

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В НЕМЕЦКОМ МОЛОДЕЖНОМ ЖУРНАЛЕ «BRAVO»

ANGLICISMS IN THE GERMAN YOUTH MAGAZINE "BRAVO"

**E. Nikitina
A. Alekseeva
O. Gryadunova
Yu. Klimuk**

Summary: The use of Anglicisms in the German youth press, in particular in the magazine «Bravo», is explained by advertising and commercial purposes. The most numerous group of Anglicisms is represented by nouns that preserve the orthographic features of the source language when penetrating. In the group of substantive Anglicisms, a group of compound words (Komposita) is distinguished, a special place in which the mixed compound words (Mischkomposita) occupy a special place.

Keywords: anglicisms, borrowings, youth press, youth language, nouns, morphological principle, compound words, mixed compound words.

Никитина Елена Александровна

Кандидат филол.н., доцент, Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)
injaz@inbox.ru

Алексеева Анна Борисовна

Старший преподаватель, Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)
annblok@mail.ru

Грядунова Ольга Вячеславна

Старший преподаватель, Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)
olga-gryadunova@yandex.ru

Климук Юлия Вакильевна

Старший преподаватель, Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)
juliana.86@mail.ru

Аннотация: Использование англицизов в немецкой молодежной прессе, в частности в журнале «Bravo», объясняется рекламными и коммерческими целями. Наиболее многочисленную группу англицизов представляют имена существительными, сохраняющие при проникновении графические и орфографические особенности языка-источника. В группе субстантивных англицизов выделяется группа сложных слов (Komposita), особое место в которой занимают смешанные сложные слова Mischkomposita.

Ключевые слова: англицизмы, заимствования, молодежная пресса, молодежный язык, имена существительные, морфологический принцип, сложные слова, смешанные сложные слова.

В процессе глобализации и растущего влияния англоязычных стран на экономику и культуру Германии усиливается и влияние английского языка не лингвистические процессы немецкого языка. Словарный запас всегда подвержен самым быстрым, но и самым поверхностным процессам изменения языка – он исторически сравнительно нестабилен. Влияние английского языка росло на протяжении веков, в 21 веке этот процесс усиливается. Отчасти это связано с распространением английского языка во все большем количестве отраслей. Точное количество англицизов в немецком языке трудно (если не невозможно) оценить.

Молодежь очень активно осваивает все новое и современно, в том числе пополняет свой язык новыми лексическими единицами, которые проникают в язык. Молодежный язык отличается инновационностью, гибкостью и изменчивостью. В данной статье мы рассматриваем наиболее важную особенность молодежного сленга – это использование англицизов.

В наши дни молодежь ежедневно сталкивается с ан-

глийским языком, особенно в средствах массовой информации. Использование интернета, американские фильмы и песни, реклама в средствах массовой информации вполне могут пробудить у молодежи чувство принадлежности к обществу за счет использования в них заимствованных единиц. Под заимствованиями мы в след за Л.П. Крысиным понимаем слова, иноязычные элементы, внедренные в язык некоторой группой говорящих, или перенесённые из одного языка в другой «субстанциональные элементы», такие как морфемы, слова, фразеологизмы. [2] Использование англицизов в молодежном языке также является важным показателем взаимосвязи идеалов молодежи и представления об американском прогрессе, современности и свободе. [8] Таким образом, можно выявить тенденцию молодежи к современности и интернациональности. Англицизму отдается предпочтение как обладающему большими экспрессивными и стилистическими возможностями слову в сравнении с исконными единицами. [6] Области, которые освещаются в молодежной прессе и которые требуют много англицизов, — это, прежде всего, мода, технологии, любовь и известные люди.

Важным источником пополнения молодежного сленга являются массовые средства информации, в частности немецкий молодежный журнал «Bravo».

«Браво» — это самый популярный и лидирующий на рынке молодежный журнал Германии, основанный в 1956 году. Это молодежное издание, в котором публикуются статьи о звездах телевидения, кино и музыки. Поскольку цель молодежных журналов – идентифицировать себя с молодежью, редакторы стараются использовать молодежный сленг. Помимо стремления быть принятым, язык, используемый в молодежной прессе, имеет и коммерческое значение. Все, что написано на молодежном языке, то есть, прежде всего, англицизмы, также должно быть современным и привлекательным для целевой аудитории и затрагивать области интересные для молодежи.

Анализ лексического материала немецкого журнала «Bravo» показал, что наиболее многочисленную группу англоамериканизмов образуют имена существительные (200 единиц), прилагательные и наречия (15 единиц), и глаголы (18 единиц).

Имена существительные

Существительные представляют самую большую группу заимствований-англицизмов. При переходе в немецкий язык, субстантивные единицы, как правило, пишутся с заглавной буквы, например, *die Massage, der Look, der Move*. С морфологической точки зрения форма множественного числа чаще всего образуется по правилам английского языка, то есть добавляется окончание *-s*, ср. *Partys, Shows, Songs*.

В процессе заимствования возникает вопрос о грамматическом роде заимствованных субстантивных единиц. Наибольшее число субстантивных единиц получают мужской род, ср.: *der Content, der User, der Look*. В таких единицах, как *der YouTuber, der Follower, der Newcomer* естественный род совпадает с грамматическим и на их основе образуются существительные женского рода, например: *die Userin, die Babysitterin*. В дальнейшем морфологический принцип распространяется и на другие единицы с суффиксом *-er*. По аналогии с немецким языком англоамериканизмы, оканчивающиеся на *-er* и обозначающие неодушевленные предметы, тоже получают мужской род, ср.: *der Thriller*. Морфологический принцип лежит в основе слов, которые оканчиваются на *-or*, по аналогии с немецким языком они получают мужской род, например, *der Horror*.

При определении рода заимствованных из английского языка слов, одним из первостепенных является принцип следующего ближайшего лексического соответствия (*die nächste lexikalische Entsprechung*). Напри-

мер, к мужскому роду относится слово *der Content*, вероятно, из-за лексического соответствия слову *der Inhalt*; женский род: *die City — die Stadt, die Power – die Kraft, die Show – die Schau* и т.д.; средний род: *das Game – das Spiel, das Hype — das Tamtam* и т.д.

Глаголы

К группе глаголов относятся такие единицы как *chillen, haten, hypen, chatten, designen, campen, facebooken, kreativen, shoppen, scrollen, klicken, daten* (в значении «встречаться с кем-либо, быть в отношениях»), *videobloggen*. Как показывают примеры, данные единицы ассимилируются в немецком языке и приобретают глагольное окончание *-en*. А некоторые глагольные единицы приобретают и другие грамматические формы, например, форму Partizip II. Ср.: *Die Farbe pink wird gehated. Aber viele der gehypten Web-Stars gehen auch ihrer Musik Passion nach!* [9]

Имена прилагательные

Корпус заимствованных имен прилагательных насчитывает такие единицы как: *cute, clean* (в значении «быть чистым, не употреблять наркотики»), *deep, high, supercute, single, happy, tough, diverse, simple, up-to-date* значении *modern*. К наиболее употребляемым относятся *cool, clever, easy, sexy*. Единицы *cute, deep, fair (unfair), cool, tough* и *clever* обнаруживают большую степень ассимиляции в немецком языке, что наглядно прослеживается в способности образовывать полную парадигму (*ein cooler, ein cleverer*) и склоняются как любое немецкое прилагательное. Ср.: *Mit allen Facetten! Niemand hat nur coole und toughe Seiten*.

Viele unserer Lieblings-Stars sind bereits stolze Eltern und versorgen uns mit den cutesten Pics ihres Nachwuchs.

“Sie haben Frauen eingeladen, die sie für heiß hielten, damit sie sie betrunken und high genug machen konnten, um Sex mit ihnen zu haben”. [9]

Единицы *sexu* и *easy* употребляются чаще в предикативной форме, например: *Aber so easy ist das nicht!*

В группе субстантивных англоамериканизмов необходимо выделить и сложные слова (*Komposita*).

Сложные слова заимствуются из языка-источника в исходном виде, с полным сохранением графического и орфографического облика. Такой вид заимствования получил название «трансплантация». [5] Редакторы журнала сохраняют орфографические особенности английского языка, лишь изменяя строчную букву в существительных на прописную. Например: *Rap-Stars, Hip-Hop, Single-Charts, Web-Shop, TV-Comeback, Twitter-Userin, Nature-Look, Release-Days, Action-Thriller, Realty-Show, Smooth-*

ie-Shop, Home-Workout, Dirty-Talk. В других заимствованиях дефис может отсутствовать, ср. *Songwriter, Fanbase*, что свидетельствует о некоторой степени ассимиляции данных единиц.

Среди англицизмов отдельную группу образуют смешанные сложные слова *Mischkomposita*. Согласно классификации Стефани Боман, к смешанным сложным словам относятся лексические единицы, созданные из материала иностранного и собственного языков. [7] Заимствованный компонент может занимать пост и препозицию к немецкой единице. К таким единицам относятся, например, *Mädchen-Watchlist, Tanzskills, Sommerjob, Nebenjob, Zusatz-Shows, Rap-Welt, Deutsch-Rap, Rap-Kollege, Lieblings-*

Star, Shopping-Angebote, Allround-Talent, Hip-Hop-Geschäft, Traumjob, Lieblings-song. Наиболее продуктивным компонентом в составе сложных слов является лексическая единица *Streaming*, ср.: *Streaming-Dienst, Streaming-Boss, Video-Streaming, Streaminganbieter, Streaming-Anfrage, Streaming-Busines, Streaming-Qualität*.

Анализ лексического материала показал, что молодежная пресса оказывает колоссальное влияние на молодежный жаргон, распространяя англицизмы в коммерческих и рекламных целях. Англицизмы «трансплантируются» в немецкий язык и в дальнейшем начинают в той или иной степени ассимилироваться в заимствующем языке и функционировать в его лексическом пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зеленин А.В. Типология лексических заимствований в эмигрантской прессе (1919-1939) // Вопросы языкознания. – 2008. – №1. – С. 85-120.
2. Крысин, Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. – М.: Просвещение, 1968. – 208 с.
3. Крысин, Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). Отв. ред. Е. А. Земская. – М., 1996, с. 142-161.
4. Крысин, Л.П. Вторичное заимствование и его описание в толковом словаре // Русский язык сегодня. – Сб. статей. – Вып. 3. – М., 2004, с. 143-149.
5. Невежина, С.Б. О способах передачи иностранных слов в русском языке. // Вопросы исследования и преподавания иностранных языков: межвуз. тематич. сб. науч. тр. / Омский гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского; под ред. Г. Г. Галич. – Омск, 2003. – Вып. 4. – 328 с.
6. Никитина Е.А., Воног В.В., Алексеева А.Б., Филончик О.А Лексико-семантические особенности употребления англоамериканизмов в молодежной интернет-переписке. // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки №3/2 Научно-практический журнал – Москва: Научные технологии, 2021.– С. 157-159
7. Bohman, S. Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche / S. Bohman. – 1996. – 314 S.
8. Jörges, Claudia (2004): Anglizismen in der Jugendsprache. München, GRIN Verlag, <http://www.grin.com/de/e-book/108943/anglizismen-in-der-jugendsprache> (20.06.2023)
9. Электронный ресурс немецкого журнала «Bravo» <https://www.bravo.de/itsme-die-grosse-bravo-girl-kampagne-393269.html>

© Никитина Елена Александровна (injaz@inbox.ru), Алексеева Анна Борисовна (annblok@mail.ru), Грядунова Ольга Вячеславна (olga-gryadunova@yandex.ru), Климук Юлия Вакильевна (juliana.86@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»