-Herausforderungen, Geopolitik, globale Risiken.

In diesem Beispiel treffen Vertreter vornehmlich globaler Unternehmen und Unternehmensberater aufeinander, was einer typischen B2B-Konstellation entspricht.³ Roland Berger verspricht durch die Kenntnis und das Verständnis von Megatrends gemeinsam mit den Kunden zukunftsfähige Lösungen entwickeln zu können (KRYSS 2020).

An den drei Beispielen wird erkennbar, dass Megatrends, aus verschiedenen Blickwinkeln und mit unterschiedlicher Zielstellung in den Sprachgebrauch Einzug halten.

Aber, wovon ist eigentlich die Rede? Auf der Basis der Erkenntnisse von Wissenschaftlern unterschiedlicher Fachrichtungen, von Zukunftsforschern und Praktikern sowie einem entsprechenden sprachlichen Rahmen begleiten Megatrends den Weg in die Zukunft.

Der Begriff *Megatrend* wird dem US-amerikanischen Zukunftsforscher John Naisbitt zugeordnet, der im Jahr 1982 damit Prozesse beschreibt, die eine Gesellschaft grundlegend verändern und mindestens fünf bis zehn Jahre dauern (NAISBITT 1982).

Auch der deutsche Zukunftsforscher Matthias Horx stellt den Begriff in den Fokus und präzisiert seine weltverändernde Wirksamkeit nicht nur auf der individuellen, sondern auf allen Ebenen der Gesellschaft — auf der wirtschaftlichen, politischen, wissenschaftlichen, technischen und kulturellen (HORX 2011). Solche Veränderungen werden gegenwärtig oft unter dem Begriff *Transformation* ins Rennen geschickt. Der Manager Christian Deuringers verbindet damit „Veränderungen vom aktuellen Zustand (IST) hin zu einem angestrebten Ziel-Zustand“ (DEURINGER 2000: 38).

Der Begriff impliziert die Erfahrung, „dass die Wirklichkeit... in einer anderen, neuen Weise gesehen, erlebt und gedeutet wird“ (BURKHARDT 2021).

Erinnert sei an dieser Stelle an den russischen Ökonomen Nikolai Dmitrijewitsch Kondratieff und sein Modell der langen Wellen eines

³ Business-to-Business — Geschäftsbeziehungen zwischen zwei oder mehreren Unternehmen.

Wirtschaftszyklus (Kondratieff-Zyklen), wonach eine grundlegende technische Neuerung die Basis für eine neue Wachstumswelle ist, die sich durchschnittlich über 40 bis 60 Jahre entwickelt. Kondratieff stellte seine Entdeckung erstmalig 1926 vor (DUDEN WIRTSCHAFT 2016).

Aus der Perspektive der Linguistik stellt sich die Frage:

Wer benutzt den Megatrend-Wortschatz?

Das Leibniz-Institut für Deutsche Sprache in Mannheim, vertritt in seinem diskursgeschichtlichen Analysemodell in der Kategorie „Beteiligte“ die Auffassung, dass Megatrends auf Deutungen und Erklärungen spezifischer Sprachgemeinschaften zu einer bestimmten Zeit fußen und die daraus resultierenden Sprachgebrauchsweisen von bestimmten Gruppierungen einer Gemeinschaft (*Diskursbeteiligten*) initiiert und verbreitet werden.⁴

Wie aus den drei, eingangs vorgestellten Beispielen ersichtlich, handelt es sich um sehr heterogene Gruppen und Kontexte — ob es Politiker, Beamte, Forscher, Verkäufer, Berater sind, die über Megatrends sprechen, ob gesellschaftliche Diskurse, wissenschaftliche Diskussionen geführt oder Proteste zum Ausdruck gebracht werden.

Im Folgenden werden exemplarisch vier der zwölf Megatrends aus dem Institut für Trend- und Zukunftsforschung von Matthias Horx analysiert: *New Work*, *Neo-Ökologie*, *Urbanisierung* und *Mobilität*. Die Wahl fiel auf diese Quelle, weil den jeweiligen Trends meist ein Glossar hinzugefügt worden ist.

1. Megatrend *New Work* — Vom klassischen Karriereweg zur Sinnfrage

Die Vorstellungen von Karriere und Erfolg, gemessen an Einkommen und Status verlieren zunehmend ihre Priorität. An ihre Stelle treten Werte wie Sinnhaftigkeit, Gestaltungsmöglichkeiten, Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.⁵ Die Grenzen zwischen Leben und Arbeiten verschwimmen im Alltag. Als Arbeit gilt künftig die Summe aller Beschäftigungen in unterschiedlichen Lebensphasen, also nicht mehr die eine, die Profession vollendende, lebenslange Beschäftigung. Vielleicht hat damit das Sprichwort „Schuster bleib bei Deinen Leisten“ bald ausgedient?

⁴ <https://www.ids-mannheim.de/lexik/sprachlicherumbruch/modell>.

⁵ Bisher „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“.

Im dazugehörigen Glossar kann man sich mit dem Wortschatz vertraut machen.

Glossar:

- B** Business Ecosystems;
C Co-Working / Coopetition / Corporate Culture / Corporate Health;
D Digital Literacy / Diversity;
E, F Everything as a Service / Free Creativity;
G, H, K Gig Economy / Human Relations / Kollaboration;
O, P Open Innovation / Open Knowledge / Plattformökonomie;
R Remote Work / Resilienz;
S, W Sinn-Ökonomie / Social Business / Start-up-Culture / Work-Life-Blending.

Das Glossar umfasst Begriffe, von denen einige zum Wortbestand des Dudens gehören: *Co-Working*, *Corporate*, *Human Relations*, *Kollaboration*, *Plattformökonomie*, *Resilienz*, *Start-up*, *Work-Life*.

Die digital-technischen Strukturen — dazu zählen *Cloud- und Netzwerklösungen*, *Collaboration Tools* und *mobile Hardware* — ermöglichen eine neue Arbeitsumgebung und führen auf direktem Weg zum Begriff *Remote Work* und einem in der Arbeitswelt zunehmend anzutreffenden Trend. Zu nennen sind neben dem *Homeoffice Open-Space-Büros*, *Vanoffice*, *Café oder Hüttenbüro*,⁶ also ortsunabhängige Arbeit, die es erlaubt, konzentriert dort tätig zu sein, wo man auch seine Freizeit verbringen möchte.⁷ Gerade in der *Gig Economy*,⁸ dem wachsenden Arbeitsmarkt aus Selbstständigen, Freiberuflern und Menschen, die gelegentlich oder projektbezogen arbeiten, wird Arbeiten immer häufiger mit Reisen verbunden.⁹ Im Verständnis eines *Work-Life-Blendings* lösen sich die Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben vollkommen auf. *New Work* verspricht Entspannung, mehr Lebensqualität und Freude an der Arbeit, eine *Sinn-Ökonomie* scheint sich zum erstre-

⁶ Beschäftigte gehen von jedem beliebigen Ort aus ihrer Tätigkeit nach.

⁷ <https://www.ahd.de/was-bedeutet-remote-work/#definition>.

⁸ Teil des informellen Arbeitsmarktes, bei dem zeitlich befristete Aufträge flexibel und kurzfristig an Arbeitssuchende, geringfügig Beschäftigte, unabhängige Selbständige oder Freiberufler vergeben werden; engl. *gig* für 'Auftritt', *economy* für 'Wirtschaft'.

⁹ <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/gig-economy-122673>.

benswerten Ziel zu mausern.¹⁰

Was verbirgt sich hinter dieser *Sinn-Ökonomie*? Das Glossar gibt Antwort:

Neue Dimensionen der Wertschöpfung abseits des Denkens in Wachstum und Profitmaximierung rücken in den Vordergrund: sozialer Mehrwert, Nachhaltigkeit, eine glückliche Mitarbeiterschaft, gesellschaftlicher Fortschritt. Unternehmen, die in Zeiten erfolgreich sein wollen, welche dem Wachstum zunehmend kritisch gegenüberstehen, sollten diese neuen Wertvorstellungen der Sinn-Ökonomie selbst leben und vorantreiben.

Auch *Kollaboration* und *Remote Work* werden im Glossar des Zukunftsinstitutes erläutert:

Unter *Kollaboration* versteht man die oft technisch vermittelte Zusammenarbeit in Teams. Zielsetzung ist meist die Erzeugung neuer Ideen oder Problemlösungen, häufig ist die Zusammenarbeit intensiv, kreativ und zeitlich begrenzt. Durch Austausch entstehen neue Verbindungen oder Sichtweisen. Die digitale Kommunikation ist dabei ein starker Treiber.

Remote Work: Nicht im Büro zu arbeiten, sondern zu Hause, an einem *Third Place* oder gar in einem anderen Land, erleichtert das *Work-Life-Blending* entscheidend und ermöglicht Mitarbeitenden mehr Freiheiten. In der Corona-Krise arbeiteten so viele Menschen im *Homeoffice* wie nie zuvor — *Remote Work* ist damit endgültig im *Mainstream* angekommen und wird die Arbeitswelt nachhaltig beeinflussen.¹¹

Allein zur Erläuterung dieses aus dem Englischen entlehnten Begriffes scheinen vier weitere erforderlich, die wiederum erläuterungsbedürftig sein können.

2. Megatrend Neo-Ökologie — Vom individuellen Lifestyle zur gesellschaftlichen Bewegung

Das Umweltbewusstsein ist *vom individuellen Lifestyle zur gesellschaftlichen Bewegung* geworden und nimmt Einfluss auf Kaufentscheidungen, gesellschaftliche Handlungsmoral oder Unternehmensstrategien. Der Megatrend *Neo-Ökologie* etabliert ein *neues Werte-Set*, das in alle Lebensbereiche hineinreicht sei es in Politik, Wirtschaft oder Alltagskultur. Dies erfordert fundamentales Umdenken.

¹⁰ <https://www.zukunftsinstitut.de/index.php?id=19>.

¹¹ <https://www.zukunftsinstitut.de/index.php?id=19>.

Ein solcher *Reset*, so die Trendforscher, ebnet den Weg für eine von *Nachhaltigkeit und Entschleunigung* geprägte *Post-Corona-Gesellschaft*.

Anstelle eines Glossars finden sich zum genannten Trend vier Thesen mit prägenden Begriffen wie *Neo-Ökologie — Ökosystem — Klimawandel — Resilienz — Nachhaltigkeit — Ressourcen — Innovationen — Green Tech — Sinn-Ökonomie — Generation Global — globales Mindset — sozialer Mehrwert — kritischer Konsum — nachhaltig, gerecht*.

Ein Blick auf These 4 *Die Generation Global schafft eine nachhaltige Welt* vermittelt deren Inhalt, zusammengefasst wie folgt: Die nachwachsende Generation prägt ein neues globales Mindset. Sie steht für progressiven Pragmatismus, für vernetztes Denken und eine neue Ernsthaftigkeit — weil es um ihre Zukunft geht. Sinn und sozialer Mehrwert sind für sie elementare Kriterien eines kritischen Konsums. Das Ziel der *Generation Global*: eine nachhaltigere, gerechtere Wirtschaft und Gesellschaft (ibid.).

3. Megatrend *Urbanisierung* — Urbane Resilienz macht Städte zukunftsfähig

Bis 2030 soll es nach Angaben der Vereinten Nationen 43 Megastädte (derzeit 33) mit jeweils mehr als zehn Millionen Einwohnern geben, in denen dann 60 Prozent der Weltbevölkerung wohnen.

Warum wird das so sein?

Im Zukunftsinstitut von Horx heißt es dazu: Städte ziehen kreative Köpfe an, treiben den Fortschritt voran und sind die wirtschaftlichen Machtzentren der Welt. Hier gibt es einen differenzierten Arbeitsmarkt, individuelle Freiheit (siehe *New Work*), kulturelle und soziale Diversität. Die Probleme der Urbanisierung werden kreativ durch die Bewohner selbst gelöst. Nachhaltiges, grünes Stadtleben, bürgerschaftliches, freiwilliges, soziales Engagement, Initiativen wie *Transition Town* für eine von fossilen Brennstoffen unabhängige Energieversorgung,¹² *urbane Gardening*¹³ oder *Stadtradeln*, eingebettet

¹² Die *Transition Town Initiative* hat ihren Ursprung in Kinsale (Irland). Es wurde ein Plan zur Senkung des Energieverbrauchs entwickelt, um die Unabhängigkeit der Stadt vom Erdöl zu erreichen.

¹³ Bewegung (engl.: *Urban Gardening*) in den späten 1960er und 1970er Jahren in New York City, USA, infolge der Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage in Städten.

in das Konzept der *15-Minuten-Stadt*,¹⁴ machen Städte resilient, ganz im Sinne eines *Smart-City*-Ansatzes (KREHL 2015; MÜLLER 2011). Auf kommunaler Ebene findet der Trend seinen Niederschlag in Gestalt der *Urban Diplomacy*. Sie versteht sich als Vernetzung gleichgesinnter Städte zur Lösung außen- und sicherheitspolitischer Fragen. Dabei geht es um Lösungen im Umgang mit ausländischen Investitionen in kritische Infrastrukturen — hier sei an die Deutsche Finance Group erinnert, Terrorismusbekämpfung, Umsetzung von Asyl- und Klimapolitik. Städte und Kommunen sind bei der Stärkung gesamtgesellschaftlicher *Resilienz* die zentralen Akteure.

Im Glossar finden sich die Kernbegriffe, von denen einige den Einzug in den Duden geschafft haben: *Global City*, *Megacity*, *Responsiv*, *Farming*, *Vertical*.

Glossar:

- #** 15-Minuten-Stadt;
- C** Co-Living / Condensed Spaces;
- G, H** Global Citys / Healing Architecture;
- M** Megacitys / Micro Housing;
- P, R** Progressive Provinz / Responsive City;
- S, T** Smart City / Third Places;
- U, V** Urban Farming / Urban Manufacturing / Vertical Villages.

Auszüge aus dem Glossar:

15-Minuten-Stadt: In einer Viertelstundenstadt soll der Raum so segmentiert und dezentralisiert werden, dass alle notwendigen Bereiche des alltäglichen Lebens innerhalb von 15 Minuten mit dem Fahrrad oder zu Fuß angesteuert werden können: Einkaufsmöglichkeiten, Arztpraxen, Bildungseinrichtungen, Behörden, sportliche Einrichtungen, Naherholungsflächen und öffentliche Verkehrsmittel;

Megacitys sind Städte mit 10 Millionen oder mehr Einwohnern. Viele dieser riesigen Metropolen haben hohe Wachstumsraten. Ihre Anzahl wird nach Prognosen der United Nations (UN) bis zum Jahr 2035 auf fast 50 steigen. Die schiere Größe der Megastädte stellt sie vor gewaltige Herausforderungen in Bezug auf Infrastruktur, Lebensqualität und Nachhaltigkeit;

¹⁴ Das Konzept ist zurückzuführen auf Professor Carlos Moreno, Leiter des Institut Entrepreneuriat, Territoire, Innovation, Sorbonne Universität Paris.

Urban Farming: Immer öfter werden brachliegende und andere Flächen in Städten zum lokalen Anbau von Lebensmitteln umgenutzt. Oft spielen dabei neue Technologien wie Vertical Farming eine Rolle. Während beim Urban Gardening Lebensqualität und Erholung im Vordergrund stehen, geht es beim Urban Farming darum, einen Teil der Lebensmittelproduktion in die Stadt zu verlagern, um die Lebensmittelversorgung regionaler und resilienter zu gestalten.

4. Megatrend *Mobilität* — Ein nahtloses System: postfossil, vernetzt und (teil-)autonom

Die Trendanalysten aus dem Zukunftsinstitut Horx postulieren: Der Megatrend *Mobilität* ist eng verknüpft mit der Zunahme der Megacitys und beschreibt die Entstehung einer mobilen Weltkultur durch neue Produkte und Services sowie die künftige Nutzung von Verkehrsmitteln. Das Auto verliert seine Bedeutung als Statusobjekt und wird nur noch *ein* Bestandteil unter vielen anderen Fortbewegungsmitteln in einem nahtlosen System sein — postfossil (ohne Benzin), vernetzt und (teil-)autonom (selbstfahrend).

Straßen werden verschlankt zugunsten von Radfahrern und Fußgängern sowie öffentlichen Verkehrsmitteln. Dieser Umbau heißt entsprechend *Road Diet* (*Straßen-Diät*). So soll den Übergang vom fossilen zum *postfossilen* Zeitalter, von der lauten zur leisen, von der unsicheren zur sicheren Stadt gelingen.

Das Glossar ist gut gefüllt, einige Begriffe sind im Duden nachzuschlagen: *Mobilität*, *All-inclusive*, *Carsharing*, *Multimodalität*, *ÖPNV*, *Pedelec*.

Glossar:

- #** 15-Minuten-Stadt / 24/7-Gesellschaft;
- A** Achtsame *Mobilität* / Active Lifestyles / Aktive *Mobilität* / All-inclusive *Mobility* / Automatisiertes Fahren;
- B, C** Bike-Boom / Carsharing;
- D** Dash Delivery / Delivery Bots / De-Touristification / Drop-off Area;
- E, G** E-Mobility / Global Migration;
- H, I** Healthy *Mobility* / Intelligente Infrastruktur;
- K, L** Kooperatives Fahren / Letzte Meile bzw. Last Mile Concepts;
- M** Mikromobilität (engl. *Micromobility*) / Mobile Living / *Mobilität* / *Mobility* as a Service (MaaS) / *Mobility Hubs* / *Mobility Seeker* / Modal Split / Modern Nomadism / Multimodalität (multimodaler

- Verkehr);
- O** Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) / Omnichanneling;
 - P** Passive Mobilität / Pedelec (Pedal Electric Cycle) / Peer-to-Peer Carsharing (P2P Carsharing);
 - R** Resonanz-Tourismus / Ride Hailing / Ride Pooling / Ridesharing / Road Diet / RoboCab;
 - S** Seamless Mobility / Shared Mobility / Slow Travel / Surge Pricing;
 - T** Transportation Network Company (TNC) / Third Places / Twalking;
 - U** Umweltverbund / Unterwegs-Märkte.

Bei tiefergehendem Interesse wird man im Glossar weiter fündig: *Passive Mobilität* bezeichnet Mobilitätsformen, die ausschließlich durch Fremdenergie ermöglicht werden;

Aktive Mobilität umfasst alle Fortbewegungsarten, die ganz oder teilweise auf Muskelkraft basieren: insbesondere zu Fuß gehen und Fahrradfahren, aber auch die Nutzung von Tretroller, Skateboard oder Pedelec (Pedal Electric Cycle — Fahrrad mit einem elektrischen Hilfsmotor);

Shared Mobility ist die sequentielle, als Mobilitätsangebot organisierte Nutzung von Fahrzeugen, auf die kurzfristig und in einem spezifischen Verfahren von einem bestimmten Nutzerkreis zugegriffen wird. Die Aufnahme und Rückgabe von Fahrzeugen ist stationsbasiert oder stationsunabhängig organisiert;

Letzte Meile bzw. Last Mile Concepts: Die letzte Meile ist der letzte (oder erste) Teilabschnitt einer Wegekette, der Nutzerinnen und Nutzer unmittelbar anbindet. <...> Für das Gelingen eines nachhaltigen und nahtlosen Mobilitätssystems wird die letzte Meile, die Lieferung bis zur Haustür des Kunden, immer mehr zum kritischen Nadelöhr, sowohl für private als auch für Geschäftszwecke. Last Mile Concepts professionalisieren sich und werden immer ausdifferenzierter, indem sie in Richtung Komfort, Sicherheit und Technologie erweitert werden — sowohl im suburbanen Raum als auch in den Innenstädten.

5. Zusammenfassung

Transformation als Dauerzustand in der modernen Gesellschaft — Kann die Sprache mithalten? Vielleicht sollte nach den im Beitrag dargelegten Ausführungen die Frage lauten: Können die Sprecher mithalten? Besonders dann, wenn

— Vertreter aus Wissenschaft und Praxis miteinander kommunizieren;

— Fachleute mit Kunden sprechen;
— Unternehmer sich von Unternehmern beraten lassen...
... wenn also verschiedene Denkweisen aufeinandertreffen und Fach- bzw. Wissenschaftssprache in die Alltagssprache einsickert?

Die Analyse kommt zu folgendem Fazit:

— Englischkenntnisse sind erforderlich;
— englische Begriffe für Neuerungen sind eingeführt und haben sich behauptet (z. B. *All-inclusive, sharing, slow-, urban-, smart, Start-up*).

Englische Begriffe werden konzeptionell verwendet (z. B. *Road Diet, Urban Farming, Work-Life-Blending, Gig Economy*).

Begriffe sind einer Fach- bzw. Nutzergruppe zugänglich und für die Allgemeinheit erklärungsbedürftig (z. B. *15-Minuten-Stadt, Sinn-Ökonomie, Resonanz-Tourismus*).

Gegenwärtig gewinnt die *15-Minuten-Stadt* in Deutschland an Popularität. Bekannte Zeitungen wie „Der Spiegel“ wecken die Aufmerksamkeit unter der Überschrift *Hype um 15-Minuten-Stadt*.¹⁵ Die öffentliche Diskussion um das Für und Wider hat begonnen: Grünflächen, Fahrradwege, Multinutzung — autofrei und dennoch dynamisch — sollen die Lebensqualität in Ballungszentren erhöhen. Kritiker argumentieren mit dem ungeeigneten Mobilitätsangebot für eine älter werdende Bevölkerung, hohe Mietpreise oder der noch ungelösten Überwindbarkeit der zeitlichen und räumlichen Distanz zwischen Wohnen und Arbeiten (EISENREICH 2021).

Список литературы / Zitierte Literatur / References

- Berger, Karen & al. (2016) *Communication Insights Wohin geht die Reise? Der digitale Wandel der Unternehmenskommunikation*. Leipzig: Günter Thiele Stiftung.
- Burkhardt, Nadin. (2021) *Dieselbe Welt — und doch alles anders? Transformationen in Zeiten religiöser und gesellschaftlicher Umbrüche*. Tagung des KU-Zentrums für Religion, Kirche, Gesellschaft im Wandel. H-Soz-Kult. Retrieved from <https://www.hsozkult.de/event/id/event-97438>.
- Deuringer, Christian. (2000) *Organisation und Change Management: Ein ganzheitlicher Strukturansatz zur Förderung organisatorischer Flexibilität*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

¹⁵ <https://www.spiegel.de/auto/15-minuten-stadt-wo-der-traum-vom-urbanen-bullerbue-an-grenzen-stoesst-a-c7e528ca-5150-414e-950f-418d6be46259>.

- Duden Wirtschaft von A bis Z. (2016) Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag. Mannheim: Bibliographisches Institut; Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung (Lizenzausgabe). [6. Aufl.]
- Eisenreich, Stephanie. (2021) *Paris auf dem Weg zur Stadt der 15 Minuten?* Retrieved from <https://www.goethe.de/ins/fr/de/kul/dos/nhk/22079262.html>.
- Horx, Matthias. (2011) *Das Megatrend-Prinzip. Wie die Welt von Morgen entsteht*. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Krehl, Stephan. (2015) Transition Town Initiativen im deutschsprachigen Raum: Ein systematischer Überblick über Vorkommen, Schwerpunkte und Einfluss auf die Energiewende vor Ort. *Wirtschaftswissenschaftliche Schriften*, 3, 15.
- Krys, Christian. (2020) *Trend-Compendium 2050: Diese Megatrends bestimmen die nächsten Jahrzehnte*. München: Roland Berger Institute.
- Müller, Christa. (2011) *Urban Gardening Über die Rückkehr der Gärten in die Stadt*. München: oekom verlag, 22—53.
- Müller, Thomas Oliver. (2017) *Factbook Megatrends*. München: Handelsblatt Research Institute.
- Naisbitt, John. (1982) *Megatrends. Ten New Directions Transforming Our Lives*. New York: Verlag Grand Central Pub.

Barbara Lachhein
Society for German-Russian Dialogue

Zhanna V. Nikonova, Larisa A. Averkina
Nizhny Novgorod State Linguistics University

Transformation as a Permanent Status in Modern Society — Can Language Still Keep Up?

Profound events such as the Covid 19 pandemic, climate change or geopolitical conflicts act as catalysts and they promote social change, so that people find themselves exposed to constant change. The desirable perception of the future becomes an anchor, megatrends the guideline put into words. The process makes use of a lexis that should be subjected to consensus checking from different perspectives, in different settings. Megatrend research certainly needs to be illustrated in a purely scientific context an explanatory, practice-oriented approach. In the field of customer-benefit communication, megatrends should enable decision-making processes with prospects of success in the future to be influenced, which is illustrated by the relationship between specialists in the financial sector and

customers outside this sphere. Even in typical B2B constellations, primarily concerning globally operating companies, knowledge and understanding of megatrends should enable them to develop future-oriented solutions that strengthen their companies' sustainability. Characteristic for the forecasting of upcoming, not yet tangible events is the use of English terms, which can be observed in the analysis of the exemplarily selected megatrends *New Work*, *Neo Ecology*, *Urbanisation* and *Mobility*. Some of the terms describing the trends are already listed in the Duden dictionary. English language skills are trendy and facilitate the verbal exchange of the relevant content. It should be noted that relevant terms have their contextual meaning, such as *Sharing*, or are to be understood conceptually, such as *Gig Economy*, while others seem to require general explanation even outside English, such as *15-minute city*. This article discusses linguistic adaptation in academic, professional and everyday use of the German language from the perspective of the native speaker as well as the interpreter and translator.

Keywords: Transformation; Megatrend; New Work; Neo-Ecology; Urbanization; Mobility

Барбара Лаххайн

Общество германо-российских встреч (Германия)

Жанна В. Никонова, Лариса А. Аверкина

Нижегородский государственный лингвистический университет

Как реагирует язык на процесс постоянных трансформаций в современном обществе?

Глобальные события, такие как Covid-19, проблемы климата или геополитические конфликты, оказывают на человечество огромное влияние и приводят общество к серьезным и постоянным изменениям. Стремление понять будущее обуславливает необходимость формирования новых принципов, образов и представлений, иначе говоря, нового руководства к действию, в рамках которого складывается понятие *мегатренды*. Исследование мегатрендов, безусловно, нуждается в объяснительном, практикоориентированном подходе, чтобы можно было проиллюстрировать их в дальнейшем в чисто научном контексте. Мегатренды в будущем будут оказывать решающее влияние на формирование взаимосвязей в коммуникационной схеме «клиент-выгода», примером чего сейчас являются отношения между специалистами финансового сектора и клиентами вне этой сферы. В процессе коммуникации используется

лексики, которая в разных контекстах и с учетом различных точек зрения должна быть принята и одобрена специалистами. В основном, как показывает наш анализ мегатрендов, лексическим источником новых понятий выступает вокабуляр английского языка: New Work 'неокарьер', Neo-Ökologie 'неоэкология', Urbanisierung 'урбанизация', Mobilität 'мобильность'. Некоторые значения, относящиеся к основным трендам, в настоящее время уже зафиксированы в словаре Дудена. Знание английского языка входит в моду и существенно облегчает понимание их содержания. Следует отметить, что значения многих понятий, заимствованных из английского языка, определяются контекстом (Sharing 'каршеринг'), некоторые понятия должны пониматься концептуально (Gig Economy 'особая форма рынка труда'), в то время как другие нуждаются в пояснениях вне связи с английским языком (15-Minuten-Stadt 'удобный для жизни город, в котором все находится в шаговой доступности'). Описанные лексические единицы, используемые в научных, специальных и бытовых текстах, рассматриваются в статье с позиций как носителя немецкого языка, так и переводчика.

Ключевые слова: трансформация; мегатренд; неокарьер; неоэкология; урбанизация; мобильность

Для цитирования:

Lachhein B., Nikonova Sh. V., Averkina L. A. Transformation als Dauerzustand in der modernen Gesellschaft — Kann die Sprache mithalten? // Русская германистика: Ежегодник Российского союза германистов. 2023. № XX. С. 216—230. DOI: 10.47388/2782-2605/lunn2023-20-216-230.

To cite this Article:

Lachhein, Barbara; Nikonova, Zhanna V. & Averkina, Larisa A. (2023) Transformation als Dauerzustand in der modernen Gesellschaft — Kann die Sprache mithalten? (Transformation as a Permanent Status in Modern Society — Can Language Still Keep Up?). *Russkaya germanistika: Yezhegodnik Rossiyskogo soyuza germanistov* (Germanic Philology in Russia: Yearbook of the Russian Union of Germanists), 20, 216—230. DOI: 10.47388/2782-2605/lunn2023-20-216-230.

*Статья поступила в редакцию 01.02.2023; принята к публикации 17.04.2023
The article was submitted 01.02.2023; accepted for publication 17.04.2023*