



УДК 811.112.2'276.3-053.6:070

УЖИВАННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ (НА ПРИКЛАДІ ТЕКСТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ ВЕРСІЇ ЩОТИЖНЕВОЇ ГАЗЕТИ «DIE ZEIT»)

Євчук А.М., к. філол. н., асистент

кафедри германського, загального й порівняльного мовознавства
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Статтю присвячено вивченню функціонування сучасної молодіжної сленгової лексики в електронних німецькомовних виданнях, зокрема інтернет-версії щотижневої газети «Die Zeit». Розглядаються причини вживання молодіжного сленгу в сучасній німецькомовній пресі та шляхи його потрапляння в газетні статті, здійснюється кількісний аналіз на основі відомостей словника сучасного німецькомовного молодіжного сленгу «100% Jugendsprache» видавництва Langenscheid (Мюнхен, 2014 р.) і вживання сленгових лексем в електронних версіях статей щотижневої газети «Die Zeit» за останні чотири роки.

Ключові слова: соціолінгвістика, молодіжна мова, сленгова лексема, газетний текст, експресивність мовлення.

Статья посвящена изучению функционирования современной молодежной сленговой лексики в электронных немецкоязычных изданиях, в частности интернет-версии еженедельной газеты «Die Zeit». Рассматриваются причины употребления молодежного сленга в современной немецкоязычной прессе и пути его попадания в газетные статьи, осуществляется количественный анализ на основе данных словаря современного немецкоязычного молодежного сленга «100% Jugendsprache» издательства Langenscheid (Мюнхен, 2014 г.) и употребления сленговых лексем в электронных версиях статей еженедельной газеты «Die Zeit» за последние четыре года.

Ключевые слова: социолингвистика, молодежная речь, сленговая лексема, газетный текст, экспрессивность речи.

Yevchuk A.M. THE USE OF YOUTH SLANG IN MODERN GERMAN ELECTRONIC PUBLICATIONS (INCLUDING ONLINE VERSIONS OF WEEKLY NEWSPAPER “DIE ZEIT”)

The article is dedicated to studying the use of modern youth slang in German electronic publications, including online versions of weekly newspaper “Die Zeit”. For the first time the article observes the reasons of youth slang usage in modern German press and how it is brought into the newspaper articles. A quantitative analysis is being conducted based on the German-English dictionary of modern German youth language “100% Jugendsprache” (Langenscheid, München, 2014) as well as usage of slang lexemes in electronic versions of the articles of weekly newspaper “Die Zeit” over the last four years.

Key words: sociolinguistics, youth language, slang lexeme, newspaper text, expressive speech.

Постановка проблеми. Дослідженню функціонування лексичних і фразеологічних одиниць у німецьких газетно-журнальних текстах присвячена значна кількість робіт [3; 5], але особливостям уживання молодіжного сленгу в сучасній німецькомовній пресі не приділялося достатньої уваги. Саме із цим фактом і пов'язана актуальність нашого дослідження.

Постановка завдання. Мета нашого наукового пошуку – розглянути особливості функціонування та специфіку сленгової лексики в сучасних німецькомовних газетних текстах, а завдання – висвітлити причини та шляхи потрапляння молодіжного сленгу в сучасну німецьку пресу, установити кількість сленгових лексем і частоту їх уживання в газетних статтях за останні чотири роки.

Матеріалом дослідження став словник сучасного німецькомовного молодіжного сленгу «100% Jugendsprache» видавництва Langenscheid (Мюнхен, 2014 р.) [8] та інтернет-архів щотижневої німецької газети «Die Zeit» (ZEIT ONLINE) [9].

Наукова новизна дослідження полягає в спробі визначити особливості вживання молодіжної мови в сучасних німецькомовних газетних текстах і виявити, яким чином сленгові лексеми потрапляють у пресу та котрі з них вживаються в мові преси найчастіше.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціолінгвістика – галузь лінгвістики, яка вивчає мову у зв'язку із соціальними умовами її існування. Соціальними умовами окремі дослідники вважають комплекс зовнішніх обставин, в яких реально функціонують і розвиваються мова та мовлення, а саме: 1) суспільство людей, які використовують певну мову; 2) соціальну структуру цього суспільства; 3) розбіжності між носіями мови за віком, соціальним статусом, рівнем культури й освіти, місцем проживання тощо; 4) розходження в мовній поведінці носіїв залежно від ситуації спілкування [4, с. 4].

Американський дослідник В. Лабов, який є одним з основоположників сучасної соціолінгвістики, розглядає соціолінгвістику як

галузь науки, яка вивчає мову в її соціальному контексті [1, с. 65]. Якщо тлумачити це визначення, то треба вказати, що увага соціолінгвістів звернена «не на власне мову, не на її внутрішній лад, а на те, як користуються мовою люди, що складають те або інше суспільство» [4, с. 4]. При цьому враховуються всі чинники, які можуть впливати на використання мови: від характерних особливостей самих мовців до специфіки конкретного мовленнєвого акту.

Молодіжний сленг є активним шаром лексики, який не лише видозмінюється, а й оновлюється згідно з вимогами часу. У кожному епоху молодь кидала виклик суспільству, не сприймала усталені норми та зразки мови, що призводило до появи особливої мовленнєвої культури та порушення мовних норм. Це є проявом глибинних соціально-культурних і ментальних зсувів у свідомості мовців [7, с. 267–268].

Засобами поширення інформації в сучасному суспільстві поряд з інтернетом, телебаченням і радіо є інтернет-версії щотижневих газет і суспільно-політичних журналів, які обслуговують спілкування в соціумі й утворюють особливі культурні системи зі своєю нормативною базою, відповідно до якої формується зміст і мова опублікованих у них матеріалів.

Газета – оперативне універсальне джерело інформації про стан справ у різних сферах як у межах країни, так і за кордоном. Суспільно-політичні журнали дають більш узагальнену інформацію, ніж газета, хоча в оперативності, на думку відомої дослідниці М. Брандес [2, с. 198], журнал у більшості випадків програє.

Мова преси з часів появи перших періодичних видань відзначалася динамікою й актуальністю в ході відображення суспільних явищ і думок, які панують у соціумі. Наближеність до читачів і безпосереднє перебування авторів статей в епіцентрі подій дають можливість відображати думку громадян і описувати процеси, які відбуваються в суспільстві, із залученням різноманітних мовних засобів, зокрема й сленгової лексики, що надає публіцистиці вагомого значення в сучасному світі.

«Die Zeit» (нім. «Час») – німецька щотижнева газета, яка вперше вийшла друком 21 лютого 1946 р. і дотримується центристських поглядів на політику. Як і багато інших сучасних видань, газета має власну онлайн-редакцію «Цайт онлайн» (ZEIT ONLINE). Станом на 2009 р. в усьому світі щотижня

продається понад півмільйона примірників цієї газети.

Насамперед потрібно підкреслити, що для проведення такого дослідження необхідне залучення значної кількості публіцистичних текстів, адже кількість сленгових лексем у мові складає менше 1% від усіх лексем, що вживаються в пресі. Зважаючи на це, ми вирішили скористалися можливостями корпусного текстового аналізу й електронним архівом німецькомовної щотижневої газети «Die Zeit» (ZEIT ONLINE).

Отже, корпус нашого дослідження склали 669 сленгових лексем зі словника «100% Jugendsprache» [7] і 5304 електронних варіанта текстів щотижневої газети «Die Zeit» із 2014 по 2017 рр. загальною кількістю 25 322 076 слововживань [8].

Період вибірки в чотири роки зумовлений намаганням дослідити особливості функціонування сленгових лексичних одиниць на сучасному етапі розвитку лексичного складу мови. В. Левицький зазначав, що не існує чітко визначених хронологічних обмежень стосовно сукупності досліджуваних текстів, оскільки хронологічний фактор у мові досліджений мало. Окрім того, різні рівні мови змінюються з різною швидкістю, тому, на його думку, під час проведення дослідження на газетному матеріалі слід обмежитися вузькими часовими рамками [6, с. 41].

У ході дослідження ми виявили вживання в текстах онлайн-версії щотижневої газети «Die Zeit» із 2014 по 2017 рр. 107 сленгових лексичних одиниць, що складає 16% від загальної кількості досліджуваних 669 сленгових лексем у словнику сучасного німецькомовного молодіжного сленгу «100% Jugendsprache».

Наступним кроком нашої мовознавчої студії був аналіз кількості вживань у газетних текстах онлайн-версії газети «Die Zeit» 107 сленгових лексем, виокремлених нами методом суцільної вибірки. Результати дослідження виявили 1647 випадків уживання сленгових лексем у 5304 сучасних німецькомовних текстах щотижневої газети «Die Zeit» із загальною кількістю 25 322 076 слововживань за останні чотири роки. Ми поділили кількість текстів на кількість випадків уживань 107 сленгових лексем (5304/ 1647) і отримали коефіцієнт частоти вживань 3,22. Це свідчить про те, що кожен із досліджуваних нами газетних текстів містить щонайменше три сленгові лексеми, а також про намагання авторів газетних статей наблизитися до читачів, образно й емоційно відтворити ставлення мовців до реальних



подій, зберігаючи автентичність і оригінальність їхньої думки.

Другим кроком наших математичних підрахунків було визначення частки вживань сленгових лексем у загальній кількості слововживань у газетних текстах. На думку провідних лінгвістів, кількісне спостереження дає можливість планомірно й організовано збирати, інтерпретувати об'єктивні відомості про мовні феномени, їх сукупності чи окремі угруповання, виділені в цих межах за будь-якою істотною ознакою. Ми утворили пропорцію та визначили відсоток сленгової лексики в досліджуваних інтернет-версіях газетних текстів. Згідно з нашими підрахунками частка молодіжної сленгової лексики складає 0,006% від загальної кількості 25 322 076 слововживань у газетних текстах онлайн-версії газети «Die Zeit» за останні чотири роки. Незначний відсоток уживань сленгової лексики в пресі свідчить про те, що автори газетних статей не зловживають експресивно маркованою лексикою, зокрема сленгом, заради популярності, а використовують мову молоді, як і фразеологізми, обмежено, дотримуючись літературних норм німецької мови в публіцистичному стилі.

Виникає запитання: яким чином сленгова лексика потрапляє в газетні статті? Ми ретельно дослідили статті інтернет-версії щотижневої газети «Die Zeit» і встановили, що першою причиною використання молодіжного сленгу є намагання авторів текстів привернути увагу читачів до проблем суспільства, наблизитися до читачів і викликати в них бажання ознайомитися зі змістом статей, як-от: «Auch Mütter daddeln manchmal zu viel, das muss man doch mal sagen dürfen...» (SERIE: BEZIEHUNGEN, Digitale Familie: Papa, hast du schon gelikt?, von Marin Majica, 1. Juni 2017) або «Sie kann nicht mehr weitersprechen. Die Mails, die Chebli bekommt, in denen ihr Vater als «Schmarotzer» und Schlimmeres beschimpft wird, haben sie tiefer getroffen als die Hasspost gegen sie selbst. ...» (Sawsan Chebli: «Ich, eine Islamistin? Schauen Sie mich doch an!», von Mariam Lau, 4. Februar 2017) [8].

По-друге, уживання сленгу дає можливість найповніше відтворити в нашій уяві реальність ситуації, в якій відбуваються події, викликати емоційну реакцію на прочитане та передати автентичність образів, про які йдеться. Наприклад: «Die Münchner sind fast immer freundlich und lächeln. Das hat mich anfangs irritiert, weil in Berlin bekanntlich viele Menschen aggro sind oder brummig. ...»

(Harald Martenstein: Über sein Jahr in München, von Harald Martenstein, 8. Mai 2017) [8].

Третій шлях потрапляння сленгової лексики в тексти газет – цитування в формі прямої та непрямой мови, наприклад: «Das System ist mittlerweile so was von abgefickt», sagte etwa Bruno Brunnet von der Galerie Contemporary Fine Arts in Berlin gegenüber dem Kunstmagazin Monopol» (Kunstmarkt: Reguliert den Laden! von Tobias Timm, 9. Februar 2016) або інтерв'ю, як-от: «... EV: Das war jetzt die sozial erwünschte Antwort. In Wirklichkeit vertut ihr doch sicher genauso viel Zeit mit Daddeln wie wir Erwachsenen! Campe: Das ist von Person zu Person unterschiedlich. Wir hängen aber viel auf Instagram herum, was vielleicht auch nicht direkt zur Kommunikation beiträgt. ...» (G20-Gipfel: Protestbasis im Stadtpark? Von Mark Spörrle, 25. April 2017) [8].

У ході дослідження ми нарахували вживання 40 сленгових лексем (зі 107 отриманих нами методом суцільної вибірки текстів газети «Die Zeit») у 95 випадках цитування та в 17 інтерв'ю. Цей факт підтверджує наше припущення про те, що цитування та висловлювання співрозмовників у ході опитування є одним зі шляхів потрапляння сленгової лексики в мову сучасної німецькомовної преси.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, результати проведеного дослідження дозволяють стверджувати, що автори газетних публікацій прагнуть за допомогою різноманітних стилів і лексичних засобів (зокрема й сленгової лексики) досягти певного прагматичного ефекту та привернути увагу читачів до актуальних тем суспільного життя, викликати в них емоційну реакцію на обговорювані проблеми, вирішення яких потребує активної участі. Кількість сленгових лексем у газетних текстах незначна, однак їх уживання дає можливість відтворити реалістичність ситуації та зберегти автентичність образу мовця, наблизитися до читачів і залишатися на актуальному зрізі сучасного мовлення, про що свідчить уживання в текстах інтернет-версії газети «Die Zeit» 107 сленгових лексем (16% від загальної кількості лексем у словнику «100% Jugendsprache») за останні чотири роки (з 2014 по 2017 рр.), 40% яких потрапляють у пресу через цитування й інтерв'ю.

Подальшою перспективою наукового пошуку може бути дослідження лінгвістичних аспектів і частоти вживання сленгової лексики в інших інтернет-версіях відомих німецькомовних газет і журналів і виокремлення найчастотніших у вживанні сленгових лексем.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Басова Д. Українсько-руське двязиччя. Соціолінгвістический аспект / Д. Басова, В. Барилюк. – К., 1988. – 126 с.
2. Брандес М. Стилистика текста (теоретический курс) : на материале немецкого языка : [учебник для вузов] / М. Брандес. – М. : URSS, 2014. – 428 с.
3. Євчук А. Деякі кількісні характеристики полісемантичних фразеологізмів у німецькій мові / А. Євчук // Науковий вісник Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Серія «Філологічні науки: мовознавство». – Луцьк, 2017. – Ч. 1. – № 6. – С. 39–42.
4. Крапива Ю. Методичні вказівки та матеріали до наукового семінару «Основи соціолінгвістики» для студентів IV курсу спеціальності «Прикладна лінгвістика» / Ю. Крапива. – Харків, 2017. – 18 с.
5. Кудрявцева Л. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експансія – вплив – маніпуляція / Л. Кудрявцева, Л. Дядечко, О. Дорофєєва, Г. Черненко // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 58–66.
6. Левицкий В. Экспериментальные методы в семасиологии / В. Левицкий, И. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1979. – 191 с.
7. Ткач Л. Лінгвістичний феномен молодіжної культури / Л. Ткач // Дослідження з лексикології і граматики української мови. – 2017. – № 10. – С. 267–274.
8. 100% Jugendsprache 2014: [Deutsch–Englisch]/[Wortausw. und Projektbetreuung: Nele Sturm. Übers / J. McCrory ; H. Galloway. – München ; Wien : Langenscheidt, 2014. – Druckschrift. – 188 S.
9. Die Zeit [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zeit.de/2009/index>.