

Специфика англицизмов в публикациях о моде на немецком языке

Антонова Екатерина Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный областной университет, Москва, Россия

E-mail: *katerina.antonima@mail.ru*

Англицизмы составляют широкий пласт заимствований в современном немецком языке и неизменно привлекают внимание исследователей.

Согласно определению Ю. Пфитцнера, англицизм представляет собой языковой знак, внешняя форма которого состоит из английских морфем или комбинации английских и немецких морфем, а содержание постоянно предполагает восприятие одного из значений, общепринятых в английском языковом употреблении [4].

Англицизмы представлены в различных сферах жизни и деятельности человека, в том числе, в сфере моды [3].

Мода быстро меняется, вызывает интерес у широкой аудитории, вопросы моды всегда актуальны. В связи с этим постоянно обновляется лексический состав языка.

В данном исследовании анализируются особенности англицизмов в публикациях о моде на немецком языке на примере материалов сайта *brigitte.de*, который предназначен для широкого круга читателей.

1. Англицизмы в публикациях о моде на немецком языке реализуют различные функции, важнейшими являются следующие:

Функция обозначения новых моделей одежды, аксессуаров, обуви, а также материалов и тканей (*Fleece; Blazer; twill; die "Time"-Creolen; die "High Rise Relaxed"-Jeans; Tweed; Turtle-neck-Pullover; Messenger-Tasche* [5]). Английские заимствования более краткие (по сравнению с соответствующими обозначениями на немецком языке).

Другая ключевая функция - привлечение внимания читателей, установление контакта (*hello, bye, high*). Авторы публикаций также используют современные, модные слова для привлечения внимания и положительного воздействия на читателей (*Baggy-Jeans; Look; cool; Oversize* [5]). Экспрессивность новизны - одна из стойких причин заимствования англицизмов как более престижных, значительных, выразительных [2]. Привлечение внимания достигается также с помощью заимствований из английского языка, которые стали интернационализмами и понятны всем читателям (*Sale; Shop; Style* [5]).

2. С точки зрения морфологии отмечены следующие особенности англицизмов в публикациях о моде на немецком языке: для описания стилей, модных тенденций, предметов одежды используются существительные и прилагательные (*Color-Blocking-Design; Five-Pocket-Style; Pullover in Pink* [5]), для обозначения действий, процессов - глаголы (*stylen* [8]). В публикациях о моде употребляется больше существительных и прилагательных, чем глаголов.

3. К структурным особенностям англицизмов в текстах о моде на немецком языке относятся следующие:

Англицизмы часто становятся одной из основ при образовании сложных существительных, соединяясь с основами из немецкого языка (*Bubble-Kleider, Maxikleid, Schuhtrend* [6, 7]).

Часть англицизмов остается в своей неизменной форме или одно английское заимствование соединяется с другим, образуя составное существительное (*Bubble; Touch; Upgrade; Highlight; Comeback; High-Heels; Statement-Look* [6, 7]).

4. Среди типов текстов, где широко используются англицизмы, выделяются следующие: обзор новинок, описание модных показов, реклама. Некоторые исследователи акцентируют внимание на заголовках как отдельном типе текста, где также активно употребляются английские заимствования. Заголовок является важной составляющей публикации с позиций взаимодействия с остальным текстом и воздействия на читателя [1].

5. В связи с большим количеством англицизмов в публикациях о моде встает вопрос об оправданности их употребления. Во многих публикациях на немецком языке в сфере моды употребление англицизмов можно считать оправданным: они способствуют успешному продвижению модных тенденций в обществе, так как привлекают внимание читателей своей экспрессивностью, компактностью, современностью. Однако чрезмерное употребление английских заимствований может затруднить восприятие текста и вызвать негативную реакцию читателей. Использовать англицизмы стоит рационально, регулируя их количество в публикациях о моде на немецком языке.

Перспективами изучения англицизмов в публикациях о моде представляется дальнейшее исследование взаимодействия языков для достижения максимального эффекта воздействия текстов на читателей.

Источники и литература

- 1) Казачевская О. В. Реализация функции метки в заголовках немецкой прессы / Актуальные вопросы современной лингвистики [Электронный ресурс]: материалы VII региональной научно-практической конференции (с международным участием) «Иностранные языки в межкультурном пространстве: методы исследования и технологии обучения»: факультет романо-германских языков МГОУ (г. Москва, 20 сентября 2019 г.) / отв. ред. М. Н. Левченко. Электрон. текстовые дан. (7,51 Мб). М.: ИИУ МГОУ, 2020. С. 220–228.
- 2) Морозова О.Н. Английские заимствования в современном немецком языке: лингводидактический аспект //Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2008. №12. С. 39–46.
- 3) Наер Н.М. Стилистика немецкого языка. М.: Высшая школа, 2006.
- 4) Pfitzner J. Der Anglizismus im Deutschen. Ein Beitrag zur Bestimmung seiner stilistischen Funktion in der heutigen Presse. Stuttgart: Niemeyer, 1978.
- 5) BRIGITTE.de: 16 Pieces, die wir jetzt im Winter-Sale shoppen [Электронный ресурс]. URL: <https://www.britte.de/mode/winter-sale-16-styles--die-wir-uns-jetzt-kaufen-13465548.html>(дата обращения 12.02.2023)
- 6) BRIGITTE.de: Bubble Hems: So tragen wir den neuen Trend [Электронный ресурс]. URL: <https://www.britte.de/mode/fashion-trend-2023--so-tragen-wir-bubble-hems-dieses-jahr-13453098.html> (дата обращения 12.02.2023)
- 7) BRIGITTE.de: Diese 3 bequemen Modelle sind jetzt angesagter als High Heels [Электронный ресурс]. URL: <https://www.britte.de/mode/schuh-trends-2023--diese-3-bequemen-modelle-sind-jetzt-angesagt-13467954.html>(дата обращения 12.02.2023)
- 8) BRIGITTE.de: Leder wird diesen Herbst besonders würzig [Электронный ресурс]. URL: <https://www.britte.de/mode/trends/leder-in-gewuerztoenen-dieser-herbst-wird-besonders-wuerzig-13089694.html> (дата обращения 13.02.2023)