

УДК 81'276.3-053.6

**ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА МОЛОДЕЖИ**  
**(на материале немецкоязычных молодежных журналов)**

**Е.И. Петрова**

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

Статья посвящена выявлению и анализу лингвистических особенностей текстов молодёжных Интернет-изданий. Особое внимание уделяется описанию лексической и фразеологической специфики молодёжной немецкоязычной прессы.

**Ключевые слова:** молодежная пресса, молодежный язык, экспрессивность

Цель настоящей статьи – раскрыть языковое своеобразие современных изданий для молодёжи. Исследование проводилось на материале текстов современных немецких молодёжных Интернет-изданий («BRAVO», «Mädchen»).

В последние годы наблюдаются активные изменения, затрагивающие все сферы жизни общества. Эти изменения всегда находят своё отражение в языке и активно проникают в средства массовой информации, в том числе газеты и журналы. Особое внимание в этой связи заслуживает сфера общения современной молодёжи, одним из примеров которой являются молодёжные издания.

Термином «молодёжные издания» определяются издания, предназначенные для молодёжной аудитории. На сегодняшний день молодёжная пресса представляет совершенно особый вид средств массовой информации, отличающийся специфичной функциональной направленностью. Помимо общих для всех СМИ функций, к которым относятся коммуникативная (пресса, как средство общения молодых людей), познавательная (газеты и журналы информируют читателей), ценностно-ориентирующая (молодёжные газеты и журналы способствуют созданию и укреплению ценностей) [5], молодёжные издания выполняют ещё и социализаторскую функцию. Эта функция способствует успешной самоидентификации и адаптации подростков и молодых людей в обществе [1: 179].

Несмотря на отмечающееся в настоящее время падение интереса молодёжной аудитории к газетам и журналам, они играют незаменимую роль в процессе получения молодым поколением знаний, усвоения системы сложившихся в обществе норм и нередко становятся источником жизненного опыта, недостаточного в силу возраста.

Говоря о молодёжи, мы подразумеваем под этим определённый возраст, некое состояние, определяемое социально-культурными критериями, некую группу; поколение с присущими им ценностями [9]. Применительно к молодёжи принято говорить о молодёжной субкультуре, которая характеризуется определённой системой ценностей и норм поведения, вкусов, форм общения и которая отличается от культуры взрослых. Эта своеобразная система мировосприятия характеризует жизнь молодых людей примерно от 10 до 20 лет [3: 20–25].

В молодёжной субкультуре преобладают стереотипы и групповой конформизм, отсутствует избирательность в культурном поведении. Представители молодежной субкультуры обладают своей особой модой, манерой и стилем поведения. Молодёжи часто присуща категоричность суждений, максимализм, неприятие советов. Им тяжело подчиняться существующим моделям развития общества, для них характерны динамичность, ранимость, повышенное эмоциональное восприятие, оптимизм, романтические устремления [4: 364].

Молодёжную субкультуру отличает также наличие молодёжного языка или сленга, под которым понимается «специфический способ говорения и письма, с помощью которого молодёжь может определить свой языковой профиль и, таким образом, свою идентичность; это не гомогенная разновидность немецкого языка, а игровая вторичная структура, обладающая определенными признаками» [11: 208].

В немецкоязычном языкознании лингвисты чаще всего употребляют понятие «Jugendsprache». Г. Лёффлер определяет молодёжный жаргон как временный, указывая на временное ограничение использования этих языковых форм в жизни человека [12].

Мотивами использования молодёжью своего языка могут служить потребность в самоутверждении и самоидентификации, стремление к дистанцированию от взрослых, поиск собственного «я», стремление к самоутверждению среди сверстников. Язык молодёжи является не только демонстрацией социально-культурной принадлежности к определённой группе, но также и демонстрацией знаний культурных стереотипов, функционирующих на определённом социально-групповом уровне, что позволяет членам соответствующей социальной группы проявлять себя необычно в таких сферах, как музыка, мода и др. [2].

Необходимо отметить, что темы, интересующие молодых людей, с возрастом меняются. Если в возрасте 15–17 интерес вызывают рубрики о музыке, моде, то в возрасте 18–20 лет их сменяет тема кино и молодым людям становится интересна жизнь знаменитостей. Очень высок интерес к компьютерам и, соответственно, довольно велика доля молодёжной аудитории у, казалось бы, далеко не профильных журналов, которые посвящены компьютерной тематике.

Важное место в молодёжном журнале занимает обсуждение волнующих молодёжь проблем таких, как половое созревание и воспитание, проблемы общения взрослых и детей, подростков между собой, вопросы профессиональной ориентации молодёжи, проблемы поддержания здоровья и профилактики вредных привычек. Здесь важен разговор специалиста с читателем на страницах журнала.

Эти особенности интересующих молодёжь тем находят непосредственное отражение в языке, прежде всего на уровне лексики и фразеологии. Молодёжные журналы ярко отражают движение языкового материала и чутко реагируют на социальные изменения, а также наилучшим образом отражают современные тенденции развития языка и являются богатым источником фразеологии.

Одной из отличительных черт молодёжного языка является употребление усилительных частиц, к примеру, «voll» и «echt».

*Aber keine Sorge, wenn das nicht so dein Ding ist, auch karierte und gestreifte Muster oder einfarbige Shorts in Jeansoptik liegen voll im Trend [20]; Es kann passieren, dass du die eine Seite mehr auspolstert als die andere – und das schaut echt blöd aus! [14];*

В качестве средства выражения эмоций молодые люди часто используют в своей речи междометия: *juhu – Seit Mittwoch ist die in den Stores in England und Online erhältlich – juhu! [15]; Ey! – Ich wollte aber GAR KEINE Trennung. Man ey! [17].*

Универсальной чертой немецкоязычных молодёжных Интернет-изданий является её экспрессивность, заключающаяся в стремлении использовать новые, неизбитые средства выражения. Наличие в текстах большого количества экспрессивных оборотов связано со стремлением молодежи ярче, эмоциональнее выразить своё отношение к предмету, явлению. К примеру, немецкий глагол «blicken» переводится как «глядеть». В речи же подростков этот глагол приобретает иное значение, а именно «понимать» (*Ich blicks schon lange nicht mehr*). Это свидетельствует о том, что молодые люди способны думать креативно и метафорически. Вместо глаголов «essen» или «trinken», не несущих эмоциональную окраску, молодёжь охотней использует возвратные глаголы «sich etwas reinziehen, reindrücken, reintun, reinhauen, reindröhnen, reinknallen, reinpfeifen» [10].

Язык современной молодёжной прессы характеризуется сленговыми выражениями *Der ganze Laden stinkt mich an; Tussi kannst du dir abschminken, die steht nicht auf dich; Auf der Fete war echt tote Hose [16].* Особенно это относится к жанру интервью, в котором журналист стремится адекватно передать индивидуальность и своеобразие речи интервьюируемой молодёжи.

Молодёжные газеты и журналы являются активной средой привлечения иноязычной лексики. В текстовом материале встречается большое количество англицизмов (*Outfit; Style; Happy End; By-by, Party-Girl; Modelbody; Team; Let's Kiss*) и ксенизмов (*mobben*), т.е. лексических единиц, не зафиксированных в словарях современного немецкого языка. Приведем еще несколько примеров использования англицизмов в речи молодежи: *Vote für deinen YouTube-Favoriten! [19], Der Look verleiht den Augen einfach einen intensiven Blick und einen verführerischen Touch [17].*

В текстах молодёжных изданий наблюдается тенденция к использованию сокращений *Assi, Champ* и аббревиаций *DSDS 2011, GZSZ, GSDS, GNTM*, что объясняется стремлением к более краткому, лаконичному выражению мыслей, к минимизации элементов высказывания. Например, появился целый ряд слов на *-i*: *Azubi – Auszubildender, Lehrling; Exi – Existenz; Asi – asoziale Menschen, Asozialer; Präsi – Präsident; Drogi – Drogensüchtiger; Fanny – weiblicher Fan; Flippi – einer, der ausgeflippt ist; Nervi – einer, der einem auf die Nerven geht; Krimi – Kriminalroman; Multikulti – Multikulturalität; Idi – Idiot.*

Все типы усечения какого-либо слова называют контрактурами. Контрактуры короче исходных слов и удобны для словосочетаний. Их можно довольно часто встретить в молодёжных изданиях: *Stip – Stipendium; Mathe – Mathematik; Litte – Literatur; Proff – Professor; Diss – Dissertation; Disko – Diskothek; Soli – Solidarität; Info – Information; Poli – Polizei; Tri – Trigonometrie [8].*

При выборе языковых средств передачи информации в изданиях для молодёжи предпочтение отдаётся тем, которые оказывают оптимальное воздействия на получателя информации, стимулируют интерес читателя. Возникает необходимость выгодным образом представить сообщение. Одним из средств создания экспрессивности являются фразеологизмы. В следующем примере автор использует идиому *gut im Rennen liegen* – «иметь хорошие шансы на успех» для описания ситуации, которая царит на проекте «Germany's next Topmodel»:

*Während die Mädchen nach dem Shooting entspannt am Pool chillten, tauchte auf einmal ein Mann auf, der einzelnen Gruppen von ihnen verschiedene Fragen stellte. So erfuhr er von Anna-Lena, dass nur noch 7 Mädchen im Rennen liegen, Rebecca plauderte über die mögliche Gewinnerin der Staffel und Aleksandra ließ gleich ein Arm-in-Arm-Foto mit dem Unbekannten schießen [16].*

Можно сказать, что данная идиома не только даёт оценку событиям, но и передает эмоциональное настроение участников и иллюстрирует дух соперничества, азарта на проекте.

Язык газеты – это живая и постоянно развивающаяся система, требующая от журналистов постоянного творческого напряжения. Наконец, специфика отбора языковых средств во многом определяется расчетом на массовую, нейтральную в лингвистическом отношении читательскую аудиторию [1: 179].

Анализируя немецкоязычные молодёжные издания, нельзя не заметить очевидного снижения речевого стандарта, сопровождаемого активным вторжением элементов разговорного языка [7: 98], ведётся диалог с читателем на «ты», что придаёт «доверительность и близость». Эти приёмы используются для того, чтобы «завладеть» читательской аудиторией. Например: *Dein Geschenk im nächsten Heft...; Deine nächste MÄDCHEN erscheint am...Du hast ein Beauty- oder Styling-Problem [21: 72].* Подобные средства подачи материала обращают на себя внимание молодёжной аудитории экспрессивностью, выразительностью и простотой: *Hey, du hättest doch dein süßes Babydoll-Hemdchen anziehen können; Die besten Outfits für Sieger? [21: 61].*

Нельзя не отметить, что для усиления эмоционально-экспрессивной окраски в тексте часто используются элементы, свойственные виртуальному общению: *Looks 4 you [18: 54].*

Итак, молодёжные издания – это особый вид средств массовой коммуникации. У молодёжных изданий есть свой читатель – молодые люди в возрасте от 10 до 20 лет. Молодёжные газеты и журналы отражают всё, что происходит в обществе и что является актуальным для данной аудитории. Для молодёжной аудитории характерна определённая языково-стилистическая специфика: поиск новых, свежих, неизбитых средств выражения – слов, образов, фразеологических оборотов, способствующих созданию экспрессивности. В языковом плане молодёжные издания отличает снижение речевого стандарта, сопровождаемое активным вторжением элементов разговорного языка, сленговыми выражениями, привлечением иноязычной лексики, использованием сокращений и аббревиаций.

### **Список литературы**

1. Баранов В.В., Аникина М.Е., Воронова О.А. Типология периодической печати: Учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2009. 236 с.
2. Бушмарица Н.Н. Анализ молодежных субкультур в научных исследованиях конца XX – начала XXI века // Мир образования – образование в мире. № 3. Москва, 2008. С.118–129.
3. Воронов В.В. Технология воспитания. М.: Школьная Пресса, 2001. 96 с.
4. Гуревич П.С. Культурология. 5-е изд. М.: КНОРУС, 2011. 448 с
5. Матюшенко Е.Е. Динамические процессы в языке молодежного журнала: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2013. 14 с.
6. Луков В.А. Знаки и символы молодежи // Энциклопедия гуманитарных наук. М.: МГЭУ, 2005, №3. С. 209–211.
7. Немищенко Г.П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития // Вопросы языкознания. 2001. № 1. С. 98–132.
8. Олейник О.В. Немецкие сленгизмы в свете неологической теории: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2007. 22 с.
9. Омельченко Е.Л. Молодежные культуры и субкультуры. М.: Изд-во «Институт социологии РАН», 2000. 264 с.
10. Androutsopoulos, J.K. Jugendsprache und Textsorten der Jugendkultur. Untersuchungen zu Strukturen und Funktionen deutscher Jugendsprache und zur Gebrauchstextsorte «Plattenkritik» in Fanzines. Dissertation an der Universität Heidelberg, 1996.
11. Henne, H. Jugend und ihre Sprache. Berlin, 1986. 385 S.
12. Löffler, H. Germanistische Soziolinguistik. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1985. 246 s.
13. Justin Bieber Neues Album in Sicht! Электронный ресурс: <http://www.bravo.de/stars/news-video/justin-bieber/justin-bieber-neues-album-noch-in-diesem-jahr>. (Дата обращения: 19.05.2011)
14. Der Push-Up-BH: So mogelst du dir eine größere Oberweite // bravo.de – 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bravo.de/girl/10-tipps-fuer-den-kleinen-busen-235705.html> (дата обращения 04.03.16)
15. Claudia Ariana Grande: So sieht ihre erste Mode-Kollektion aus! // bravo.de 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bravo.de/ariana-grande-so-sieht-ihre-erste-mode-kollektion-aus-369152.html> (дата обращения 01.03.16)
16. Harte Konkurrenz. [Электронный ресурс]. <http://www.maedchen.de/artikel/esc-2011-1428046.html> (дата обращения: 24.05.2011)
17. Liebeskummer: Diese 7 Sätze will dann niemand hören! // bravo.de – 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bravo.de/girl/liebeskummer-diese-7-saetze-will-dann-niemand-hoeren-369793.html> (дата обращения 15.04.16)
18. Noch mehr Öl ins Feuer // Mädchen, № 8, 2011. 65 s.
19. Sexy Stars: so freizügig zeigen sich die Stars // bravo.de 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bravo.de/sexy-stars-276437.html> (дата обращения 25.04.16)

20. Smokey eyes – Anleitung zum Schminken // bravo.de 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bravo.de/girl/smokey-eyes-anleitung-zum-schminken-277075.html> (дата обращения 02.03.16)
21. Will Susi kein Öl ins Feuer gießen? // Mädchen, № 7, 2011. 78 s.

**FEATURES OF THE YOUTH LANGUAGE  
(based on the German youth magazines)**

**E.I. Petrova**

Southern State University, Rostov-on-Don

This article is devoted to the identification and analysis of linguistic features of texts of the youth magazines. Special attention is paid to the description of lexical and phraseological specifics of the youth German-language press.

**Keywords:** *youth press, youth language, expressivity.*

*Об авторе:*

ПЕТРОВА Екатерина Игоревна – кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии Института филологии, журналистики и межкультурных коммуникаций Южного федерального университета, e-mail: [kate7878@bk.ru](mailto:kate7878@bk.ru)