

Міністерство освіти і науки України
 Національний технічний університет
 «Дніпровська політехніка»

Інститут електроенергетики
 Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеню бакалавра

студента Нікуляк Дар'ї Василівни _____
 (ПІБ)

академічної групи ФЛ-15-1 _____
 (шифр)

напряму 6.020303 «Філологія» _____

спеціалізації _____

за освітньо-професійною програмою _____
 на тему Структура та семантика англомовних запозичень в сучасній німецькій мові

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Кабаченко І.Л			
розділів:				
Рецензент	Введенська Т.Ю			
Нормоконтролер	ФЛ-15-1 Короткова С.В.			

Дніпро
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО:завідувач кафедри
перекладу

_____ Введенська Т.Ю.

« _____ » _____ 2019 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню бакалавра**студенту Нікуляк Д.В. академічної групи ФЛ-15-1
(прізвище та ініціали) (шифр)напряму 6.020303 «Філологія»

спеціалізації _____

за освітньо-професійною програмою _____

на тему Структура та семантика англомовних запозичень в сучасній німецькій мові

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 17.04.2019 № 626-л

Розділ	Зміст	Термін виконання
Розділ 1	Теоретичні основи дослідження запозичення	25.12.18
Розділ 2	Особливості вживання запозичень з англійської мови у сучасній німецькій мові	01.05.19

Завдання видано

_____ (підпис керівника) _____ (прізвище, ініціали)

Дата видачі 15 жовтня 2018

Дата подання до екзаменаційної комісії 10 червня 2019

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента) _____ (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

Вступ.....	4
РОЗДІЛ I. Теоретичні основи дослідження запозичення.....	7
1.1 Поняття та механізм лексико – семантичного запозичення.....	7
1.2 Процес запозичення англіцизмів в німецьку мову.....	13
Висновок до I розділу.....	29
РОЗДІЛ II. Особливості вживання запозичень з англійської мови у сучасні німецькій мові.....	31
2.1 Новітні англіцизми в німецькій суспільно – політичній лексиці.....	31
2.2 Вживання запозичень у німецькому газетному дискурсі.....	37
Висновок до II розділу.....	52
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

ВСТУП

Запозичення лексики однієї мови іншою є закономірним наслідком мовних контактів в історії розвитку будь-якої мови. Якщо у минулому збагачення словникового складу німецької мови відбувалося переважно як запозичення з латинської, а пізніше — французької мов, то вже в XIX ст. джерелом нових поповнень стала англійська мова.

Вона продовжує впливати на німецьку й нині. Аналізуючи англійські запозичення, необхідно зауважити, що в англійській мові існують регіональні варіанти — британський, американський, канадський, південноафриканський, австралійсько-новозеландський.

З другої половини XX століття особливого значення набуває американський різновид англійської мови, унаслідок чого йдеться більшою мірою про англо-американізм в сучасній німецькій мові. Для простоти опису або зі стилістичних міркувань, крім поняття «англійське запозичення», можуть уживатися синонімічні — «англоамериканізм», «англіцизм», оскільки в рамках цієї статті розмежування варіантів англійської мови не є важливим.

Тема англійських запозичень німецької мови стала об'єктом вивчення для багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів, і інтерес до цієї проблематики з часом не згасає, що свідчить про її багатоаспектність і невичерпність.

Мова як явище багатогранне, що постійно розвивається, безперервно постачає лінгвістам новий матеріал для досліджень. Оскільки процес запозичень істотно впливає на розвиток термінології, важливо виробити підходи, які можна застосувати для аналізу будь-якої субмови чи терміносистеми.

Для цього маємо детально вивчити екстралінгвістичні передумови проникнення англійських термінів у німецьку термінологію та мову загалом,

виокремити лексико-семантичні групи всередині термінології кожної субмови на основі її горизонтального розчленовування, запропонувати періодизацію процесу запозичення англійських термінів з огляду на розвиток науки.

Для аналізу англо-американських фахових термінів з погляду їх фонетичної, графічної, граматичної і структурної асиміляції беремо німецьку спеціальну літературу, загальні та спеціальні словники, періодичні видання відповідної тематики, а також науково-популярні статті з мережі Інтернет

Об'єктом дослідження є англомовні запозичення німецької мови.

Предмет дослідження – структура і семантика англомовних запозичень в сучасній німецькій мові.

Мета роботи - дослідження англіцизмів у німецькій мові.

Завдання дослідження:

- Проаналізувати використання англомовних запозичень в німецькій суспільно-політичній лексиці та газетному дискурсі.
- Дослідити процес запозичення з англійської мови в німецьку.
- Визначити поняття і механізм лексико-семантичних запозичень.

Методи дослідження: аналіз суспільно-політичної лексики та газетного дискурсу у сучасній німецькій мові, а саме структурний і лексико-семантичний аналіз англо-американських термінів у німецькій мові.

Матеріалом для дослідження служать наукові розробки у сфері термінознавства, теоретичні розробки з проблематики запозичень та термінологізації, спеціальні словники, монографії вітчизняних і зарубіжних фахівців, спеціальна література.

Результати структурного і лексико-семантичного аналізу англо-американських термінів у німецькій мові і виявлені закономірності їх асиміляції можуть бути використані для підготовки курсу лекцій з лексикології,

термінознавства, науково-технічного перекладу, а також для подальшого аналізу проблематики глобалізації англо-американської термінології.

Наукова новизна і теоретична значимість роботи полягає у комплексному дослідженні вживання новітніх англіцизмів, їх аналіз, а саме використовується діахронний і синхронний методи, соціолінгвістичний метод кореляції мовних і соціальних явищ, статистичний метод кількісних і процентних характеристик, метод структурного аналізу.

Практична значимість дослідження термінологізації англійських запозичень полягає в тому, що:

– на основі вибірки термінів зі спеціальної зарубіжної літератури акумулюється матеріал для створення галузевих словників англійських термінів німецької мови, призначених для фахівців підприємців, науковців, перекладачів, викладачів і студентів;

– результати можуть бути використані для створення навчальних посібників, у підготовці перекладачів за професійним спрямуванням;

Структура роботи. Робота складається із вступу, двох розділів, чотирьох підрозділів, висновків до кожного розділу, загального висновку та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ

1.1 Поняття та механізм лексико – семантичного запозичення

В останні десятиріччя помітний великий вплив англійської мови, яка все активніше проникає у всі галузі лексики сучасної німецької мови. Англіцизм – це запозичене з англійської мови у будь-яку іншу мову або сформоване в ній за англійським зразком мовне лексичне або синтаксичне утворення, яке в цій мові сприймається як «чуже» її лексико-семантичній системі.

Власне запозичення – це запозичення з іноземної мови, яке уподібнюється запозичуваній мові або фонологічно, або морфологічно, або орфографічно або на двох чи всіх трьох названих рівнях водночас. Згадані вище морфологічні, орфографічні та фонологічні фактори є суттєвими ознаками щодо розрізнення понять «іноземне слово» та «запозичене слово». Зупинимося на них детальніше.

1. Морфологічна ознака. Запозиченні в німецькій мові англійські дієслова всі без винятку отримують інфінітивну морфему – *(e)n*, як-от *clicken* від *to click*, *starten* від *to start*, *managen* від *to manage* тощо. При відмінюванні до їх основ приєднуються особові закінчення німецьких дієслів. Прикметникові англіцизми впорядковуються в німецькій мові через німецьку флексію. Більшість іменникових англіцизмів отримують німецьку форму множини, наприклад *das Display - Displays*.

2. Орфографічна ознака. Орфографічні зміни наявні, коли при написанні англійське - *c* - і - *ss* - передаються через німецьке - *k* - і - *ss* -, наприклад: *product* – *Produkt*, *component* – *Komponent*, *code* – *Kode*, *stress* – *Stress*. Подальшими

змінами є: нім. *Scheck* замість англ. *check* , нім. *Streick* замість англ. *strike* , нім. *Schok* замість англ. *Shock* та ін.

Лексеми або сполучення лексем, які в німецькій мові утворені засобами мови-джерела, але не існують у ній в такому вигляді, позначаються як несправжні запозичення. Ми можемо поділити несправжні запозичення на три додаткові категорії: власне змінене запозичене слово, справжні лексичні запозичення та несправжні семантичні запозичення.

Змінене запозичене слово є морфологічно зміненим запозиченням англійських мовних знаків. Б. Карстенсен поділяє змінені запозичені слова на наступні категорії:

1. Скорочення окремих слів. Типовим прикладом цього є слово *Pulli*, коротку форму якого використовують для позначення слова *Pullover*. Іншими прикладами скорочень англійських лексем є *Messtechnik* від *DimensionTechnik* , *fesch/fasch* від *faschionable* і *Profī* від *professional* .

2. Скорочення складних слів. Ця підкатегорія стосується власне мовного скорочення англійських складних слів, яких в англійськомовних країнах не знають. Так, наприклад, англійське *discount store* скоротилося до *Discount* в німецькій мові; часто зустрічається також *Porket* як коротка форма від англійського *porket camera* .

3. Скорочення одиниць більш одного слова. Ця третя підкатегорія має на увазі власне німецьку зміну англійських фразеологічних лексемних сполучень. Англійський фразеологізм *Right or wrong it is my country* в значенні «правильно або невірно (йдеться про) мою Батьківщину» в німецькій мові скоротилося до *Right or wrong my country* .

4. Морфологічно змінені форми. За Б. Карстенсеном у цій підкатегорії йдеться про «перетворення запозиченого з англійської мови морфемного

інвентаря ». Прикладами з нашої вибірки є терміни *Messwertdaten* , *Max-Werte*, *Min-Werte*, *feinmodulare Bauweise* тощо.

Під несправжніми семантичними запозиченнями ми розуміємо запозичення англійського слова в його оригінальній формі з одним або багатьма значеннями в німецьку мову, при чому запозичений англіцизм йде своїм власним семантичним шляхом в німецькій мові і набуває додаткове одне або більше значень, яких зовсім не мало в англійській мові. Так, іменник *der Bulk* у німецькій мові означає *судно, корпус корабля* , в той час як в англійській мові воно позначає величину, об'єм, основну частину, як-от: *Smartklasse* , *Bulk-Engineering* тощо.

До внутрішніх запозичених слів (*Inneres Lehnwort*) відносяться запозичення, які не містять жодного англійського морфемного матеріалу. Оскільки вони не різняться морфологічно від німецьких утворень, їхнє англійське походження на думку Б. Карстенсена не слід надалі визнавати. В даному випадку йдеться про цілковите заміщення англійського мовного матеріалу через німецькі слова. Як родове поняття для внутрішнього запозичуваного слова В. Бетц вибирає слово «калька» (*Lehnprägung*), що складається із запозичення одного лексико-семантичного варіанту та поморфемного перекладу, а також із запозичення словосполучення та запозичення елементів синтаксису. Порівняно з зовнішніми запозичуваними словами кількість лексем цієї категорії дуже обмежена.

В подальшому дослідженні ми розглядаємо лише іншомовні та запозичені слова, несправжні запозичення та змішані складні слова, в той час як запозичення, які складаються лише із німецьких морфем, лишаються поза увагою, оскільки їх важко встановити і кількісно вони не є важливими.

Використовуючи запозичені корені при створенні похідних та складних термінів до уваги беруться типові німецькі способи словотворення, наприклад, похідні терміни іменники з німецькими префіксами: *Absorber* ; складні терміни – іменники з двох чи більше запозичених коренів: *Magnetresonanztomographie* ,

Klimawandel , *Computertomographie* , *Energiemanagement* ; або складні терміни – іменники, які складаються з запозичених і німецьких коренів: *Gebäudetechnologie* , *Solarkraftwerke* , *Datengenerierung* .

Здійснивши аналіз запозичених одиниць, що функціонують в галузі сучасної промислової автоматизації на семантичному рівні, можемо виділити такі тематичні групи термінів:

- назви обладнання, що використовується: *Elektromotor* , *DiagnoseSoftware* , *Hardware* ;
- назви процесів: *Recycling* , *Monitoring* , *Datalogging* ;
- загальні поняття: *Multiuser-Engineering-Fähigkeit*, *Client-ServerSystemarchitektur* ;
- позначення процесів: *generieren* , *clicken* , *downloaden* , *parametrieren* ;
- вказівки на ознаки: *digital* , *optimiert* , *integriert* , *fehlertolerant* ;
- назви документації: *Produktportfolio* , *Protokoll* ;
- терміни, що вживаються у дотичних галузях промисловості та науках: *Reaktion* , *Diagnose* , *Rezept* , *Gasatmosphäre* .

Отже, в результаті постійної взаємодії термінологічних систем різних мов з'являються запозичення у німецькій мові, що підтверджується фактичним матеріалом. Ефективність запозичення залежить від наявності лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, які впливають на входження, закріплення, актуалізацію запозичених термінів.

Беручи до уваги особливості процесів промислової автоматизації, яка виражається в активному усному використанні автохтонної та запозиченої термінології, а також завдяки білінгвізму, ми можемо спостерігати перевагу термінів, що походять з англomовного фахового дискурсу.

Існує три основних способи поповнення словникового складу будь-якої мови:

- а) словотвір;
- б) зміна значення слова;
- в) запозичення.

У німецькій мові спостерігається активізація запозичення і вживання англійської лексики. Запозичення – один із шляхів збагачення лексики кожної мови. З усіх мовних рівнів найчастіше піддається запозиченню саме лексика.

Причини появи в мовах світу лексичних запозичень пов'язані: 1) з появою і запозиченням нових речей і понять: der Computer (англ. computer), das Display (англ. display), der Trend (англ. trend); 2) з дублюванням уже наявних у мові слів для використання їх як міжнародної термінології: das Investment (англ. investment); 3) для підкреслення того чи іншого відтінку значення: das Topmanagement (англ. Topmanagement) [4, 85].

Найактивніше запозичення відбуваються в таких п'яти сферах:

- 1) реклама: комунікація оферента та споживача;
- 2) комп'ютерні та інформаційні технології, новітні медіа;
- 3) економіка; комп'ютер;
- 4) дозвілля; фітнес, мода;
- 5) молодіжна субкультура включно з поп-культурою.

Запозичені англійські й англо-американські терміни у системі німецької мови отримують нове оформлення, зазнають адаптації, що являє собою комплексний процес, який охоплює всі сторони існування і розвитку слів у мові. Освоєння іншомовних слів мовою розглядається лінгвістами як максимальне наближення їхньої фонетичної, графічної, морфологічної і лексико-семантичної характеристики до відповідних норм мови, що запозичує.

Під запозиченням варто розуміти, перш за все, слово або словосполучення, які перенесені з однієї мови в іншу через мовні контакти і до певної міри асимілювалося в новому мовному середовищі. Оскільки в статті йдеться про

англо-американські запозичення в німецькій мові, доцільно зробити короткий огляд досліджень з даної тематики.

Англійські запозичення в німецькій мові відомі з XV століття. Багато лінгвістів обумовлювали їх появу значними суспільнополітичними подіями, зокрема Англійською буржуазною революцією та ін. Дослідники звертали увагу на стабільне зростання кількості англійських запозичень у німецькій мові. Наприклад, К. Хеллер вважає, що в 1862 році в німецькій мові існувало 148 англіцизмів, у 1899 році — 392 таких одиниць, у 1909 році — близько 900. Бродер Карстензен наводить такі дані: у трьох німецьких газетах за 1910 рік було зафіксовано 19 англо-американізмів, у 1930 році — 14 [13, 45].

Інтенсивний приплив англо-американізмів спостерігався після Другої світової війни. Цій тенденції сприяв поділ території Німеччини на окупаційні зони, дві з яких займали США і Великобританія, унаслідок чого між цими державами і ФРН існувала тісна політична, економічна і культурна взаємодія.

Усі англоамериканські запозичення, що прийшли в німецьку мову після 1945 року, уже фізично не могли бути зафіксованими в таких авторитетних німецьких лексикографічних джерелах, як словник Дудена, Варіга або Брокгауза.

В останні два десятиріччя спостерігається справжній бум англоамериканських запозичень у німецькій мові. Це явище привертає до себе неабиякий інтерес лінгвістів, про що свідчить велика кількість публікацій і досліджень, що констатують зростання кількості англоамериканських запозичень.

Роботи німецьких науковців, присвячені проблемам англоамериканського запозичення, мають в основному констатуючий, описовий характер. Деякі дослідження спрямовані на з'ясування причин, шляхів і різних аспектів англо-американського запозичення.

Чимало робіт присвячено дослідженню історії окремих англо-американізмів, їх фіксації в лексикографічних джерелах, семантичному розвитку в мові-рецепторі.

1.2 Процес запозичення англіцизмів в німецьку мову

Англійські запозичення в німецькій мові відомі з XV ст. Багато лінгвістів пояснювали їх появу значними суспільно-політичними подіями, зокрема Англійською буржуазною революцією та ін.

Перші запозичення в складі німецької мови відносяться до XVI століття. У цей період були запозичені слова, що стосуються торгівлі, військової справи, назви деяких рослин, назви окремих професій, соціальних станів тощо.

Німеччина на той час була передовою країною в сфері гірничої справи та металургійної промисловості, а тому з Німеччини до Англії прибували численні фахівці [9, 78]. Цілком імовірно, що в результаті безпосереднього спілкування з людьми, які говорили німецькою мовою, відбувалося спочатку усне запозичення німецьких слів. У письмових документах ці слова з'являються не раніше XVII століття. Такі терміни гірничорудної промисловості, як *zinc*, *bismut*, *cobalt* та інші потрапили в англійську мову з німецької.

У XVII столітті з'явилися нові запозичення в галузі торгівлі та військової справи. Наприклад, *groschen* ('гріш, старовинна німецька срібна монета'); *drilling* ('(геол.) трійник, зросток трьох кристалів'); *fieldmarshal* ('фельдмаршал') та інші [10, 89]. У XVIII столітті вплив німецької мови на англійську виявився слабшим, ніж у попередньому. Це, очевидно, пояснюється загальним економічним та політичним занепадом Німеччини після тривалої війни. У другій половині XVIII століття були запозичені деякі слова, що належать до галузі геології, мінералогії

та гірничої справи: Iceberg, Wolfram, Nickel, Gletscher [4, 67]. У XIX столітті сфера запозичень значно розширюється.

З'являється ряд запозичень з галузі гуманітарних наук, громадського життя і політики. Запозичується багато термінів (в галузі хімії та фізики, філології, мистецтва). Багато з цих запозичень є кальками або інтернаціональними словами. Так, запозичуються деякі терміни, що й сьогодні побутують в царині мовознавства, наприклад: Indo-Germanic (Indogermanisch), Middle English (Mittelenglisch), Umlaut, Ablaut, Folk etymology (Folksetymologie), Loanword (Lehnwort) [5, 34]. Слова, що позначають продукти та предмети побуту: Marzipan, Kohl-rabi, Schnapps, Kummel, Kirsch, Vermuth.

Слова з галузі музичного мистецтва: leitmotiv, kapellmeister, claviatur, humouresque. Назви тварин: spits, roodle. Для запозичень XX століття характерне помітне переважання слів, які пов'язані з війною.

Найвідоміші з них: Black shirt (Schwarzhemd), Brown shirt (Braunhemd), Führer – '(іст.) фюрер (А. Гітлер)' та Führer – 'диктатор фашистського типу', Gauleiter, Gestapo, Hitlerism, Nazi, Storm-trooper (Sturmabteilungsman), the Third Reich (das Dritte Reich), Blitzkrieg, Bunker, Luftwaffe, Wehrmacht.

Аналізуючи англійські запозичення, необхідно зауважити, що в англійській мові існують регіональні варіанти – британський, американський, канадський, південноафриканський, австралійсько-новозеландський.

З другої половини XX ст. особливого значення набуває американський різновид англійської мови, унаслідок чого йдеться більшою мірою про англо-американізм в сучасній німецькій мові. Для простоти опису або зі стилістичних міркувань, крім поняття «англійське запозичення», можуть уживатися синонімічні – «англо-американізм», «англіцизм», оскільки в рамках цієї статті розмежування варіантів англійської мови не є важливим.

Реклама охоче використовує англійські та американські поняття, щоб пропагувати чужий спосіб життя і представити своїм клієнтам дух іншого далекого світу. Тому люди і купують Lotion, Snacks, Shorts, Conditioner. Всім відома рекламна лексика - Slogans, Marketing, Corporate Identity, Promotion, Image, Message.

Техніка, особливо світ комп'ютерів та інтернет, накладає на мову свій особливий відбиток: Mouse, E-Mail, Online, Provider. Але й до цього в німецькій мові вже існували технічні поняття з інших областей техніки: Airbag, Display, Playstation, Gameboy, Joystick і т.д.

У спорті стає все більше типово американських видів спорту з відповідними їм поняттями, які полегшують спортсменам і вболівальникам їх спілкування і розуміння: Fan, Match, Cross, Freestyle, Penalty, Badminton, Sprint, Finish, Team, Handicap [5, 23]. Також є й інші джерела англіцизмів: у ЗМІ – Feature, Pay-TV, Motion, Primetime, Print, Slow, Entertainer, в косметичній індустрії - Foundation, Fluid, Eyeliner, Cover, у світі моди - Fashion, Dress, Look, Top, Boots. Сфери, пов'язані з комп'ютером, з інформатикою по праву займають перше місце в цьому списку. Palmtop, handheld, upgrade і scrollen – ще кілька прикладів англіцизмів, що використовуються в цій галузі. Як це все пояснити? При уважному розгляді проблеми виявляється, що на початку зародження комп'ютерної галузі програмісти чесно намагалися використовувати німецькі терміни. Чому ж Rechner перетворився на Computer, Speicher в Memory, а Bildlaufleiste в Scrollbar?

Як зазначає С. Боманн «В німецькій мові потрібно використовувати цілі фрази, або ж речення, щоб зобразити технічний термін і часто визначення ніколи повністю не передають семантичне значення. Сюди належать англіцизми, які виражають денотативні та конотативні семантичні поняття, які відсутні у відповідному німецькому семантичному полі» [1, 15].

Як приклад візьмемо англiцизм *Scanner*, для перекладу цього технічного терміну в німецькій мові не знайшлося еквівалента, адже *Abtaster* чи *Abtastegerät* не достатньо точно здатні передати характеристики цього приладу. Таким чином, запозичений з англійської мови термін *Scanner* з гідністю зайняв своє місце в системі німецької мови. Те ж саме стосується і терміну *Computer*.

Спроби знайти німецький еквівалент виявились невдалими, адже англійський варіант і точніший, і коротший за німецький *elektronische Datenverarbeitungsanlage*. Таким чином, стає очевидним, що німецька мова в усіх областях сучасного суспільного життя (від найпростішого візиту в магазин до найскладніших наук) замінена нечуваною кількістю англійських слів і навіть повністю ними витіснена.

У такій тенденції лінгвісти бачать небезпеку, оскільки німецька мова може позбутися своєї виразності і експресивності, а можливо і взагалі майбутнього. Вітчизняні та зарубіжні германісти відзначають, що сьогодні німецька мова зазнає особливо інтенсивного впливу з боку англійської мови, насамперед її американського варіанта, що знаходить свій прояв на фонологічному, лексичному та семантичному рівнях [7, 98]. При фонетичній асиміляції англоамериканізми можуть повністю зберігати свою вимову (*Floating, Voucher, Overdraft, Swap, Swing, Switch*), зазнавати часткової субституції (нім. *Computer* [kom'pju:ta] та англ. *computer* [kəm'pju:tə]), вимовлятися за фонетичними законами німецької мови (*Bonus, Export, Konsols, Import*), мати подвійну вимову (*Budget* з франц. та англ. вимовою) або належати до змішаного типу (пор. нім. *Clerk* [klark] та англ. *clerk* [kla:k] тощо).

З погляду орфографічної асиміляції існують англо-американізми, які відповідають нормам німецької орфографії повністю або частково: *Charter, Import, Export, Broker, Konzern, Test, Internet, Investment* тощо, а також такі, які залишаються орфографічно оформленими за нормами мови-продуцента: *overdraft,*

break-even-point, terms of trade, cancelling, letter of credit. При морфологічній асиміляції англоамериканізмів засвоюються повністю (das Budget -s, -s, der Trend -s, -s, der Scheck -s, -s, das Management -s, der Job -s, -s, der Computer -s, =, der Chip -s, -s, der Konzern -s, -e, das Clearing -s, -s, der Boom -s, -s, der Swing = i -s,) або зовсім не адаптуються до морфологічної системи німецької мови (letter of credit, fiscal policy, teamwork, terms of payment, cancelling, overdraft, demurrage, brand тощо) [8, 65].

Як відомо, мова краще вивчається за допомогою зворотного зв'язку. Якщо варіант виправдовує себе, він залишається у мові. Нові поняття постійно входять в життя, вимагаючи нових слів для їх назви. Іноді нові назви використовуються зі старими, що продовжують своє існування. Кількість слів у мові, таким чином, непостійна, вона, як правило, зростає.

Вони створюються для найменування нових речей. Нові слова запозичуються або створюються із існуючого мовного матеріалу за схемами, продуктивними на даному етапі її розвитку.

Часто словники не фіксують англіцизмів, незважаючи на їх досить широке вживання. Очевидно, маємо справу зі співвідношенням між мовою та мовленням, між мовною системою та слововживанням. Можливо, мова йде про той випадок, коли частотність уживання слова пов'язана лише з певними обставинами, що спонукають його використовувати, або йдеться про так званий "денгліш". "Denglisch" (Deutsch + Englisch) – сучасний німецько-англійський суржик, що непомітно і практично нестримно заповнює німецьку мову.

Численні англіцизми та цілі фрази постійно потрапляють у мову, фактично шар сучасної англійської стає частиною німецької мови. Слід відрізнити англіцизми від денглішу. Денгліш, як правило, – не літературний варіант мови, від якого застерігають мовознавці.

Наприклад, речення “Ich hatte gestern baby sitting” містить англiцизм, а речення “Ich habe gestern ein Baby gesittet” є прикладом денглішу [4, 7]. Питання про збереження німецької мови як національної постало останніми роками особливо гостро.

У 1997 р. професором, доктором В. Кремером було засновано спілку “Німецька мова”. На сьогодні це найбільше об’єднання Німеччини, що переймається мовними проблемами. Воно розділене на 23 регіональні групи і має свою наукову раду. Спілка ставить за мету зберегти самобутність німецької мови й захистити її передусім від англiцизмів. Для вирішення цієї проблеми членами об’єднання було розроблено спеціальну програму, головна мета якої – максимальне зниження уживання в німецькій мові англоамериканських запозичень, причому – в усіх галузях життя німецького суспільства: у пресі, на радіо й телебаченні, у законодавчих, наукових текстах, мові реклами, а також в усному повсякденному спілкуванні. Спілкою вже видано словник, так званий *Anglizismenliste*, який розрахований на широкого споживача. У словнику легко знайти еквівалент англо-американському запозиченню й самому вирішити, яке зі слів (німецьке або англійське) використовувати.

Таким чином, багато німецьких лінгвістів роблять висновок, що тенденція збільшення словникового складу німецької мови за допомогою англоамериканських запозичень набирає гротескних форм. Ця проблема вийшла на державний рівень. Причому важливо підкреслити, що так звана “мовна політика” – це явище, характерне не тільки для Німеччини. Ініціативи про захист німецької мови підтримують і німецькі політики. Нова коаліція ХДС / ХСС (2009 р.) у Бундестазі погодила пропозицію щодо внесення змін до конституції, щоб прописати як одне з головних завдань держави захист німецької культури і мови. Такі екстралінгвістичні фактори, безумовно, впливатимуть на процеси мовних

запозичень. Можливо, зазнають змін лозунги на кшталт “Be Berlin” чи “Be Hard, Drink Soft!”, не таким значним буде засилля англіцизмів у ЗМІ.

Однак не слід сподіватися на зменшення термінологічних запозичень з англійської; якщо це й відбудуватиметься, то тільки в перспективі, коли наслідки дії закону про захист німецької мови охоплять усі сфери життя, як це сталося із французькою. Навпаки, у термінологічній галузі слід очікувати активної взаємодії та взаємовпливу різних терміносистем, що зумовлено інтеграцією наук та розвитком суспільства.

Це стосується зокрема й запозичень з англійської. Регулярні синтагматичні зв'язки та відносини запозиченого слова з питомими словами приводять до розвитку його семантичної означеності та самостійності, що виявляється в еволюції його внутрішньої та зовнішньої лексичної валентності, тобто здатності вступати в синтаксичні, лексичні, фразеологічні сполучення, поєднуватися з граматичними словотворчими морфемами, зазнавати процесів термінологізації та детермінологізації. Ставши регулярним у вжитку, запозичене слово іноді так відрізняється від свого первісного значення, що предметнологічний зв'язок між “чужою” та вже “своєю” реалією або поняттям може втрачатися.

Саме лексико-семантична система мовиджерела стимулює подальший розвиток або зникнення слова з лексичного фонду мовиреципієнта. Через об'єктивні причини, що викликають лексичне запозичення, стає можливим проникнення майже будь-якого англійського слова в німецьку мову. Як правило, англійський термін чи слово входить у німецьку мову зі збереженням правопису та звучання. Однак було б неправильно розглядати проникнення англіцизмів у німецьку терміносистему тільки як односторонній процес.

При запозиченні відбувається взаємодія англійського терміна та мовиреципієнта, яка впливає на його адаптацію. З одного боку, структура термінів

запозичується в терміносистему німецької мови без зміни або з незначною зміною їх звукового і графічного оформлення.

З іншого боку, спостерігаються певні зміни на морфологічному рівні при адаптації у німецькій терміносистемі:

1. Запозичені іменники підпорядковуються правилам німецької мови й уживаються з артиклем: der Cashflow, die Number, das Banking.

2. Дієслова отримують типову для інфінітива флексію – en, відмінюються як слабкі дієслова й утворюють дієприкметники: check – checken, durchchecken, checkte, gecheckt; to order – ordern, ordernte, geordernt. Ich habe Standard für 20 € geordernt. Probleme managen, Vorbestellungen canceln, Preise scannen.

3. Запозичені прикметники підпорядковуються системі відміни прикметників німецької мови: kein cooles Getränk, ein portabler PC. Für die Zukunft wünsche ich uns allen gemeinsam viel Kraft für unseren gemeinsamen Kampf für eine neue, faire Welt!

4. Продуктивним є словотвір англomовних термінів, зокрема словоскладання. Слід особливо відзначити тип складних слів, які є структурними модифікаціями запозичених термінів. Часто англійському словосполученню відповідає німецький складний іменник: англ. crisis management – нім. Krisismanagement. Поряд з написанням разом складні слова в німецькій мові можуть бути графічно марковані дефісами між окремими компонентами: англ. artdirector – нім. Art-Director, англ. investment banking – нім. Investment-Banking. Утім, взаємодія запозиченої англomовної лексики і системи мови-реципієнта відбувається не лише при адаптації, а й реалізується у процесах термінологізації та детермінологізації й потребує окремого більш детального розгляду.

У словниковому складі будь-якої мови можна знайти різні шари лексики. Розбіжності цих шарів можуть спиратися на різні ознаки:

1. Своє й чуже. Немає жодної мови на землі, у якій словниковий склад обмежувався б тільки своїми споконвічними словами. У кожній мові є й слова запозичені, іншомовні. У різних мовах і в різні періоди їх розвитку відсоток цих “не своїх” слів буває різним [7, 136]. Часто відбувається паралельно запозичення й калькування, причому калька одержує більш широке значення, а запозичення більш вузьке, спеціальне.

2. Терміни й слова загальної мови. Словниковий склад можна класифікувати на терміни й слова загальної мови. При цьому треба пам'ятати, що цей розподіл не збігається з розподілом на чуже й своє, тому що, незважаючи на велику кількість іншомовних термінів, у мові є дуже багато й своїх слів.

Аналізуючи процес функціонування запозичень з англійської в німецьку мову, можна зазначити, що зазвичай запозичується основне значення того чи іншого слова. У процесі запозичення відбувається різке звуження семантичного обсягу запозиченого слова, нерідко до одного, основного значення.

Проте є слова англійського походження, які функціонують у німецькій мові з переліком значень, як і в англійській мові. Англіцизми відіграють важливу роль у породженні нових номінацій у німецькій мові, у тому числі це стосується англіцизмів, що вже давно увійшли до лексичного складу. У словнику неологізмів Уве Квастгофа (2007) знаходимо слова Fanfest, Fankultur, Fanmeile. Fanfest (або Fan-Fest) – захід (для) прихильників видатних осіб, груп чи подій. У поясненні визначення мова йде про уболівальників спортивних команд, а також про фанів музичних груп, любителів телесеріалів, кінофільмів та комп'ютерних ігор [6, 10]. Зауважимо, що про релігійні угруповання тут не йдеться. Fankultur, за визначенням Уве Квастгофа, включає в себе поведінку, цінності та ритуали фанатичних прихильників зірок спорту та шоу-бізнесу. Також подається таке пояснення: слово часто вживається, коли йдеться про футбол, проте Fankultur охоплює також діяльність та особливості поведінки фанів поп-гуртів чи інших

зірок шоу-бізнесу [7, 212]. Слово Fanmeile, початок вживання якого припадає на кінець 2005 – початок 2006 р. і пов'язане з футбольною першістю світу в Німеччині, має значення: територія, визначена (облаштована) для святкування фанами [7, 212]. Повна адаптація англіцизмів у німецькій мові та їх продуктивне функціонування у майбутньому залежать від ряду обставин.

Як правило, вони мають приводити до ліквідації прогалин, утворювати деривати, добре засвоюватися мовою-рецептором на всіх рівнях, позначати нові реалії. Аналіз і детальний розгляд глосарію запозичених слів, найбільш вживаних у сучасній німецькомовній пресі, є цінним для лексикографічної практики. Особливості процесу запозичення, його інтенсифікація, семантичні зміни запозичень у сучасній німецькій мові передбачають подальше дослідження у визначеному напрямі.

Сьогодні слова з англійської мови дуже часто можна зустріти в інших мовах світу. У багатьох країнах філологи б'ють на сполох, адже кількість таких слів у їхніх рідних мовах уже перевищує розумні межі. Німецька мова не стала в цьому плані винятком. Останніми роками спостерігається наплив англійських слів у німецьку мову, як наприклад: – leasing – Vermietung; – marketing – die Maßnahmen eines Unternehmens; – consulting – der Berater; – investor – der Investitionsträger; – slang – die Umgangssprache; – user – Nutzer; – Magazine – Zeitschrift.

Англіцизми витісняють із німецького побуту істинно німецькі слова. У більшості німецьких міст рекламні написи й афіші складаються практично з англійських слів. У великих німецьких компаніях знання англійської мови є обов'язковими, а використання – практично нормальним явищем.

Цікавим фактом є те, що, відповідно до опитування авторитетних німецьких видавництв, більшість німців навіть не розуміють значення англійських слів, які вони використовують у щоденному спілкуванні. Особливо важко людям похилого віку, для яких масове витіснення звичної німецької лексики стало справжнім

нешастьям. Вони часто просто не розуміють того, що написано в магазині або на станції метро. Як говорять сьогодні в німецькому суспільстві: *In der Sprache selbst findet ein tägliches Plebiszit statt*. Останнім часом хвиля англіцизмів зумовила хвилювання серед німецьких політиків. Багато хто з них виступають за обмеження використання англійської мови. Вони аргументують настільки жорсткі заходи тим, що із приходом англійських слів німці починають губити найважливішу для них річ – німецьку культуру.

Молоде підростаюче покоління через вплив англіцизмів втрачає почуття патріотизму й усвідомлення важливості своєї рідної мови. Старше покоління в такій ситуації відчуває себе непевно й сконфужено. Багато німецьких філологів підтверджують той факт, що деяких англіцизмів все-таки не уникнути. До таких слів вони відносять слова, які стали вже інтернаціональними й належать у більшості випадків до технологічного, медичного, кулінарного й іншого напрямів. Але одночасно з тим не варто засмічувати німецьку мову англійськими словами, яким можна знайти еквіваленти у своїй рідній мові. Виходячи з необхідності відмежування доцільних, корисних запозичень від недоцільних, невиправданих, потрібно кожне досить частотне сьогодні запозичення пропускати крізь призму всебічного його оцінювання на основі диференційних ознак різних типів. Досліджуваний нами корпус англіцизмів засвідчує лише один із наведених джерел омонімії – запозичення.

Серед англійських запозичених лексичних одиниць можна виділити такі типи омонімів за походженням:

1. Омоніми, що утворилися завдяки запозиченню слова, яке за своїм звуковим складом є тотожним до вже існуючого в німецькій мові: *schiften, Rad, Rand, Stock* тощо;

2. Запозичені слова-омоніми, що походять з однієї мови: *Check = Scheck* тощо;

3. Запозичені слова-омоніми, що проникають з різних мов: *Store, Promotion, Office* тощо.

Сучасні дослідники визнають, що розуміння синонімії як мовного явища є й по нині досить суперечливим: від універсалізації синонімічних відношень до їх повного заперечення, від недостатнього розв'язання цієї проблеми до достатнього, але яке потребує доповнень та уточнень. За основу синонімічності беруть повний або частковий збіг лексичних значень, які виражають одне поняття в цілісній сукупності його ознак. Такий підхід передбачає врахування диференційованої ролі синонімів з виділенням найважливіших диференційних ознак кожного із них.

Синонімія німецьких і запозичених слів є однією з характерних особливостей лексичної синонімії німецької мови. Спеціальна лексика, яка відрізняється від загальноживаної своєю номінативно-дефінітивною функцією, також характеризується синонімічними відношеннями. Термінологічна синонімія притаманна різним галузям знань.

Незважаючи на тенденцію до точності та однозначності, термінологія не позбавлена ні від полісемії, ні від синонімії.

У досліджуваному матеріалі було виявлено англіцизми, які були запозичені в німецьку мову не з одним значенням, а з кількома. Тому ці багатозначні лексичні одиниці, входячи в систему німецької мови, утворюють по кілька синонімічних рядів. Синонімічні зв'язки можуть встановлюватися за основним або похідним ЛСВ, за одним або кількома варіантами, лише за основним або тільки за похідним ЛСВ тощо. Кожне слово завдяки ЛСВ, розвиваючи синонімічні зв'язки, зберігає свою специфіку, яка відрізняє його від інших слів.

Так, запозичення-термін з англійської мови *Bonus m* в німецькій мові багатозначне, як і в англійській. До кожного значення цього слова можна навести німецькі відповідники, що забезпечує наявність синонімічних рядів:

1. *Bonus – Vergütung – Zugabe* синонімічні в значенні „біржова премія, премія в біржових операціях”,
2. *Bonus – Gewinn – Profit* „прибуток, доля прибутку” [8, 24],
3. *Bonus – Abschlag – Nachlaß – Rabatt* „бонус, знижка”,
4. *Bonus – Vorgabe – Handikap* „(спорт.) фора”.

Отже, на базі одного багатозначного слова утворилися чотири синонімічних ряди: перший ряд утворений за основним значенням, три інших – за похідними ЛСВ.

Одним із видів відношень, у які можуть вступати запозичення, є відношення протилежності. Явище антонімії, як і явище синонімії, належить до однієї з мовних універсалій, воно властиве всім мовам, а його одиниці мають загальну структуру протилежних значень і велику подібність у структурній і семантичній організації антонімів.

За загальноприйнятим визначенням під антонімією розуміють тип семантичних відношень лексичних одиниць, що мають протилежні значення. Антонімія є формою протиставленості семантики лексичних одиниць.

Спосіб утворення антонімічних рядів за допомогою запозичених слів (англіцизмів) у німецькій лексиці є домінантним, про що свідчить тісний взаємозв'язок запозиченої лексики з німецькими лексичними одиницями:

Bonus – Strafe “премія – штраф”

Crash – Aufschwung “крах – підйом”

Teamwork – Einzelarbeit “спільна робота – індивідуальна робота”

Boom – Wirtschaftskrise “економічний підйом – економічна криза” тощо.

Так, антонімічна пара *Export – Import*, яка складається лише з запозичених лексичних одиниць, вступає в антонімічні відношення з німецькими лексемами: *Export – Einfuhr, Import – Ausfuhr*. Ці антонімічні пари мають протилежну

спрямованість дії, яка базується на логічно полярних поняттях. Вони становлять так звані контрадикторні антоніми.

Англiцизм *Boom* вступає в антонiмiчнi вiдношення з нiмецькою лексемою *Wirtschaftskrise*. Але недавно в нiмецьку мову була запозичена з англiйської мови лексема *Slump* у значеннi “раптове падiння (*цiн, попиту, курсу цiнних паперiв* тощо), криза”. Отже, утворюється антонiмiчний ряд iз двох запозичених лексем: *Boom – Slump* „пiдйом – криза”. Цi вiдношення реалiзують контрарну протилежнiсть i виявляють градуальнi опозицiї з iснуванням мiж ними середнього, промiжного елемента: *Boom – Rezession – Slump* „пiдйом – спад, рецесiя – криза”.

Термiн *Hardware* в англiйській мовi спочатку вживався на позначення iнструментiв, приладiв, апаратури. З розвитком комп’ютерної технiки вiн отримав спецiальне конкретне значення “апаратне забезпечення” на противагу створеному новому термiну *Software* “програмне забезпечення”. Обидвi цi лексичнi одиницi були запозиченi нiмецькою мовою саме з цими значеннями. Отже, утворилася антонiмiчна пара з двох запозичених термiнiв: *Hardware – Software* “апаратне забезпечення – програмне забезпечення”. Цей вид антонiмiї базується на комплементарнiй протилежностi, де видовi поняття доповнюють одне одного родовим таким чином, що заперечення одного поняття викликає значення iншого.

Англiйськi запозичення подiляються на однокомпонентнi та багатокомпонентнi:

1) до однокомпонентних термiнiв належать англiцизми, якi складаються з однiєї лексичної одиницi, якою може бути коренева морфема. Це простi (кореневi) слова, якi не можуть розкладатися на меншi морфеми i не є похiдними вiд якогось iншого слова (*Boom, Chip, Clerk, Job, Test* тощо).

2) до багатокомпонентних термiнiв входять англiйськi запозичення, якi складаються з кореня та словотвiрного афiкса – похiднi – (*fax-en, Chart-er-ung, test-en, Test-er, stopp-en, be-streik-en* тощо) або з кількох основ – складнi слова –

(*Familienbudget, Trademark, Preisstopp, Reisescheck* тощо). Мої спостереження засвідчили, що багатокомпонентні терміни в сфері економіки надзвичайно продуктивні. До похідних англійських запозичених одиниць належать також такі слова з перед- або післякореневими елементами, які були виокремлені у запозичених термінах шляхом зіставлення споріднених слів, як *Recycl-ing, Containe-r, Manage-ment, Out-side-r, over-draft, Market-ing*, хоча ці англійські запозичення не були утворені за допомогою німецьких засобів словотвору. Складні слова з англійським компонентом в економічній лексиці німецької мови за способом утворення можна поділити на двочленні та багаточленні складні слова.

Як свідчить аналіз досліджуваних лексичних одиниць, двочленні складні слова з компонентом-англіцизмом можуть складатися як із запозичених основ у поєднанні з питомими, де англіцизм може бути або означальною, або основною частиною (*Leasing-Gesellschaft, Hedge-Geschöft, Erdölboom, Anlagenexport, Warentest*), так і без поєднання з питомими основами, тобто з запозиченого повністю складного слова з мови-продуцента (*Sales-promoter, Management-Trust, Know-how, Joint-venture*).

Багаточленні складні слова мають дві частини: означальну й основну, одна з яких (а іноді й обидві) є, в свою чергу, складним словом. Означальна та основна частини багаточленних складних слів можуть бути представлені як запозиченнями англійського походження, так і поєднанням англіцизмів з питомими лексичними одиницями: *Budgetkostenrechnung, Clearingabrechnungsverfahren, dead-weight-Tonnage, cross-trade-Verkehr* тощо.

Аналіз досліджуваного матеріалу дозволяє стверджувати, що активно у процесах словотворення беруть участь приблизно 38,4% англійських запозичень-термінів, приблизно 61,6% запозичень мають низький словотвірний потенціал або відносяться до слів з нульовим словотвірним потенціалом. Це можна пояснити

тим, що ці лексичні одиниці належать до економічної терміносистеми німецької мови й мають спеціалізоване значення, а тому й не функціонують так широко в загальноживаній мові, як інші, а отже не залучаються до процесів словотворення.

Висновок до розділу 1

Одним із найважливіших чинників історичного розвитку мови, її еволюції є мовні контакти, які викликають до життя певні кількісні та якісні зрушення, що стосуються перш за все словникового складу мови як найбільш рухомого елемента мовної системи. Взаємодія англійської мови (її американського варіанта) з німецькою знайшла конкретне відображення у таких типах цього контактування: запозичення, калькування, інтерференція та мовна асиміляція.

Процес запозичення супроводжується позамовними і мовними чинниками. Проведене дослідження показало, що новим поштовхом проникнення англіцизмів у німецьку мову стало об'єднання Німеччини в 1989 році та нові інтеграційні, економічні процеси в суспільстві не тільки Німеччини, але й багатьох країн світу.

Проведене дослідження засвідчує, що в кінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст. спеціальна лексика стає основним джерелом поповнення та оновлення словникового складу німецької мови, що зумовлюється позамовними чинниками – науковим та технічним прогресом, виникненням нових наукових напрямків і переглядом традиційних систем наукових знань, взаємним перетином окремих галузей науки й техніки, створенням нових наукових дисциплін, організацією численних нових галузей виробництва тощо. Все це сприяє утворенню нових слів-термінів для позначення нових концептів, процесів тощо.

У галузевій лексиці діють різні тенденції, зокрема: тенденції до інтеграції та диференціації мовних одиниць, які є основними складовими тенденції до інтернаціоналізації англіцизмів, а також тенденція до „мовної економії“, або „закону економії мовних зусиль“.

До окремої групи запозичень відносяться назви-екзотизми – лексичні запозичення, які відбивають поняття або реалії життя, культури іншого народу чи країни, не властиві народу-носію національної мови.

Процес запозичення англiцизмiв вiдiграє неабияку роль у розвитку спецiальної лексики та її вдосконалення, адже бурхлива iнтенсифiкацiя процесiв запозичення в сучасну епоху сприяє активному проникненню слiв iз рiзних сфер людської дiяльностi в спецiальнi сфери. Цей процес багатоплановий, i його результатом є не лише поповнення лексичного складу, але й певнi змiни в структурi словникового фонду, якi полягають у кiлькiсному та якiсному складi рiзних угруповань слiв, у характерi їх мовних взаємозв'язкiв тощо. Він сприяє також розширенню варiантностi лексичних одиниць i значною мiрою зумовлює її, що призводить до формування багатозначностi, омонiмiчних, синонiмiчних та антонiмiчних вiдношень в нiмецькiй галузевiй лексицi з економiки.

Результати аналізу мовного матерiалу засвiдчили, що запозичене слово, входячи в систему нiмецької мови, зазнає “тиску” з боку цiєї мовної системи. При запозиченнi англiйських термiнiв було виявлено певнi системнi змiни на фонетичному, орфографiчному та морфологiчному рiвнях при адаптацiї англiцизмiв до нiмецької термiносистеми.

На основi морфемного аналізу було видiлено кореневi морфеми у запозичених словах шляхом зiставлення їх зi спiльнокореневими словами, об'єднано спiльнокореневi запозичення у кореневi гнiзда, якi очолюються вiльними та зв'язаними коренями та подiлено англiйськi запозичення на однокомпонентнi (простi) та багатокомпонентнi (похiднi, двочленнi складнi i багаточленнi складнi слова та стiйкi словосполучення, якi вiдповiдають композитним структурам у нiмецькiй мовi).

Результати аналізу фактичного матерiалу дозволяють стверджувати, що одним iз яскравих показникiв словотвiрної асимiляцiї англiйської запозиченої лексики є пiдпорядкування її словотвiрнiй системi нiмецької мови.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

2.1. Новітні англiцизми в нiмецькiй суспiльно – полiтичнiй лексикi

Запозичення англо-американського походження в нiмецькiй мовi iснують в рiзних сферах суспiльного життя людини:

1. Економiчна лексика: Manager, Budget, Clearing, Leasing, Trademark, Voucher, Joint venture;
2. Суспiльно-полiтична: Kongress, Parlament, Meeting, Briefing, Black-Power, Career Girl, Downswing;
3. Наукова та технiчна: Computer, User, Disk, Internet, Chip, Fax;
4. Спортивна термiнологiя: Boxer, Skateboard, Champion;
5. Термiни культури й мистецтва: Rock-Musik, Disk-Jockey, Entertainment, Show, Blues, Hitparade, Cool Jazz, Boogie-Woogie, Boston, Brassband тощо [2, 9].

Вiтчизнянi та зарубiжнi германiсти вiдзначають, що сьогоднi нiмецька мова зазнає особливо iнтенсивного впливу з боку англiйськiй мови, насамперед її американськiй варiанта, що знаходить свiй прояв на фонологiчному, лексичному та семантичному рiвнях [1, 10]. При фонетичнiй асимiляцiї англоамериканiзми можуть повнiстю зберiгати свою вимову (Floating, Voucher, overdraft, Swap, Swing, Switch), зазнавати часткової субституцiї (нiм. Computer [kom'pju:ta] та англ. computer [kəm'pju:tə]), вимовлятися за фонетичними законами нiмецькiй мови (Bonus, Export, Konsols, Import), мати подвiйну вимову (Budget з франц. та англ. вимовою) або належати до змiшаного типу (пор. нiм. Clerk [klark] та англ. clerk

[kla:k] тощо). З погляду орфографічної асиміляції існують англоамериканізми, які відповідають нормам німецької орфографії повністю або частково: Charter, Import, Export, Broker, Konzern, Test, Internet, Investment тощо, а також такі, які залишаються орфографічно оформленими за нормами мови-продуцента: overdraft, break-even-point, terms of trade, cancelling, letter of credit.

При морфологічній асиміляції англоамериканізми засвоюються повністю (das Budget -s, -s, der Trend -s, -s, der Scheck -s, -s, das Management -s, der Job -s, -s, der Computer -s, =, der Chip -s, -s, der Konzern -s, -e, das Clearing -s, -s, der Boom -s, -s, der Swing = i -s,) або зовсім не адаптуються до морфологічної системи німецької мови (letter of credit, fiscal policy, teamwork, terms of payment, cancelling, overdraft, demurrage, brand тощо) [2, 10].

Іноземні слова можуть потрапляти у німецьку мову двома способами. Вони запозичуються або як цілі слова з іноземної мови (Entertainer), або вони утворюються з іноземних компонентів у німецькій мові (Showmaster, Discounter, Beamer). У першому випадку говорять про запозичення, а у другому про іноземне словотворення [4, 643].

Причини для поширення англійських слів у німецькій сучасній мові є різні. Напр.: економія мови, тенденція до спеціалізації, тенденція до інтелектуалізації та тенденція до інтернаціоналізації. Повна адаптація запозичень з англійської мови у німецькій мові та їх продуктивне функціонування у майбутньому залежать від низки обставин. Як правило, вони мають призводити до ліквідації прогалин, утворювати деривати, добре засвоюватися мовою-рецептором на всіх рівнях, позначати нові реалії.

На цей час у сучасній німецькій мові спостерігається підйом процесу запозичення і активізація англійської лексики у сфері економіки у зв'язку з високим розвитком американського бізнесу. Запозичення – один зі шляхів збагачення лексики кожної мови. Нові, ще не зафіксовані словниками слова

одержали широке розповсюдження під впливом певних соціально-економічних відносин. Численні англійські запозичення в німецькій мові займають провідне місце. Ці слова відносяться до важливих семантичних груп, які означають фундаментальні поняття в економіці:

- банківська справа: *das Banking, die Gross-rate, das Floating, der Stock*;
- біржова справа: *die Scalping operations, die Stock – Exchange*;
- маркетинг: *das Marketing-Research*;
- менеджмент: *die Supervision, der Tallyman*;
- реклама: *die Publicity, der Sandwichman, der Slogan*;
- оподаткування: *das Roy airy, die Surtax*;
- фінансування: *das Deficit-spending, das Factoring*.

Деякі запозичення розширили своє значення і змінили стилістичне забарвлення. Прикладом може бути слово *Sandwich* - у німецькій мові воно має п'ять значень:

1. *Doppelte, mit Käse, Schinken o.a. belegte Weibbrottschnitte*;
2. *(österr.) belegtes Brot, Brötchen*;
3. *Kurzform von – Sandwichmontage*;
4. *Belag des Tischtennisschlägers aus einer Schicht Schaumgummi o.ä. u-einer Schicht Gummi mit Noppen*;
5. *Auf Brust u. Rücken zu tragendes doppeltes Plakat*.

Нова спеціальна лексика широко представлена субстантивними композитами, аббревіатурами. Це свідчить про продуктивність синтаксичного, морфологічно-синтаксичного способів творення досліджуваної сфери.

1. Як перший чи другий компонент нових слів або термінологічних словосполучень часто виступають іменники *der Manager, der Investment*:
 - der Brand-Manager, der Fonds-Manager, der Produktmanager*;
 - der Investmenttrast, das Investmenthaus, das Investmentpapier*.

2. Запозичення прикметників зустрічається рідше:

big, clever, instant, inzentiv, reflatinär, small, smart, soft, transferabel, unfair.

Необхідно виділити складні прикметники, у яких один із компонентів є докорінно німецьким:

teamfähig, trastartig.

3. Високопродуктивними виявляються словоскладення і складноскорочені слова:

der IG-Metall-Chef, das US-Business, das US-Investmenthaus, das Scanti-Drogeriemarkt, das Discountmarkt, der toom-Baumarkt.

4. Слово *Computer*, словосполучення *Personal Computer* або аббревіатура PC є одним з компонентів складних слів:

der Computerausdruck, computergesteuert, das PC-Geschäft.

5. Серед представленої лексики можна зустріти складні комбінації; які мають як основне слово німецького походження:

das Clearing-Verfahren, der Charterflug, der Spotmarkt;

Федеральний комітет експертів з економічних питань нерідко називають у пресі Royal Comission (англ. «королівська комісія»), хоч відомо, що Німеччина - парламентарна республіка, а не королівство. Справа пояснюється просто: аналогічний комітет в Англії має саме таку назву.

Навіть газети бундесверу, які завжди пишались своєю твердолюбою боротьбою з будь-яким іноземним запозиченням, тепер допускають вирази типу «Crew-chief für eine Crew von 5 Soldaten». У тих випадках, коли газети оголошують боротьбу за чистоту німецької мови, вони роблять це настільки невміло, що справа доходить до курйозів.

Так, у результаті опиту читачів англійський вираз «Park and Ride» (позначення місця, де пасажир залишає свій автомобіль і їде далі громадським транспортом) не знайшов німецького відповідника. Не можна ж було всерйоз

сприймати пропозиції типу «Stopp und Hopp», тобто англійський вираз перекладати напіванглійським! Так «Park and Ride» і залишилось, діставши офіційне визнання і підтримку в німецькій пресі. Співробітники університету м. Граца проаналізували мову австрійських та баварських щоденних газет.

Висновок: кількість англо-американізмів у них зростає з кожним роком.

Спочатку на одну сторінку припадало 22 англо-американізми. Не менш красномовні інші цифри: в результаті анкетування було з'ясовано, що пересічний читач розуміє лише 62% цих слів (дані взято з журналу «Der Sprachdienst», 1976, № 4, с. 53—54). Ось характерні відповіді декого з опитаних: Knowhow (вміння) — «китайський політик»; Boom (гучна реклама) — «від гвинтівки»; Stress (напруження) — «модний костюм»; UNO (ООН) — «університет». Досить своєрідним є ставлення до цієї проблеми Товариства німецької мови — організації, яка користується авторитетом як компетентна установа у справах мовного нормування і мовної політики. З одного боку, члени цього товариства засуджують надмірне вживання іноземної лексики.

Щоправда, з аргументацією його важко погодитись: іноземні слова «особливо добре підходять для того, щоб приховати своє невігластво, замаскувати наміри, обдурити партнера, затуманити думку і викликати потрібні емоції» («Der Sprachdienst», 1976, № 5, с. 79). Вилучення іншомовних вкраплень пропагується ще і на тій підставі, що запозичені слова шкодять «національному духові мови».

Теоретичною платформою такої позиції послужила серія статей на цю тему відомого західнонімецького лінгвіста Лео Вайсгербера у Журналі «Muttersprache». З другого боку, деякі західнонімецькі філологи намагаються виправдати масове проникнення англо-американізмів у німецьку мову. При цьому аргументом виступає нерідко думка про уявні переваги англійської мови над іншими (Вілліс В., Ляйзі Е.).

Показовим у цьому плані є такий факт: коли уряд Франції видав три роки тому декрет про очищення мови реклами, торгівлі, науки і культури від зайвих запозичень, західнонімецьке Товариство німецької мови в цьому питанні зайняло різко негативну позицію.

Протягом 1975-1976 рр. у ФРН публікуються статті, що засуджують державні заходи щодо чистоти французької мови. Слід відмітити, що деякі з розглянутих англо-американізмів проникають і в мову преси Німецької Демократичної Республіки.

Однак вживаються вони тут не як повноцінні лексичні одиниці, а виконують у більшості випадків певну стилістичну роль при характеристиці суспільних явищ чи звичаїв у країнах, що перебувають у сфері впливу американського капіталу. Помітні вони і в лексиці окремих прошарків молоді НДР, де епігонство заокеанської культури продиктоване або модою, або міщанським бажанням похизуватися незнайомим слівцем. Однак в цілому соціальна база англо-американського «імпорту» в мові НДР обмежена.

Ми, звичайно, не беремо до уваги тих запозичень з англійської мови, які мають інтернаціональний характер і набули прав громадянства в німецькій мові через відсутність в ній німецького відповідника або завдяки своєму особливому; експресивному потенціалу (пор. Camping — das Zeltenj week-end — das Wochenende, make-up — die Schonheitsp-flege, Hobby — das Steckenpierd). Вертаючись до мовної ситуації у Німеччині, відзначимо ще таку деталь. Не можна сказати, що мовознавці цієї країни нічого не роблять для очищення німецької мови від надмірного «імпорту» з боку «атлантичних сусідів».

У лінгвістичній пресі з'являються цікаві і компетентні праці на цю тему. Багато робиться і у справі мовного виховання молоді. Але ці зусилля зводяться нанівець потужним дзвоном і гуркотом всіх засобів масової інформації, які на всі

лади рекламують спосіб життя (а разом з ним ще й мову) своїх англо-саксонських партнерів по «атлантичній співдружності».

2.2 Вживання запозичень у німецькому газетному дискурсі

У Німеччині споконвіків було шанобливе і серйозне відношення до друкарського слова. Інформація, опублікована в пресі, була і залишається надійним джерелом відомостей про те, що відбувається всередині країни і за її межами.

Опитування, проведене соціологічним центром в 2006 році показує, що 41% німців черпає інформацію зі щоденних газет і лише 1% з Інтернету. У цьому – причина популярності та різноманітності друкарських видань у ФРН. Функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу. Для Німеччини характерне відповідальне ставлення до преси. Історія розвитку газетної справи в Німеччині частково це підтверджує.

Існує цікавий факт: до 1918 року абсолютно всі газети, не кажучи про книги, друкувалися поточним шрифтом, який був малозрозумілий, а зараз викликає особливу повагу. Звичайний шрифт з'явився лише після 1918 року. Так німецькі інтелектуали намагалися розмежити культуру простих і освічених людей. Людина, яка вміє читати, тим більше, яка може це написати – це серйозна людина. Можливо, це було пов'язано з тим, що до кінця 19 століття Німеччина була практично поголовно освіченою [7, 50].

На щастя, з тих пір ситуація змінилась. Увага в пресі приділяється тепер високій якості поліграфії, верстаків, роботі редакторів. Інтереси практично всіх груп читачів знаходять своє віддзеркалення в газетах і журналах. До тепер читання газет у Німеччині є найбільш ефективним методом здобуття інформації про події у світі. Оскільки міра обізнаності преси політичним життям країни

досить велика, вона також формує громадську думку, визначає тенденції, а також відображає позицію експертів, офіційних осіб і простих читачів. Завдяки закону про свободу преси, у німецьких видань є можливість висловлювати свою думку з різних писань незалежно від офіційної позиції уряду [14, 365]. Журналісти також мають можливість проводити розслідування і доступ до різних джерел інформації. Замість того вони гарантують дотримання журналістської етики і коректність публікованих матеріалів.

З останніми роками почастишали випадки порушення свободи преси, зокрема з боку суду і прокуратури, які виражаються в прослуховуванні переговорів журналістів, а також контролі їхніх дій в Інтернеті. Це викликає критику журналістської громадськості.

Однією з вимог законодавства до преси всіх федеральних земель є істинність інформації, що повідомляється. Щоб йому відповідати, німецькі газети користуються даними авторитетних інформагентств, що надаються, такими як, Die Deutsche Presseagentur GmbH(dpa), der Deutsche Depeschendienst (ddp) і Die dpa-afx Wirtschaftsnachrichten GmbH, а також агентствами інших країн. Ці інформагентства мають свої офіси у багатьох містах ФРН, що дозволяє їм оперативно повідомляти регіональні новини.

Ринок німецьких щоденних газет надзвичайно різноманітний. Німецький читач може вибрати між серйозними виданнями (die Welt), розважальними (Bild) і поєднати і те, і інше (Sueddeutsche Zeitung). Пресу Німеччини можна класифікувати за принципом ареалу поширення. Виділяються місцеві, регіональні і надрегіональні видання. Мережа місцевих газет дозволяє дізнаватися не лише локальні новини, але й світові, оскільки кожне видання містить над регіональну частину. Велику кількість регіональних видань обумовлена розвиненою федеральною системою держави.

Завдяки надійності пошти й її чіткому функціонуванню більшість газет поширюються по підписці. Це основний спосіб фінансування видань. В той же час будь-яку мають також он-лайн версії, проте це не заважає німецькій пресі мати дуже високі накладди в світі [14, 50]. Газета має справу з масовим і різномірним читачем і повинна задовольняти кожного з них як змістовно, так і стилістично. Масовий читач вимагає від газети постійного різноманіття оформлення, стилістичних і жанрових прийомів.

Однак, незважаючи на різноманіття, існує певна повторюваність прийомів, стандартність, за якою і визначається жанр і тип тексту. Жанр – це не сукупність одиниць, а спосіб їхньої організації в тексті, охоплює смислові композиційні й мовні сторони тексту, це функціональноструктурний тип втілення теми [15, 67]. Жанрами в пресі прийнято називати форми організації матеріалу, відображення фактів, подій, явищ освітлення.

Жанри преси склалися протягом довгої практики і мають, крім загальних рис, деякі національно-традиційні особливості. Навряд чи є необхідність розділяти газетні і журнальні жанри, тому що вони багато в чому співпадають, якщо мати на увазі не наукові, а масові суспільно-політичні видання. У порівнянні з ними в газеті переважають функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу (у 21 перекладацькому аспекті) жанри хронікального типу (Nachrichten, Berichte), власне газетні жанри у вузькому сенсі (journalistische Texte im engeren Sinn) і так звані напівхудожні жанри – великі за обсягом статті, огляди і т.п. [1, 67].

У німецькомовній пресі фахівці виділяють не менше десяти жанрів: кореспонденція, стаття, коментар, репортаж, фейлетон, інтерв'ю, рецензія. Кожен із зазначених мовних жанрів – це унікальна смислова (комунікативна) модель тексту, це і прагматична модель диференціації функції переконання, а також

конструктивна модель тексту, що визначає загальну синтаксичну схему його оформлення.

Відзначається, що газета об'єднує статті, що розрізняються, як за жанрами, так і за стильовими ознаками. Однак загальна система екстралінгвістичних факторів, що визначають специфіку мови ЗМІ, а також лінгвістичні дослідження, дозволяє говорити про існування єдиного функціонального стилю газети. Під функціональним стилем розуміється функціональна система, система внутрішніх, прихованих відносин і зв'язків явищ, в якій виявляються функції призначення та впливу словесного твору. У цій системі зазначені функції мовного твору не реалізуються [15, 56].

Розглядаючи стильову сторону мови газети як цілісну сукупність стильових явищ, виділяють єдиний стилістичний конструктивний принцип газети – діалектичне об'єднання її провідних ознак – експресії й стандарту, що розуміються в широкому сенсі слова як оцінні в протиставленні одне одному. Зазначені ознаки співвідносяться із взаємодією двох провідних функцій газети: інформаційної та впливової, які нерівномірно розподіляються за газетними жанрами і знаходяться у відповідності з двоїстою природою газети, покликаної як інформувати, так і переконувати, впливати [7, 301].

Перші за характером використання мовних засобів наближаються до науково-ділового стилю, володіючи рисами факто логічності, документальності в передачі інформації. Інформаційний матеріал складають статті, в яких присутність авторського «я» зведено до мінімуму, тобто нерідко навіть не вказується прізвище творця. За класифікацією сюди можна віднести такі газетні жанри, як кореспонденція, репортаж, інтерв'ю, рецензія, стаття, хроніка.

Такі типи текстів мають завдання гранично стислої, об'єктивної, достовірної, точної і відповідної офіційного етикету передачі фактологічної, перш за все, дієвої інформації. Офіційно-інформаційна мова відрізняється відсутністю

емоційності, суб'єктивності, образності [19, 87]. Другі мають відкрито оцінний, яскраво публіцистичний характер і спрямовані на агітаційний вплив, за певними параметрами зближуючись з художньою прозою. У таких типах жанрів сюди ми відносимо коментар, фейлетон, глоси, фактори суб'єктивної оцінки мають вирішальний вплив на використання мовних засобів, що реалізують комунікативні завдання читача. Мовні засоби набувають тут яскраво виражений експресивний характер, що особливо позначається на синтаксисі, який спрямований на формування мови з різко і ясно позначеними акцентами [11, 122].

Функціональна спрямованість служить тут сприятливим фактором для розкриття мовностилістичних ресурсів, створення експресивності, використання контрастного поєднання елементів книжкової і розмовної мови, метафор та інших засобів створення образності мови, а також великої різноманітності прийомів експресивного синтаксису: інверсії, антитези, паралелізму, повторів та ін. [11, 82]. В інформаційних статтях елементи суб'єктивної оцінки не мають вирішального впливу на використання мовних засобів.

Одиниці мови приймають тут звичайне значення, тобто мають лише один рівень розуміння – семантичний, у той час як у передових статтях до цього змістового рівня розуміння додається рівень додаткових значень, «конотацій», що присутні у широкому контексті, наприклад, функціональних значень директиви, критичної оцінки, спонукання та дії, заклику тощо.

На перший план при виборі мовних засобів у газетній інформації, в інформаційних матеріалах виникає необхідність вигідним чином представити повідомлення в найкоротший час і по можливості в стислому вигляді. Форми, в яких подаються мовні повідомлення, вже не несуть експресивно-функціонального навантаження, але мають бути зручні для сприйняття інформації. Таким чином, у газеті існують дві якісно різні функціональні єдності: тексти передових статей, орієнтовані на соціальний вплив і тексти інформаційних повідомлень, спрямовані

на передачу про різностильові мови газети, скільки про її екстралінгвістичні функціональності, спрямовані на досягнення функціонального єдиного ефекту впливу.

Своєрідним джерелом створення експресії слугує протиставлення експресивної мови передових статей на тлі нейтральної інтелектуальної мови інформаційних повідомлень [11, 20]. Сучасна молодіжна преса має мовностилістичну специфіку, що відрізняє її від художньої чи наукової літератури, від усних висловлювань у повсякденному житті.

Ця своєрідність – наслідок тривалого відбору мовновиразних засобів, найбільш відповідних тому соціальному завданню, яке виконує преса як певний вид масової інформації [10, 300].

Важливою властивістю преси є прагнення до стислості, до економії журнально-газетної площі, супроводжується своєрідним мовним процесом. Універсальною рисою німецькомовної молодіжної преси є також експресивний акцент, тобто пошук нових, свіжих засобів вираження – слів, образів, стилістичних прийомів. Разом з тим, як вже зазначалося, мова преси збагачена величезною кількістю стандартних виразів і кліше. «Нове» в газеті дуже швидко стає відомим, перетворюється на старе [18, 109].

Аналізуючи німецькомовну молодіжну пресу, не можна не помітити очевидного зниження мовного стандарту, що супроводжується активним вторгненням елементів розмовної мови. Наприклад: *geil*, *Tussi*, *erziehungskiste*, *outen*, *Banker*, *absahnen*. На перший план при виборі мовних засобів у газеті виступають фактори знаходження оптимального способу передачі інформації, стимулювання до неї інтересу читача. І одним із засобів створення експресивності є стійкі вирази. Наприклад: *Lover* – *Liebhaber*, *Loser* – *Verlierer*, *Feeling* – *Gefugl*, *Airport* – *Flughafen*, *Deal* – *Handel* [18, 275]. Усього можна виділити кілька тем, яким присвячено статті, опубліковані в молодіжних німецьких журналах: музика,

здоров'я, дружба, кохання, кумири, освіта, мода, спорт, фільми, інтернет, живопис, радіо та телебачення, бізнес [17, 89].

1. Музика: Als wir noch klein waren und die US-Rockband "Cold" hunderttausende Platten verkaufte, konnten wir Schneemänner bauen [3, 53]. Назва рок-гурту "Cold" – слово англійського походження, в реченні воно створює національний колорит, тому що є позначенням реальної музичної групи. Heute höre ich vor allem Underground-Hip-Hop. Англіцизм створює локальний колорит, відомо, що музичний стиль Hip-Hop виник в англомовній країні [17, 222].

2. Освіта: Welche Rolle spielt der Mittelstand heute in Deutschland und in Russland? Diese Frage diskutierten 50 junge deutsche und russische Führungskräfte im Juni auf dem sechsten "Russian German Young Leaders Forum" [18, 90]. Англійська назва форуму "Russian German Young Leaders Forum" у реченні створює два види колориту: національний (можливо, цей форум проходив у стінах англійської організації та за її підтримки) і соціальний (людина, яка писала про цю подію, може бути учасником такого форуму, що свідчить про її високий соціальний стан у суспільстві). Während des Studiums werden die Studierenden auch durch zwei Coaches betreut. Слово Coach створює професійний колорит, повідомляє спеціаліст у галузі освіти, який працює у вузі.

3. Мода: Angelehnt an den Rebellenlook der Rocker und Punkszene in den 80ern erlebt das Jahrzehnt mit Röhrenjeans und XXL-Pullovern in knalligen Farben ein neues Reviva. Численні слова англійського походження Rebellenlook, Punkszene, Röhrenjeans і Revival, вжиті в контексті, створюють професійний колорит.

4. Фільми: "What a feeling!" – Ganz im Stile Jennifer Beals im Film "Flashdance" (1983) warden knalligen Farben, weite Oberteile, enge Unterteile nah Lust kombiniert [54, 60]. Англійський вираз "What a feeling!" створює іншомовний колорит, тому що стає зрозуміло, що поставлений фільм – англійського походження. "Flashdance" створює національний колорит.

5. Интернет: Im Zentrum der Szene stehen die Anbieter von Warez, die auf eigenen Internetportalen ihre Angebote zum Download anbieten. Интернет-терміни англійського походження Warez, Internetportal створюють професійний колорит, оскільки їх вживають у мові упорядники та користувачі сайтів [12, 76].

6. Живопис: Es ist das Kunstwerk “fairytale” der chinesischen Künstlers Ai Weiwei. Слово “fairytale” створює соціальний колорит. Його поява в мові свідчить про грамотність мовця і знання іноземних мов [15, 32].

7. Радіо: Die Geräte empfangen digitale Radiosignale und verfügen meist über eine “Timeshifting” – Funktion. “Timeshifting” – Funktion – позначення однією з функцій радіосистем, створюється професійний колорит.

8. Спорт: Es hat mich gefreut, dass Parkour auch den Deutschen Spaß macht. Kitesurfen ist seit einigen Jahren eine populäre Sportart in Deutschland [22, 18].

В обох прикладах англіцизми створюють локальний колорит, вказуючи на те, що ці види спорту виникли на території англомовних країн. Отже, можна знайти багато англіцизмів в різних сферах і перш за все в спорті, музиці, політиці, інтернет мережі, моді, економіці і техніці. Ці сфери випробовують величезний термінологічний вплив, тут виникають нові терміни на основі нових технологій. Використання англіцизмів є дуже популярним у німецькій пресі. Англіцизми збагачують мову, надаючи їй модного колориту, збільшення синонімічного ряду того, чи іншого слова, що допомагає уникати тавтологій.

Складні іменники-англіцизми діляться за своєю структурою на такі три групи:

1. 1 – німецьке слово, 2 – англійське слово (Büro-Worker, Abend-Look, Apfel-Pie, Reiseboom);

2. 1 – англійське слово, 2 – німецьке слово (Powerfarbe, Bussines-Mode, AllroundTalent, Powerfrau, Livesendungen, Dressman);

3. Обидва є англійськими словами (Trendlabel, Body-Feeling, Covergirl, Airbag, Talkshow, Oldtimer) [11, 67].

Складні прикметники-англіцизми мають таку структуру:

1 – англійське слово, 2 – німецьке слово (citytauglich, funny-frisch) [13, 55].

Похідні англіцизми утворюються за допомогою певних суфіксів. Найпродуктивнішими суфіксами є –er, -tu, -y тощо (der Insider, die Beauty, das Body), а також афікси (bombe-bombing, trendy-trendig) [10, 78]. Більшість похідних прикметників – англіцизми утворюються за допомогою суфікса –y (trendy, sexy) та значно менше прикметників – за допомогою суфікса –ish (stylish) [16, 78]. Граматичний рід іменників-запозичень з англійської мови визначається за їхніми значенням і формою, тобто так само, як і в німецькій мові (die Stadt – die City, die Geschichte – die Story), але не завжди граматичний рід збігаються з німецькими синонімами (die Kraft – der Power) [15, 328].

Термінологічні синоніми існують поряд з наявними в мові назвами і складають конкуренцію німецьким синонімам: leasing – Vermietung, marketing – die Massnahmen eines Unternehmens, consulting – der Berater, investor – der Investitionstrager, slang – die Umgangssprache, user – Nutzer [17, 224]. Запозичені дієслова можуть перетворитися згідно з німецькою граматиною: до них приєднується інфінітивне закінчення –en, -n. Це дає можливість легко відмінювати дієслово і утворювати Partizip: to trade.

Проблемою є стійкі вирази, які перекладаються з англійської на німецьку слово в слово як запозичені переклади. Замість “Es gibt keinen Sinn”, “Ich wunsche Ihnen keine Sinn” (engl. It makes no sense), “Haben Sie einen schonen Tag” (engl.), “Have a nice day”, “in 1988”. Тут є спроби перенести конструкцію пропозицій з англійської в німецьку, але вони не узгоджуються з німецькою граматиною. Приклади : Standing ovations – stehende Ovationen, we call you back – wir rufen Sie zuruck [31, 12]. Що стосується кореневих слів, то саме вони викликають найбільші

труднощі у визначенні граматичного роду, бо не завжди семантичний критерій є самодостатнім [2, 310]. Що ж до властивостей використання англіцизмів, то в деяких випадках вони є дуже корисними.

1) Мовознавство обґрунтовує впровадження іноземних слів в німецьку мову тим, що для деяких предметів, що приходять з-за кордону, в німецькій мові немає спеціальних назв, їх можна позначити лише за допомогою опису, використовуючи при цьому словосполучення або навіть цілі пропозиції Public

Relations позначається німецькою: Öffentlichkeitsarbeit, öffentliche Beziehungen, Kontaktpflege und Meinungspflege. Або поняття Manager можна пояснити німецькою лише наступним чином: mit weitgehender Verfügungsgewalt und Entscheidungsbefugnis ausgestattete leitende Persönlichkeit eines Grossunternehmens. Тут, звичайно, краще використати англіцизм, оскільки німецькі еквіваленти описують ці поняття дуже складно і багатослівно [25, 27].

2) Кожна мова прагне до стислості. Телеграмний стиль використовується не лише в E-mail повідомленнях, але і в буденній мові. Багато англійських слів коротше і зручніше у вимові, ніж німецькі. Наприклад, порівнюємо такі слова як Trucker (2 склади і 7 букв) і Lastwagenfahrer (5 складів і 15 букв). Ще приклади: Jointventure – Gemeinschaftsunternehmen, Management – Unternehmensleitungen. Отже, бачимо, що англіцизми мають коротшу форму порівнянню з аналогічними за значенням німецькими словами [10, 476].

3) Англіцизми уникають частого використання, при використанні німецьких термінів. Наприклад: Banker звучить сучасніше ніж Bankier і має коротшу форму ніж Bankfachman. У одному і тому ж контексті можна використовувати різні варіанти англійських позначень: замість Dollar часто уживається Greenback (також і в російській мові часто вживаються жаргонізми бакси, гріни) [8, 140]. Радикальні зміни в соціально-економічній і суспільно-політичній сферах українського соціуму кінця 20 ст. початку 21 ст. викликали

«неологічний бум» на сторінках преси. Саме в цей переломний період є закономірними масові запозичення, що означають нові поняття. Газетно-публіцистичний стиль слугує новим поняття, яке одночасно з'являється у багатьох авторів публікацій і справляють враження «колективного словника». У ньому чільне місце посідають назви нових явищ суспільного життя, нових предметів, кодексів [6, 295].

Переглядаючи статті українського та німецького журналу «Cosmopolitan», натрапляємо на слова, утворені афіксальним способом від слів англомовного походження, наприклад: комфортний – від англ. Comfort – зручність; складні слова, такі як яхтсмен, бетмен, спайдермен, та складені: мініспідниці, spa-курорти, spa-процедури, spa-центри та fashion-смак, fashionвинахід. Широкого вжитку набувають такі слова, як релакс – відпочинок; фреш – свіжий; інтерв'ю – співбесіда; тренд – тенденція; шопінг – купівля; шоу – вистава; дизайнер – художник-конструктор; мікс – поєднання; хіт – популярна пісня [19, 25].

Англiцизми використовуються також у рекламі. Вона несе в собі «ілюзію унікальності», тобто враження неповторності, значимості товару, що рекламується, чи певної послуги. «Зараз у моді джемperi, міні та максі спідниці, шорти та топи...» [5,57; 13, 162].

У сучасній німецькій пресі спостерігається функціонування великої кількості запозичених з англійської мови лексичних одиниць. Згідно з Л.О. Гончаренко лексичні запозичення у текстах засобів масової інформації можуть виконувати такі функції [3, 295]:

1. Інформативну (передача актуальної інформації з метою формування свідомості та пробудження активності мас);

2. Номінативну (використання лексики, яка могла б називати речі своїми словами і тим самим акцентувати увагу на логічній послідовності подання інформації та виділення її основного змісту);

3. Функцію прецизного висвітлення проблеми/теми (ясність і точність висловлювання); Як слушно зауважує Л.О. Гончаренко, «для іншомовної лексики типовим є те, що вона влучно та однозначно характеризує явища дійсності, оскільки їх утворення є прямо пропорційним розвиткові суспільства та всіх його сфер життя» [3, 296].

4. Функцію емоційного впливу на читача (актуальні номінації, які називають події і факти, що відбуваються у суспільстві на цей час і хвилюють кожного).

5. Функцію експресивності. Виходячи з того, що газетні заголовки виконують номінативно-інформативну, графічно-вирізняльну, рекламну (тобто функцію привертання уваги) і, насамперед, функцію переконання, агітації, то однією із головних особливостей образотворчо-виразних засобів у газеті є їх соціально оціночні якості та можливості з точки зору ефективного та цілеспрямованого впливу на масову аудиторію. З метою підвищення експресивності заголовків журналісти зазвичай використовують жаргонні слова та вирази, які приносять у літературну мову своєрідну метафоричність, образність. Це і є причиною їх появи на сторінках газет [3, 298].

Використання розмовної, жаргонної лексики пояснюється прагненням журналістів знайти «свіжі» мовні засоби, не «затерті» часом.

Ознакою сьогодення є пріоритетність у мові ЗМІ розкутості, що виявляється у виборі розмовних слів [5, 249]. Тут варто зауважити, що насиченість тексту газетної статті жаргонною лексикою залежить від змісту статті і від сприйняття, а також осмислення події, що описується у статті її автором. Архаїзми та історизми майже не зустрічаються у пресі, тому що мова газети має бути зрозумілою для всіх прошарків населення.

Усе ж таки журналісти іноді використовують таку лексику, наприклад, для зіставлення сучасних подій із певною історичною епохою [3, 298]. Характерними

для газети є лексичні інновації. Це пояснюється перш за все їх експресивно-емоційною забарвленістю. Частотними є okazіональні новотвори. Лексичні інновації виникають як наслідок прагнення мовця до новизни, привернення особливої уваги до певної події, ситуації тощо. Як зазначає В.А. Котвицька, англіцизми, що їх використовують автори статей газет, «покликані зосередити на певних моментах особливу увагу читача. Вони виконують функцію впливу, що виражається у маніпулюванні свідомістю, створенні стереотипів в отримувача інформації».

Англіцизми несуть певне функціонально-стратегічне навантаження, є засобом вираження іронії, виконують експресивну функцію» [5, 248]. Іншомовні та запозичені слова є парадигматичними феноменами. Більшість запозичень складають частину тієї чи іншої тематичної або понятійної групи, відповідно до якої можна виділити їх функції у мові.

Іншомовні слова, особливо інтернаціоналізми, беруть участь у створенні термінів або складають окремі термінологічні позначення для нових понять та реалій і потім домінують серед німецьких слів через свою однозначність та нейтральність.

У деяких сферах іншомовне слово змушене конкурувати з окремими компонентами парадигматичних груп. Запозичення іноді складають конкуренцію німецьким словам [1, 576]. Саме тому деякі німецькі слова можуть частково змінювати свої значення під впливом іншомовного слова, але, звичайно, це відбувається не завжди, пор.: – Team – Gruppe; – Winner – Sieger; – Community – Gesellschaft; – Coach – Betreuer; – Weekend – Wochenende; – Trend – Entwicklungsrichtung; – Second-Hand-Shop – Gebrauchkleiderladen.

Варто зазначити, що особливої уваги, на нашу думку, потребують змішані композити з компонентами-запозиченнями, які функціонують у текстах газетних публікацій. Під час вивчення контекстів уживання змішаних композит з

компонентами-англіцизмами, а також прямих лексичних запозичень з англійської можна спостерігати наявність у їх найближчому оточенні власне німецьких слів-синонімів, використання пояснювальних визначень, додаткових пояснень, подекуди – у вигляді цілих речень, які полегшують розуміння значень композит та тлумачать значення їх компонентів – англіцизмів [6, 37].

Вартим окремого дослідження є вивчення запозичень у німецькій мові в соціолінгвістичному аспекті. Так, О.А. Лазебна, яка досліджує соціолінгвістичні, лінгвостилістичні особливості функціонування та семантику (діє)прислівникових одиниць, зокрема запозичених, що вживаються у сполученні з дієсловами у німецькій мові, зауважує, що «інтелігенції властивий своєрідний «консерватизм» у винесенні оцінки, який виявляється у стриманому використанні оцінних придієслівних прислівників у сполученні з дієсловом та завуальованому використанні категорії оцінки, що можна експлікувати лише з контексту.

На відміну від висловлень інтелігенції оцінні судження офісних працівників та студентів ВНЗ характеризуються більшою «розкутістю» в реалізації оцінного відношення до явищ дійсності» [7, 264].

Саме тому доцільно простежити за вживанням запозичень у мовленні різних мовців – представників різного соціального статусу, людей різних професій, статі тощо. Наразі невиправдано мало уваги приділяється також вивченню запозичень у заголовковому дискурсі. Оскільки заголовок є невід’ємною частиною будь-якої публікації, що подекуди змушує читача ознайомитись зі змістом тієї чи іншої статті, то використання англіцизмів лише посилює «ефект», адже їх вживання у заголовках покликане зацікавити, сконцентрувати, привернути увагу читача до інформації, що подається.

Висновок до розділу 2

Отже, німецька, як і кожна інша розвинута мова, інтегрує нині багато нових слів з різних мов світу. Найбільш поширеною є тенденція запозичень слів і виразів саме з англійської мови. Газетна мова є потужним засобом впливу та маніпуляції, котрим вправно користуються працівники медіа.

Завдяки ретельному підбору подій, деталей їх опису та лексичних одиниць, за допомогою яких це здійснюється, досягається максимальне досягнення мети авторів публікацій [2, 139]. Німецькі газетні статті насичені великою кількістю запозичених лексичних одиниць, які потребують детального вивчення та всебічного аналізу. Запозичення є невід'ємною частиною мовної картини світу, тому вони є однією з найбільш досліджуваних лексичних груп. Значення запозичень у різних мовах неоднакове і залежить від конкретних умов розвитку кожної мови. Як зауважують В.А. Котвицька, О.А. Лазебна, «у зв'язку з безперервним запозиченням німецькою мовою лексичних одиниць з англійської мови, зокрема ад'єктивних та адвербіальних, адаптаційний механізм стає безперебійним.

Особливо швидко адаптуються англіцизми з тотожною структурою, що раніше запозичені» [4, 83]. Англіцизми у німецькій мові отримують нове оформлення, зазнають адаптації на різних рівнях, що, безперечно, являє собою комплексний процес, який охоплює всі сторони існування і розвитку слів у мові.

У наш час проблема функціонування англо-американізмів у німецькому публіцистичному вокабулярі набуває особливого значення в зв'язку з тим, що лексична підсистема німецької мови на сучасному етапі свого розвитку зазнає інтенсивного впливу англійської мови (саме її американського варіанта). На цьому наголошує і німецький мовознавець М. Buschmann, говорячи “Anglizismen genieb

en in der Gegenwartssprache ohnehin eine hohe Popularität, in der Militärterminologie sind sie überdies besonders verbreitet” [25, 214].

Це явище пояснюється як суто лінгвістичними причинами, адже навіть лінгвістична база німецької мови цьому до певної міри сприяє, так і екстралінгвістичними стимулами розвитку мови. На нашу думку, останні мають пріоритет, але їх вплив може бути встановлений лише у вигляді багатомірних складних відносин, адже і сам матеріальний світ, який нас оточує, є складним і багатомірним. Ці позамовні детермінанти, виходячи з “кінцевого результату” їх дії, можна розглядати як чинники:

а) які сприяють взагалі стандартизації публіцистичної лексики у різних державах;

б) які спричинюються до того, що саме англійська мова стає міжнародною мовою засобів масової інформації;

в) на яких ґрунтується те положення, що саме американський варіант англійської мови стає мовою-акцептором для публіцистики німецької мови.

При цьому вплив англійської мови на німецький публіцистичний вокабуляр на лексичному рівні відбувається по двох напрямках. Публіцистична лексична підсистема німецької мови збагачується семантичними запозиченнями, які складають незначну частину серед загальної кількості запозичень, та так званими прямими лексичними запозиченнями, тобто лексичними одиницями, що входять безпосередньо із мови-акцептора до мови-рецептора.

Серед прямих лексичних запозичень - англо- американізмів, що входять до складу лексичної підсистеми німецької мови, можна виділити такі, що перейшли у німецьку мову при наявності в ній “свого” поняття. При їх вживанні фрагменти концептуальної картини світу не змінюються, тобто не відбувається її поняттєвого розширення, іншими стають лише засоби відображення цих фрагментів у мові. У англійській термінології такі запозичення, як відзначає Б.О. Серебренніков,

носять назву “loaning” [16, 81], у російській мовознавчій літературі зустрічається термін “проникновения”, у німецькій мові -- “Wortentlehnung”.

На нашу думку, такі запозичення можна розподілити на декілька груп, базуючись на засобах передачі у німецькій мові поняття, яке вони позначають:

1. Запозичення, які позначають поняття, що у німецькій мові передаються описово.
2. Запозичення альтернативного вибору.
3. Запозичення безальтернативного вибору.

До першої групи відносяться запозичення, поява яких виправдана з точки зору розширення словникового складу сучасної німецької мови. Вони визначаються мовцями як лексичні одиниці, що передають наявні у німецькій мові поняття більш точно та ясно, є більш місткими за своїм значенням, адже у німецькій мові поняття, що вони позначають, можуть бути передані лише описово, про що йде мова у словнику Duden'a: “... ein Fremdwort kann dann nötig sein, wenn es mit deutschen Wörtern nur umständlich oder unvollkommen umschrieben werden können” [26, 137]. До таких лексичних одиниць відноситься насамперед деяка оперативно-тактична лексика: Temporary Rank, Transfer of Authority, Full Command, Operational Control, Tactical Control.

До другої групи, серед прямих запозичень у лексичній підсистемі публіцистики сучасної німецької мови, відносяться такі запозичення, що їх поява у німецькій мові з точки зору заповнення лакун не мотивована, бо в цьому випадку таких лакун просто не існує. Ці англо-американські запозичення входять у німецьку мову як синоніми до вже існуючих у німецькому вокабулярі лексичних одиниць, вони стають “конкурентами німецьких позначень” [18, 84].

Отже, вживання запозичень цього типу мотивується не потребою заповнення лакун, а іншими позамовними чинниками. По суті у цих випадках кодування інформації здійснюється як вибір між засобами рідної та іноземної мов.

При цьому цілком очевидно, що один код не краще іншого, бо кожний з них має свої власні можливості. Але суспільство або окремих індивідуум можуть по-різному ставитися до того чи іншого узагальнення досвіду, що набувається та зберігається за допомогою різних кодових систем, тому актуалізація лексичних одиниць тут пов'язана і з їх прагматичним потенціалом, тому що вибір альтернативних реалізацій з числа еквівалентних при формуванні висловлювання підкреслює певний аспект світосприйняття або внутрішнього стану суб'єкту.

На наш погляд, цей вибір стимулюється насамперед позамовними причинами, але і суто лінгвістичні чинники мають на нього великий вплив.

Появу англо-американських запозичень в публіцистиці можна пояснити реалізацією їх прагматичного потенціалу, а саме сигніфікативного аспекту.

Таким чином можна сказати, що невинні процеси глобалізації роблять свій внесок до поповнення німецької мови іншомовними запозиченнями здебільшого англійського походження.

ВИСНОВОК

Отже, кожна значна епоха в історії розвитку людства залишала в німецькій мові свої сліди у вигляді запозичень. Більшість із них уже не сприймається суспільством як іншомовні слова, оскільки вони адаптувалися до вимог німецької мови. Ступінь асиміляції іншомовних слів у німецькій мові залежить від того, наскільки довго та як часто вони використовуються мовцями. Так, наприклад, такі слова як Engel, dichten, Fenster, Korper, Tisch, Flote, Maske та інші мовці не пов'язують із процесом запозичення, у той час як Bibliothek, незважаючи на досить тривалий термін перебування в словниковому складі німецької мови та загальноживаний характер, ще й досі сприймається як запозичення.

Тож важливою, на наш погляд, залишається проблема визначення й тлумачення запозичення. Існують певні ознаки запозиченого слова. Серед них слід назвати в першу чергу такі:

- наявність у морфологічній структурі слова компонентів іншомовного походження (суфіксів та префіксів): impulsiv, Konzentration, Mobbing, reformieren;
- незвичайне, відмінне від звичного звучання слова, наприклад: Friseur, Team, або місце наголосу, що не відповідає вимогам німецької мови, наприклад: desolat, Diat, prolongieren;
- графічна невідповідність, незвичайні для німецької мови графічні структури та сполучення літер: Bodybuilding, Soutane, Osteoporose, Philosophie.

Наведені вище ознаки іншомовних слів дають змогу виявити запозичення, але не в усіх випадках. Слід зауважити, що префікс ab- та суфікс -ier у різних словах може бути свідченням того, що слово запозичене, але не завжди (absolut - abreisen, massakieren - erfrieren).

Крім того, до деяких німецьких коренів часто додаються запозичені афікси (buchstabieren, Schwulitat, hausieren), і навпаки, до запозичених коренів іноді

додаються німецькі суфікси та префікси (Direktheit, temperamentvoll, risikoreich). Такі гібридні словоутворення вже не можна однозначно віднести ані до іншомовних слів, ані до автентичної лексики.

Варто звернути увагу також і на ту обставину, що значна кількість запозичених слів вимовляється відповідно до фонетичних вимог німецької мови, тому такі одиниці вже не сприймаються як запозичені (Spekulant, Stadium; Stil, Atlas, Lyrik, Radio, Thema). Більшість асимільованих слів важко виявити через те, що вони не тільки вимовляються, але й пишуться у німецькій традиції письма (Keks, schocken). Отже, як бачимо, межі між запозиченим та суто німецьким словом хиткі, а критерії визначення запозичення неточні і потребують подальшої деталізації та концептуального аналізу.

Більш важливою, з нашої точки зору, є не проблема існування в мові значної кількості запозичень, а особливості їх використання. Функціонування того чи іншого слова в мовленні зумовлено в більшості випадків не його походженням, а інтенцією мовця. Від того, який вплив має здійснити на реципієнта обране мовцем слово, залежить і його вибір. Тож, питання використання запозичень - це питання стилю та комунікативної спрямованості, комунікативного завдання висловлювання.

В ході написання нашої дипломної роботи ми детально розглянули функціональні та стильові особливості публіцистичного стилю, специфіку вживання запозичень у матеріалах даного типу. Вагома увага в ході нашого дослідження була приділена запозиченням англійського походження, які найбільш представлені у німецькомовній публіцистиці з огляду на процеси глобалізації, що відбуваються у всіх сферах людської життєдіяльності загалом та засобах масової інформації зокрема.

Проведене нами дослідження дало змогу зробити висновки, які полягають у наступному.

До основних характерних рис публіцистичного стилю можна віднести:

1) документалізм, що виявляється в об'єктивності та перевіреній фактологічності викладу, що в термінах стилістики можна визначити як підкреслену документально-фактологічну точність вислову, документально-фактологічна точність виявляється в термінованості мови, обмеженості метафоризації термінів (крім загальноприйнятої), широкому вжитку професіоналізмів;

2) стриманість, офіційність, що підкреслюють значущість фактів, інформації; ці риси реалізуються в іменному характері мови, своєрідність фразеології

3) відома узагальненість, абстрагування та понятійного викладу як підсумок аналітичності і фактографічне (нерідко в єдності з образною конкретністю вирази).

Ми прийшли до висновку, що запозичення відіграють значну роль у публіцистиці.

Вони вживаються для того, щоб надати публіцистичним матеріалам певного стилістичного забарвлення, допомогти авторові зробити наголос на певному моменті у тексті, підкреслити певну думку. Також запозичення часто вживаються у якості синонімів з метою уникнення повторень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко Н.С. Англо-американізми у сучасній німецькій мові / Публікації студентів, №1, 2005. – Бердянський державний педагогічний університет.
2. Бандурко З.В. Особливості функціонування запозичених слів у складі сучасної німецької мови. / З.В Бандурко // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. С. 576–579.
3. Бойчук К.В. Мова газетних текстів як засіб впливу на читача. / К.В Бойчук // Наукові записки. Серія «Філологічна». Випуск 11. 2009. С. 135–137.
4. Борисова Л.И. Справочник по общему и специальному переводу / Л.И. Борисова, Т.А. Парфенова. – М. : НВИ – Тезаурус, 2005. – 328 с.
5. Будагов Р.А. Язык, история и современность / Р.А. Будагов. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1971. – 300 с.
6. Верещагіна Є.М. Словниковий склад німецької мови / Є.М. Верещагіна. – Харків, 2006. – 456 с.
7. Гончаренко Л.О. Функціональний аспект запозичень. Актуальні проблеми слов'янської філології. / Л.О Гончаренко // Серія: Лінгвістика і літературознавство. 2010. Випуск XXIII. Частина 4. С. 294–301.
8. Гончаренко Л.О. З історії вивчення запозичень у німецьку мову / Л.О Гончаренко // Наукові записки Чорноморського державного університету, Серія: філологічні науки, 2007. – Випуск 89(3). – С. 53-57.
9. Гавриленко Т. Г. Ассимиляция заимствованных терминов в немецком языке. / Т. Г. Гавриленко– М.,1995. – 95 с
10. Гінка Б.І. Лексикологія німецької мови. / Б.І Гінка - Тернопіль: Терноп. нац. пед. у-ту ім. В. Гнатюка, 2008. - 322 с.

11. Головин Б.Н. Введение в языкознание. / Б.Н Головин - М: Высшая школа, 1983. - 231 с.
12. Денисова Ю. Н. Английские заимствования в немецких рекламных текстах / Ю. Н. Денисова, Е. В. Корнева // Языковая структура и социальная среда. Межвузовский сборник научных трудов студентов. – Воронеж: ВГТУ, 2000.
13. Жирмунский В.М. История немецкого языка. / В.М Жирмунсий - М.: Высшая школа, 1985. - 313 с.
14. Коломієць К. М. Новітні запозичення з англійської мови в німецькій суспільно-політичній лексиці. / К.М Коломієць // Вісник Запорізького державного університету – 2002. – № 2. – С. 12-19.
15. Котвицька В.А. Ад’єктивні та адвербіальні англіцизми в німецькомовному газетно-журнальному дискурсі / В.А. Котвицька, О.А. Лазебна.// Науковий потенціал та перспективи розвитку філологічних наук: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 8–9 грудня 2017 р. Київ: Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, 2017. С. 81–84.
16. Котвицька В.А. Особливості семантичної адаптації та функціонування англіцизмів у сучасній німецькій публіцистиці. / В.А Котвицька // Мовні і концептуальні картини світу. - 2013. №. 43 (2). С. 246–251.
17. Котвицька В.А. Щодо питання про структуру контекстів уживання англіцизмів у сучасній німецькій мові. / В.А Котвицька // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Філологія». Вип. 17. Том 2. Одеса, 2015. С. 37–39.
18. Лазебна О.А. Придієслівні прислівники оцінки в соціолінгвістичному аспекті (на матеріалі австрійської художньої прози). / О.А Лазебна // Мовні і концептуальні картини світу - 2013. №. 43 (2). С. 257–264.
19. Міщенко А.Л. Англійські запозичення та шляхи їх надходження до сучасної німецької мови / А. Л. Міщенко // Наук. зап. Кіровогр. держ. пед. ун-ту

ім. В. Винниченка. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2007. – Вип. 73. – Ч. 1. – Серія: Філол. науки (мовознавство). – С. 292-299.

20. Міщенко А.Л. Адаптація англіцизмів до системи сучасної німецької мови (на матеріалі англіцизмів комп'ютерної галузі й технологій): : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / А. Л. Міщенко; Донецьк. нац. ун-т. – Донецьк, 2009. – 20 с. 2.

21. Морозова О.Н. Английские заимствования в современном немецком языке: лингводидактический аспект / О.Н Морозова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – Тверская государственная сельскохозяйственная академия, 2008. – Выпуск 12. – С. 39-46.

22. Ольшанский И.Г Лексикология: Современный немецкий язык.

/И.Г Ольшанский, А.Е Гусева - М: Академия, 2005. - 416 с.

23. Омельченко М. С. Классификация англо-американских заимствований в немецком языке / М. С. Омельченко // Вестник Брянского государственного университета. – 2010. – № 3. – С. 42-51.

24. Розен Е. В. На пороге 21 века. Новые слова и словосочетания в немецком языке. / Е.В Розен – М. : Менеджер, 2000. – С. 165

25. Розен Е.В. Немецкая лексика: история и современность. / Е.В Розен - М.: Высшая школа, 1991. - 94 с.

26. Рогова Л. В. Англiцизми в тексті нiмецькомовної реклами косметики / Л. В. Рогова // Науковий вiсник Волинського нац. ун -ту iм. Л.Українки. Фiлологiчні науки. Мовознавство. – Луцьк: ВНУ, 2010. – Вип. 8. – С. 295–299.

27. Сидоров О. В. Прагматический статус заимствований в современном немецком языке. / О.В Сидоров // Взаємодія одиниць різних рівнів германських, романських і слов'янських мов. – К.: КДППМ, 1991. – С. 10-14.

28. Соколовська С.Ф. Запозичення у фінансово-економічній терміносистемі німецької мови / С.Ф. Соколовська // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. — 2006. — № 27. — С. 118-120.

29. Слаба О.В. Англоамериканізм в лексико-семантичній системі сучасної німецької мови (на матеріалі галузевої лексики економіки): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Київ. національний лінгвістичний ун-т. — К.: 2003. — 19 с. 3.

30. Свенціцька М. І. До питання пристосування іншомовних слів у сучасній німецькій мові./ М. І. Свенціцька. — Львів. — 1960. — 132 с.

31. Степанова М.Д Лексикология современного немецкого языка.

/ М.Д Степанова, И.И Чернышева - М.: Высшая школа, 1962. - 401 с.

32. Пастух І. Німецький сленг: інтегративні особливості неологізмів сьогодення / Ірина Пастух // Мандрівець. — 2010. — N 4. — С. 76–79

33 . Пауль М.К. Происхождение англицизмов / М.К. Пауль. — М., 1998. с. 243

34. Шенфельд Г. Запозичення в німецькій мові. Специфіка / Г. Шенфельд. — Харків, 1987. — 210 с.

35. Adorno Theodor W. Wörter aus Fremde. // Theodor W. Adorno // in: P. Braun. Fremdwort-Diskussion. — München, —2009. — S. 89

36. Burmasova Svetlana Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen/ Svetlana Burmasova // in: Beiträge zur Linguistik, Band 2, University of Bamberg Press. — Bamberg, 2010. — S. 225.

37. Deutsches Universalwörterbüch / Hrsg. Von der Dudenredaktion. — 6., übergearb. U. erweit. Aufl. — Mannheim, Leizig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2007. — 2016 S.

38. Die Welt [Електронний ресурс] / Режим доступу : <https://www.welt.de/>

39. Fink Hermann Echt cool-Überlegungen zur Amerikanisierung der Allgemein- und Jugendsprache in der Bundesrepublik Deutschland / Hermann Fink // in: Deutsch

global. Neue Medien Herausforderung für die Deutsche Sprache von Hilmar Hoffman (Hg), – Köln: du Mont, 2000. – S. 56.

40. Gentner Markus Integrationen des Englischen in die deutsche Sprache/ Markus Gentner. – München, GRIN Verlag GmbH, 2002. – S.142

41. Fremdwörterbuch, Bd.1, – Berlin: //Büntig K-D. Deutsches Wörterbuch. –Isis Verlag Ag. – 1996. – 538 S

42. Meurer Christoph Anglizismen im DaF-Unterricht? Phänomen, Probleme und Möglichkeiten zur praktischen Erarbeitung,/ Christoph Meurer// in: Deutsch als Fremdsprache. – 2008. – № 4. – S. 228-232.

43. Neues grosses Wörterbuch. Fremdwörter mit den neuen Schreibweisen und Regeln der modernen deutschen Sprache – Sonderausgabe.

44. Schäfer W. Von Handys und Erbex. Zur Diskussion um Anglizismen im heutigen Deutsch. / W. Schäfer, In: Deutsch als Fremdsprache 2/2002. – S. 75-81.

45. Stickel Gerhard. Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. / Gerhard Stickel// Aktueller lexikalischer Wandel. Berlin, New York. – (Hrsg.) 2001. – 189 S.

46. Zifonun G. Überfremdung des Deutschen: Panikmache oder echte Gefahr? / G. Zifonun - Institut für Deutsche Sprache, 2002. – 71 S.

47. Winke Helmut Akademie für Sprache: Anglizismen keine Bedrohung für Deutsch. / Helmut Winke - Frankfurter Allgemeine Zeitung. – 2009. – № 11.

48. Bild [Електронний ресурс] / Режим доступу : <https://www.bild.de/>

49. Sueddeutsche Zeitung [Електронний ресурс] / Режим доступу : <https://www.sueddeutsche.de/>

50. Wikipedia [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://de.wikipedia.org/wiki/Denglisch>

51. Молодіжний портал, онлайн журнал «Spiesser» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.spiesser.de/>

52. Онлайн видання «Brigitte» [Електронний ресурс] / Режим доступу:
<https://www.brigitte.de/leben/reise/reiseberichte-und-infos/weihnachtsmaerkte-in-deutschland---die-favoriten-der-frauen-10116156.html>

53. Онлайн портал «GuteFrage» [Електронний ресурс] / Режим доступу:
<https://www.gutefrage.net/frage/welche-englischen-woerter-benutzen-jugendliche-aktuell>