

О.В. Большова

Научный руководитель: Т.В. Волченкова

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»*

602264, Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д. 23

E-Mail: gontier52111mu@gmail.com

### **Лексические особенности газетного немецкого языка**

В газетном немецком языке существуют некоторые лексические и синтаксические особенности. В данной статье рассматриваются лексические особенности газетного немецкого языка.

Изучение немецкого языка с помощью газет остается по-прежнему актуальным, несмотря на широкое распространение телевидения, Интернета, радио и других средств массовой информации. Однако, текст многих немецких газет может быть весьма затруднительным для понимания и усвоения ввиду некоторых лексических особенностей. В данной сфере выделяется отдельный термин «газетный язык». Это понятие означает большое количество политических и экономических терминов, клише и штампов.

Одной из главных лексических особенностей газетного немецкого языка является собственно лексика. Газетная лексика, как правило, более расширена и богата, чем та, что употребляется в различных учебных пособиях по немецкому языку. Это объясняется тем, что немецкие газеты не адаптированы для изучающих язык, а созданы непосредственно для широкой массы носителей языка. Газетная немецкая лексика часто отличается разнообразием, использованием лексических и фразеологических синонимов, антонимов, определений, метафор, перифраз, а также включает в себя деловую, интернациональную, профессиональную, эмоциональную и терминологическую лексику.

Также считается специфичной так называемая журналистская терминология, которая включает в себя широкое использование наименований из материальной, духовной и социальной сфер повседневной жизни людей, интернациональных слов и аббревиатур. Первая категория определяется такими употребительными словами и словосочетаниями как Zusammenarbeit, Export, freundschaftliche Atmosphäre, Frieden, wirksames Mittel, Referendum, Kommunist, Konflikt, Verlust, Offenheit, Bürgerrecht и другие. Интернационализмы, то есть слова распространенные в ряде языков, имеющие идентичные значения, общее происхождение и схожие по формам также часто употребляются (Demokratie, Präsident, Situation, Atom, Musik, Chef, Information, Rezept, Korrespondent, Balkon, Opposition, Bank, Garderobe, Medikament, Terrasse, Ballett, Galerie, Phantasie, Kabinett, др.). Аббревиатуры – это сокращения слов и словосочетаний, которые часто представляют собой сложность в понимании содержания газетных текстов. Но такие сокращения являются неотъемлемой частью журналистской терминологии в немецкой газетной лексике, поскольку многие слова и словосочетания требуют сокращения для того, чтобы вся необходимая информация могла быть размещена в пределах газетной полосы. Несомненно, большое количество аббревиатур вызывает затруднения даже у людей с высоким уровнем владения языком. Многие аббревиатуры не являются общеизвестными и указываются после полного наименования в скобках, затем используются уже без расшифровки (Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE), Fachbereich (FB), Geographische Informationssysteme (GIS), Deutsche Bahn (DB), Ausfuhrmeldung (AM), Atomkraftwerk (AKW), Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD), Handelsgesetzbuch (HGB), Nationales Olympisches Komitee (NOK)).

Следующей интересной особенностью газетной немецкой лексики является употребление в ней антропонимов, то есть имен собственных. Очевидно, антропонимы в газетной лексике являются исключительными, поскольку функционирование и изменение таких имен отличается от остальных слов в языке и зависит от жанров газетных текстов. Антропонимы используются особым образом для того, чтобы обозначить имена журналистов, коммуникантов,

корреспондентов и других людей, участвующих в создании газетного материала (H.Schröder – инициал имени и фамилия; Frau/Herr Burg – этикетные слова; Klaus J. Behrendt – имя 1, инициал второго имени, фамилия; Max.Eberhand – сокращенный вариант имени, фамилия; др.).

Данные лексические особенности газетного немецкого языка являются основными и представляют особый интерес для изучения. Рассмотрение таких особенностей немецкого языка в газетных текстах может оказать существенную помощь при овладении языковыми навыками и способами иноязычной межкультурной коммуникации.

#### **Литература**

1. Миллер Е.Н. Немецкая газета в школе и вузе. Учебное пособие. – СЧП «Язык и литература», 1997. – 147 с.
2. Артемова Л.А. Особенности функционирования антропонимов в газетных текстах различных жанров. Статья. – Вестник ВГУ, серия: лингвистика и межкультурная коммуникация, 2007, №2 (ч.2)