

Руденко М. В.

Туришева О. О.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

JUGENDWORT DES JAHRES: МІЖ МОВНОЮ ІННОВАЦІЄЮ, МЕДІЙНОЮ РЕПРЕЗЕНТАЦІЄЮ ТА ІДЕНТИЧНІСТЮ

Конкурс «Молодіжне слово року» у Німеччині виступає важливим інструментом соціолінгвістичних досліджень, оскільки дозволяє простежити механізми мовної інновації та соціальної репрезентації молоді. Як зазначає Гендрік Джейкобс, конкурс забезпечує наявність двох взаємопов'язаних площин аналізу: лінгвістичної, що фокусується на формуванні нових слів, запозиченнях та сленгових одиницях, і соціокультурної, яка вивчає функціонування цих слів як маркерів ідентичності та належності до групи в умовах цифрового медіапростору. Процедура номінування, онлайн-голосування та публічного визнання молодіжних лексем створює медійний простір, у якому мовні інновації стають видимими для суспільства. Водночас автор підкреслює необхідність критичного підходу, оскільки переможні слова можуть не повністю відображати реальний мовний вжиток молоді, будучи частково детермінованими медійними трендами та популяризацією (Jacobs, 2024). Конкурс виступає одночасно джерелом емпіричних даних для дослідження мовної креативності та інструментом аналізу соціальних і культурних явищ у молодіжному середовищі.

Конкурс відображає динаміку та життєздатність молодіжної мови, адже вибрані слова стають не лише лінгвістичним феноменом, а й індикатором культурних і соціальних процесів у сучасному німецькому суспільстві (Langenscheidet, 2024).

Подібно до цього, Альбрехт Гройле підкреслює, що "Jugendwort des Jahres" не слід розглядати лише як маркетингову чи медійну акцію: його значення виходить за межі популяризації слів, оскільки конкурс сприяє документуванню мовних практик, розвитку критичної мовної свідомості та аналізу соціально-політичного контексту. Вибір слів здійснюється журі на основі мовної креативності, поширеності та зв'язку з актуальними культурними подіями, що дозволяє спостерігати за еволюцією молодіжної лексики та її роллю у формуванні групової та регіональної ідентичності (Greule, 2017: с. 281-282). Таким чином, конкурс виконує подвійну функцію: він одночасно є засобом наукового аналізу молодіжної мови і платформою для суспільного обговорення лексичних інновацій.

Як зазначає Діана Вальтер в інтерв'ю для Лейпцизького університету, юнацька мова не є хаотичною чи спрощеною формою стандартної німецької, а демонструє усвідомлене й творчо-ігрове використання мовних ресурсів. Дослідниця підкреслює, що медійна увага до популярних слів на кшталт "cringe" або "smash" не відображає повного спектра реальних молодіжних мовних практик, які залежать від конкретного ситуативного контексту та групової динаміки. Вона також акцентує, що молодіжна мова функціонує як стильовий варіант, пов'язаний із самовираженням і відмежуванням від дорослих. У контексті конкурсу «Молодіжне слово року» ця перспектива свідчить, що обране слово радше виступає медіалізованим маркером стилю та ідентичності, ніж репрезентує повністю мовну практику всіх підлітків (Walther, 2022).

У наукових колах існує дискусія щодо автентичності результатів конкурсу. Деякі лінгвісти, зокрема Чаба Фельдеш, стверджують, що конкурс є радше «медіальною конструкцією», ініційованою видавництвом у маркетингових цілях, аніж повним відображенням «комунікативної реальності» всієї німецької молоді (Földes, 2019: с. 121).

Конкурс «Молодіжне слово року» в Німеччині є феноменом на перетині лінгвістики, соціології та медіадосліджень. Його значення виходить далеко

за межі популяризації неологізмів: він формує публічний простір, у якому мова стає індикатором культурних змін і соціальної самоідентифікації молоді. З одного боку, конкурс надає дослідникам цінний емпіричний матеріал для аналізу мовної креативності, динаміки запозичень і дискурсивних тенденцій у цифровому середовищі. З іншого – демонструє, як медійна репрезентація може впливати на легітимацію мовних форм і на конструювання соціальної норми. Таким чином, "Jugendwort des Jahres" постає не лише як об'єкт спостереження, а як механізм соціолінгвістичної рефлексії, що виявляє взаємодію мови, медіа й ідентичності.

Список використаних джерел

1. Földes, C. (2019). "Jugendwort des Jahres": kommunikative Realität oder mediale Konstruktion von Jugendsprache? *Wirkendes Wort*, 69(1), 121–139.
2. Greule, A. (2017). *Wörter des Jahres, Jugendwörter, Unwörter und kein Ende: Kritische Einschätzung der Wort-/Unwort-Aktionen im deutschen Sprachraum. Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, 2, 278–286. Universität Regensburg.
3. Jacobs, H. (2024). *Jugendwort des Jahres: Der Einfluss auf die Jugendsprache. Diskurs Zeitschrift*. Retrieved from <https://diskurs-zeitschrift.de/jugendwort-des-jahres-der-einfluss-auf-die-jugendsprache/>
4. Langenscheidt. (2024). *Jugendwort des Jahres 2024 – "Aura" hat gewonnen*. Retrieved from <https://www.langenscheidt.com/presse/jugendwort-des-jahres-2024-aura-hat-gewonnen>
5. Walther, U. (2022). *Warum Worte wie "smash!" oder "cringe" Ausdruck eines professionellen Umgangs mit Sprache sind* [Interview]. *Universität Leipzig Magazin*. Retrieved from <https://magazin.uni-leipzig.de/das-leipziger-universitaetsmagazin/artikel/jugendsprache>