Па загаловаках можна ацаніць важнасць публікацыі і хутка выбраць найбольш цікавую для сябе. Але назва выконвае розныя функцыі. Па-першае, рэкламную: гэта адзін са спосабаў прыцягнуць увагу чытача.

Па-другое, матывацыйную: заглавак павінен утрымліваць дастаткова інфармацыі, каб чытач мог вырашыць, ці трэба яму працягваць чытаць тэкст. Каб было зразумела, чаму наогул гэта мае значэнне для чытача. Па-трэцяе, інфармацыйную: нават калі чалавек абмяжоўваецца чытаннем толькі заглавачнага комплексу, ён павінен атрымаць пэўныя факты, неабходныя для фарміравання ў яго разумення карціны таго, што адбываецца.

Заклучэнне. Такім чынам, матэрыял даследавання паказвае, што ўстойлівыя спалучэнні з'яўляюцца важным элементам заглавоўкаў сучаснага публіцыстычнага тэксту. Высокая іх частотнасць у беларускіх СМІ найперш звязана з імкненнем аўтараў выказаць непарыўнасць сувязі мінулага і сучаснасці, адзначыць павагу да традыцый свайго народа. Адною з асноўных задач друкаваных СМІ з'яўляецца наладжванне віртуальнага кантакту паміж аўтарам і рэцыпіентам, падштурхоўваючы да жаданай рэакцыі на паведамленне, а часам і заахочваючы да тых ці іншых дзеянняў. Аўтары імкнуча актуалізаваць інфармацыйны аспект назвы, калі “прывабліваецца ўвага чытача, выклікаючы ў яго асацыяцыі з раней убачаным ці пачутым” [2, с. 219].

1. Лазарева, Э.А. Заголовочный комплекс – средство организации и оптимизации восприятия / Лазарева, Э.А. // Известия Уральского государственного университета, 2006. – №4 0. – С. 158–166.
2. Богословская, О.И., Байтниц, Л.В. Синтаксическая структура и функции газетных заголовков / Богословская, О.И., Байтниц, Л.В. // Уч. зап. Перм. гос. ун-та, 1974. – № 302: Исследования по стилистике. – С. 206–224.

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ И МОЛОДЁЖНОЙ ЛЕКСИКИ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Сайдак Ю.А.,

студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Василькова М.В., ст. преп.

На страницах журналов и газет, в социальных сетях мы встречаем большое количество англицизмов, которые привлекают внимание потребителей, являются модными словами и помогают в точности выражения. С каждым годом они только укрепляют свои позиции. Заимствование является наиболее продуктивным путем пополнения словарного состава языка, потому что главной движущей силой этого процесса является межкультурное взаимодействие, не имеющее в настоящее время препятствий, а также в связи с ростом негатива в обществе, со стремлением к освобождению от общепринятых норм развивается тенденция к отчуждению от общества и его указаний, быть не как все, именно это находит свое отражение в молодёжном языке.

Цель нашего исследования – выявление особенностей употребления англицизмов и молодёжной лексики в современной парадигме немецкого языка на основании исследования публицистических изданий и социальных сетей.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили примеры рекламных текстов, отобранных из немецких онлайн-журналов, газет («Spiegel», «Bravo», «Burda», «Stern», «Welt»), рекламных видеороликов и социальных сетей. Для анализа собранного материала мы использовали описательный (наблюдение и описание особенностей употребления англицизмов и молодёжного сленга в средствах массовой информации) и аналитический (анализ функционирования англицизмов в современном немецком языке) методы исследования.

Результаты и их обсуждение. Благодаря молодёжи и СМИ англоязычные слова быстро интегрируются в немецкий язык, при этом переход таких слов заключается в приобретении ими грамматических признаков, свойственных языку-приемнику. В качестве примера рассмотрим имя существительное, а именно, как англоязычная лексема, представленная именем существительным, приобретает в немецком языке категории рода и числа, которые несвойственны английскому языку. Но в молодёжном языке возможны расхождения в определении категории рода. Докажем это на примере:

«Blues Time: «Classic Blue» ist die Pantone Trendfarbe 2020. Nähe jetzt dein Lieblingstrendteil!»

«Blues Time» в данном случае среднего рода, но по данным, приводимым в «Duden: Deutsches Universalwörterbuch» (2001), Time женского рода. Причины отнесения англицизма к тому или иному роду является затруднительным, но в большинстве случаев следует прибегнуть к семантике заимствования.

При образовании множественного числа чаще всего встречается форма с –s, например, «Diese Retro-Looks mit modernem Twist lassen den Glamour vergangener Zeiten wieder aufleben – und begeistern mit couturigen Details und luxuriösen Stoffen».

Изменения также не прошли мимо такой части речи, как глагол. Англоязычные лексеммы подстраиваются под принимающий язык и приобретают характерное для немецких глаголов окончание –en / –n. Это даёт возможность легко образовать Partizip: to swap – swappen, to trade – traden, to manage – managen [3].

В публицистических изданиях также можно встретить диалоги, в которых обсуждаются значения тех или иных слов и выражений молодежной лексики, так как ежегодно жюри выбирает сленговое слово или выражение года, например, в 2019 году таким выражение стало «Alles Gucci!» Оно является названием песни известного рэпера Haiyti.

В данном диалоге представлен топ слов-лидеров 2019:

Spiegel: Zum Beispiel?

Marossek: «Darthvadern». Sagt wirklich jemand «Du darthvaderst», wenn Papa den Chef raushängen lässt? «Banalverkehr» für belanglose Chats ist alt, «schmoof» für geschmeidig ist langweilig.

Spiegel: Und Ihr Favorit?

Marossek: Tindergarten. Gemeint ist die Sammlung von Onlinedating Kontakten in Anlehnung an die Dating-App Tinder. Nur ein Buchstabe eines sehr deutschen Wortes wurde verändert – das ist kreativ [1].

В современном мире молодежь не может представить свою жизнь без интернета, поэтому большая часть всех англицизмов относится к данной сфере, например, аббревиатура «ibf». Все чаще можно услышать аббревиатуру «ibf» в чате или мессенджере, в социальных сетях и на других платформах. Если кто-то говорит о «ibf» в чате или в социальных сетях, это обычно означает «Internet Best Friend»: другими словами, лучший друг, с которым вы познакомились через Интернет. Другим очень похожим значением для ibf также может быть парень по Интернету – постоянный друг, с которым у вас есть отношения на расстоянии. Напротив, есть женский аналог: ibf, то есть девушка по Интернету.

Все больше и больше людей используют слово «Nore» в мемах, в чате и даже в повседневной беседе. «Nore» – это не новое слово, так как оно использовалось в Северной Америке уже с конца 19-го века. «No» – это просто случайный способ сказать «Nein» на немецком языке. Подходящим синонимом для Nore является «Yur». Так же, как молодежь в Германии любит говорить «Nö» или «Nee», «Nore» используется в англоязычном мире. «Nore» произносится как «No» с добавленной буквой «r», также все чаще и чаще используется, чтобы отрицать утверждение или вопрос.

В связи с политической ситуацией в Европе появился термин Brexiting – Brexit machen. Данное слово очень быстро проникло в молодежный язык из-за ситуации в Великобритании, которая объявила о выходе из ЕС, но не понятно по каким причинам не сделала это. Но в немецком языке оно употребляется в другом контексте: попрощавшись несколько раз и объявив, что вы покидаете вечеринку, вы все равно не ушли. – «Brexiting heißt übersetzt etwa: «Auf einer Party allen erzählen, dass du gehst, aber dann bleibst du doch».

Даже в текстах политического характера встречается тенденция вкрапления популярных слов молодежи. Канцлер Германии Ангела Меркель неоднократно в своих речах использует слово «Pillepalle» (что-то незначительное, мелочь): Merkels Pillepalle – vom Szenewort ins Politdeutsch или «Was ritsch, ratsch, Wirrwarr und Pillepalle gemeinsam haben» [2].

Заключение. Таким образом, мы можем утверждать, что заимствованные слова приспособились к нормам принимающего языка, так как отмечается их орфографическая ассимиляция, чего нельзя сказать о фонетической стороне, в основном она остаётся неизменной. В данном случае англоязычные лексемы удачно адаптировались в немецкой молодежной лексике. Несмотря на то, что основным языком таких изданий на территории Германии является немецкий, статьи таких журналов и социальные сети содержат значительное количество английских лексем, которые позже оказываются в активном употреблении молодежи.

1. Marossek, D. Alles schmoof bei dir, Frau Marossek? / D. Marossek // Spiegel. – 2019. – 10 Sept. – № 37. – S.50.
2. Matthias, H. Merkels Pillepalle – vom Szenewort ins Politdeutsch / H. Matthias // Welt. – 2019. – 10 Juni. – № 12. – S. 14.
3. Олейник, О.В. Немецкий сленг как неологическое явление / О.В. Олейник // Вестник Оренбургского университета: прил. «Гуманитарные науки». – 2005. – № 12. – С. 215–220.

НЕКРОНИМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ТРАНСЛЯЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Самоховец А.И.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Мезенко А.М., доктор филол. наук, профессор

Активное изучение некронимов как особого пласта ономастической лексики вызвано возрастающим интересом к вопросам мемориализации, сохранения культурного наследия в условиях процесса глобализации. Ученые из различных областей знания представляют некронимы как особое информационное поле, которое транслирует специфику восприятия человеком мира через призму его культурных, этнических особенностей. В «Словаре русской ономастической терминологии» Н.В. Подольская под некронимами понимает «*названия мест погребения*» [3]. М.В. Майоров в работе «Некротопоним как новый термин в ономастике», предлагает ввести «более узкий термин с более узким значением и обладающий автономностью и географической привязкой» – *некротопоним* [2].

В свою очередь, наименования кладбищ обладают крупнейшим культурно- историческим потенциалом, потому как являются своеобразным «хранилищем» сведений о жителях, некогда заселявших ту или иную территорию, их национальной, религиозной принадлежности и даже сфере деятельности.