

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Факультет іноземної та слов'янської філології

Кафедра германської філології

Стефановська Олена Олександрівна

**ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІЙ СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ
МОВИ**

Спеціальність: 014 Середня освіта

Спеціалізація: Мова і література (німецька)

Галузь знань: 01 Освіта

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеню магістра

Науковий керівник

_____ В. І. Школяренко,
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри германської
філології

« ____ » _____ 20__ року

Виконавець

_____ О. О. Стефановська

« ____ » _____ 20__ року

Суми 2020

Staatliche Pädagogische Makarenko-Universität Sumy
Fakultät für fremdsprachige und slawische Philologie
Lehrstuhl für germanische Philologie

Stefanovska Olena Oleksandrivna

**FUNKTIONIEREN ENGLISCHER ENTLEHNUNGEN IM
LEXIKALISCH-SEMANTISCHEN SYSTEM GEGENWÄRTIGEN
DEUTSCHER SPRACHE**

Studienbereich: 014 Sekundarbildung

Studienfach: Sprache und Literatur (Deutsch)

Bildungsprogramm: Sekundarbildung (deutsche Sprache und Literatur)

Fächergruppe: 01 Bildung

Magisterarbeit

Wissenschaftliche Betreuerin

Professor Shkolyarenko V.I.

Ausgeführt von

Stefanovska Olena

Sumy 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ..	7
1.1 Визначення поняття запозичення та причини його виникнення	7
1.2 Класифікація запозичених слів.....	12
1.3 Особливості процесу запозичення та його учасники.....	20
1.4 Етапи засвоєння іншомовних запозичень	23
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2 ПРОЦЕС ЗАПОЗИЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ.....	28
2.1 Англомовні запозичення в сучасній німецькій мові	28
2.2 Історія проникнення англомовних запозичень в німецьку мову	34
2.3 Асиміляція англійських запозичень у німецькій мові	38
Висновки до розділу 2	44
РОЗДІЛ 3 ВПЛИВ АНГЛІЙСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ НА ЛЕКСИКО- СЕМАНТИЧНУ СИСТЕМУ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ.....	46
3.1. Проблема запозичень в сучасній німецькій мові.....	46
3.2. Англійські запозичення в комп'ютерній лексиці німецької мови	47
3.3. Англійські запозичення в німецькомовній політичній лексиці	50
3.4. Англіцизми в німецькомовній рекламі.....	54
Висновки до розділу 3	58
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63
ZUSAMMENFASSUNG.....	71
МЕТОДИЧНИЙ ДОДАТОК	74

ВСТУП

З середини ХХ століття спостерігається помітне збільшення припливу лексичних запозичень в німецьку мову, переважно з англійської мови. Англіцизми в німецькій мові присутні практично у всіх сферах сучасного життя. Це можна пояснити по ряду причин, більшість з яких мають виражений екстралінгвальний характер, а саме престижність англійської мови.

Запозичення як процес є властивим для кожної мови й невід'ємним для лексичного складу німецької мови особливо, тому ця тема завжди важлива й актуальна, оскільки жива мова – це явище, яке постійно розвивається.

Тема англійських запозичень у німецькій мові досить популярна і ставала об'єктом вивчення для багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів. Інтерес до цієї проблеми з плином часу не слабшає, що свідчить про її невичерпність і багатоаспектність.

Аналіз літератури засвідчив, що проблема запозичення іншомовної лексики є багатоплановою. Її розробкою займалися багато як українських так і зарубіжних науковців, серед яких О. В. Калінін, О. Б. Ткаченко, О. С. Ахманова, О. П. Бодик, В. М. Аристова, Л. П. Крисін, У. Вайнрайх, Л. В. Щерба, І.О. Бодуен де Куртене, Е. Хауген, В. Бетц, Б. Карстенсен, Д. Циммер, С. К.Хільгендорф, Г. Фінк, В. Янг, Р. Глан, Н. Плюмер, М. Ленерт та ін.

Актуальність роботи обумовлена активністю запозичення англійської лексики в лексико-семантичну систему німецької мови, її впливом на функціонування споконвічних мовних одиниць, а також важливістю процесу запозичення, як результату взаємодії культур і мов та недостатністю вивчення процесів запозичення з англійської мови на сучасному етапі розвитку німецької мови.

Об'єкт дослідження – англійські запозичення в сучасній німецькій мові.

Предмет дослідження – особливості функціонування англійських запозичень в лексико-семантичній системі сучасної німецької мови.

Мета роботи – дослідження англійських запозичень у німецькій мові.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- 1) проаналізувати лінгвістичну літературу, присвячену проблемам запозичення як способу збагачення словникового складу німецької мови;
- 2) визначити поняття запозичення;
- 3) визначити етапи засвоєння іншомовної лексики;
- 4) визначити причини проникнення англійських запозичень у німецьку мову;
- 5) дослідити вплив англійських запозичень на лексико-семантичну систему сучасної німецької мови.

Для вирішення поставлених завдань в роботі застосовуються такі **методи дослідження**:

- 1) теоретичний аналіз наукових джерел та літератури для вивчення проблеми запозичення як способу збагачення лексичного складу мови;
- 2) описовий метод для інтерпретації досліджуваних мовних явищ та класифікації запозичень відповідно до їхнього функціонування;
- 3) метод порівняльного аналізу мовних одиниць дає можливість виявити ступінь і характер впливу англійської мови на німецьку в результаті територіальних та історичних контактів;
- 4) узагальнення та систематизація отриманих результатів для визначення ролі англійських запозичень в збагаченні словникового складу сучасної німецької мови.

Матеріалом цього дослідження є англійські запозичені слова і словосполучення, які функціонують в німецькій мові. Вибірка слів відбувалася шляхом порівняльного аналізу значення запозиченого слова в німецькій мові і його значення в мові оригіналі, тобто в англійській мові. Використовувався словник Duden-Fremdwörterbuch, а також інші словники німецької мови.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що вона сприяє об'єктивному визначенню ступеня англомовного впливу на сучасну німецьку мову. У дослідженні аналізуються особливості функціонування англіцизмів в німецькій мові, що в цілому допомагає визначити деякі тенденції мовних змін. Робота важлива в плані дослідження тенденцій розвитку системи мови в кінці ХХ – початку ХХІ століття, а також особливостей процесу запозичення.

Практична значимість роботи обумовлена тим, що результати дослідження можуть бути використані у викладанні лекційних курсів з лексикології, стилістики німецької мови, в практиці викладання німецької мови як іноземної, при підготовці студентських та магістерських наукових робіт, складанні навчальних посібників з лексикології для закладів вищої освіти.

Елемент наукової новизни дослідження полягає в тому, що був проведений аналіз впливу англійських запозичень на лексико-семантичну систему сучасної німецької мови. На основі проаналізованого матеріалу в роботі також зроблено спробу визначити роль англомовних запозичень в збагаченні сучасної німецької мови.

Апробація магістерської роботи. За темою дослідження автором опубліковано дві статті у збірнику статей «Актуальні питання філології та методології»: «Англіцизми в німецькій мові» та «Особливості орфографічної інтеграції англійських запозичень у німецькій мові».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ

1.1 Визначення поняття запозичення та причини його виникнення

Мова постійно змінюється, пристосовуючись до змін в суспільстві, економіці та культур. Словниковий запас кожної мови постійно збагачується, це пояснюється необхідністю позначення нових явищ, що виникають у різних сферах життя суспільства. Розглянемо основні шляхи поповнення лексичного складу мов.

О. О. Реформатський виділяє три основні способи поповнення словникового запасу мови:

1. Морфологічний словотвір — утворення нових слів у мові шляхом використання афіксів, які змінюють значення слова.

2. Семантичний спосіб — номінація нових понять і явищ в мові шляхом їх позначення вже наявними в мові словами. Цей спосіб дозволяє уникнути непотрібної надмірності лексичних одиниць в мові.

3. Запозичення — розширення словникового запасу мови шляхом запозичення лексичних одиниць з іншої мови [39].

У ході історичного розвитку країн їх культури переплітаються, постають об'єктом постійного вивчення та обміну одиницями комунікації (лексичними одиницями літературної мови, елементами культури та ін.) і, як наслідок, словники різних мов поповнюються шляхом подібного роду запозичень.

Процес запозичення неминуче супроводжує існування будь-якої мови, це один із проявів реакції мови на навколишню дійсність та її вимоги, що постійно змінюються. Оскільки головною рушійною силою цього процесу є міжкультурна взаємодія, що на сучасному етапі не має перешкод, запозичення є найбільш продуктивним шляхом поповнення лексичного складу мови.

Дотепер серед вчених немає одностайної думки щодо визначення терміну «запозичення».

Досліджуючи праці таких науковців, як О. В. Калінін, О. Б. Ткаченко, О. С. Ахманова, О. П. Бодик, В. М. Аристова ми з'ясували, що вони розмежовують поняття «запозичення» та «іншомовне слово».

О. Б. Ткаченко визначає іншомовні слова як «слова з інших мов, які усвідомлюються мовцем як чужорідні та зберігають ознаки свого походження» [46, с. 179].

О. В. Калінін відзначає, що іншомовне слово належить до лексичного складу іншої мови та не входить до словникового запасу мови-реципієнта [27, с. 35].

За «Енциклопедію української мови» під терміном «запозичене слово» розуміється засвоєні мовою іншомовні слова, що не сприймаються мовцями як чужорідний елемент та подаються у загальних словниках, на відміну від іншомовних слів [82, с. 209].

Ю. С. Сорокін наголошує, що запозиченнями заведено вважати ті слова, які достатньою мірою засвоєні мовою-реципієнтом [43].

Отже, можна зробити висновок, що іншомовна лексика зберігає ознаки стороннього елемента, тимчасом як запозичені слова повністю піддаються змінам в системі мови-реципієнтова.

Такі вчені, як Е. Хауген, О. О. Реформатський, О. О. Селіванова, Ж. Марузо визначають «запозичення» як процес засвоєння іншомовного слова системою мови-реципієнта.

Так Ж. Марузо трактує «запозичення» як акт, в результаті якого одна мова засвоює елемент іншої мови, так і сам запозичений елемент [83, с. 104].

Друга група науковців О. І. Смирницький, Л. П. Крисін трактують поняття «запозичення» як процес переміщення різних елементів з однієї мови в іншу.

Л. П. Крисін розглядає в якості елементів чужої мови одиниці різних рівнів мовної системи – фонетики, морфології, семантики, лексики,

синтаксису. Лінгвіст розрізняє фонетичне, семантичне, лексичне, морфологічне та синтаксичне запозичення. Таким чином поняття «запозичення» означає багатогранне явище, яке охоплює багатоярусну систему мови.

Л. Блумфілд включає в процес запозичення наступні аспекти: запозичення культури; внутрішнє запозичення, як результат мовних контактів, обумовлених політичною і територіальною близькістю; діалектальні запозичення [10, с. 14].

Вчений під «запозиченням» розуміє певний вид мовних явищ і виділяє: запозичення культурних понять; так зване «внутрішнє» запозичення, що виникає при мовних контактах в умовах територіальної або політичної близькості; діалектні запозичення, які, як правило, проникають в літературну форму мови через діалектні варіанти [10, 14].

Слід зазначити, що лінгвісти не ототожнюють його з поняттям інтерференції. Так, Л.В. Щерба виділяв «запозичення у власному розумінні цього слова» та «зміни в тій чи іншій мові, яким вона зобов'язана впливу іноземної мови» [51, с. 60-66].

У вивченні лексики іншомовного походження виділяють кілька основних напрямків, які були закладені ще У. Вайнрайхом: екстралінгвістичні (соціолінгвістичні), психолінгвістичні і лінгвістичні. У соціолінгвістиці та психолінгвістиці найбільший інтерес викликають білінгвізм, мовна політика та екстралінгвістичні фактори поширення запозичень. Панівним є лінгвістичний напрям, який охоплює досить широке коло проблем: фонетики, графіки, орфографії, лексики, граматики й прагматики. У семантичному плані вивчаються та описуються семантичні і словотвірні процеси, пропонуються тематичні класифікації запозичень. У прагматичному аспекті розглядаються особливості функціонування запозичень, вивчається їх формальна сторона. Крім того, запозичення стали вивчати з використанням підходів культурологічних і когнітивних, а також інтегрованих та комплексних. В цілому, як наголошується в дисертації І.В.

Дьяконової, через зміну наукової парадигми змінилися і основні вектори досліджень, серед яких переважними стали принципи антропоцентризму, експансіонізму, функціоналізму та експланаторності [22].

Узагальнюючи, можна відмітити, що під «запозиченням» розуміється і процес адаптації мовного елемента в мові, а також результат цього процесу; цей процес просувається від okazіональних використань цього запозичення, через його поступове освоєння засобами мовної системи, і, нарешті, запозичення включається як повноправний елемент в систему мови-реципієнта. При цьому запозиченню присвоюються характеристики, властиві споконвічним одиницям відповідних класів.

Дослідження процесу і результату запозичення ведеться у двох напрямках: одні лінгвісти зосередили свою увагу на внутрішньосистемному аспекті входження іншомовних елементів у мову-реципієнт (Л. Блумфілд, Л. П. Крисін), інші розглядають запозичення в контексті міжмовного контакту і міжсистемної взаємодії мов (У. Вайнрайх, Е. Хауген).

І. О. Бодуен де Куртене розглядає лінгвістичні та нелінгвістичні причини запозичення. На його думку, у всіх випадках існує необхідність пояснити фактори, які розглядаються, одночасно в їх зв'язку з історією, з географією, фізіологією, психологією, з фізикою і механікою, а також у зв'язку з мовними процесами [12].

У сучасній лінгвістиці виділяють екстра- та інтралінгвальні чинники запозичень.

До екстралінгвальних вчені відносять політичні, економічні, культурні зв'язки між народами – носіями мови. Мови й діалекти живуть і розвиваються в безперервній і тісній взаємодії, в результаті чого відбувається зміна на всіх рівнях (лексичному, граматичному, фонологічному) мови. Зміни, обумовлені мовними контактами, є в історії кожної мови. Не існує генетично «чистих» мов, вільних від запозичень, які б протягом тисячоліть не розвивалися без будь-якого впливу навколишнього мовного середовища. І сьогодні жоден етнос не може розвиватися автономно,

ізолювано, він змушений виходити за межі своєї спільноти [28]. Будь-яка сучасна мова — це «сплав» мовних елементів, що походять з різних, споріднених і неспоріднених мов і діалектів [14].

Ю. С. Маслов підкреслює, що спільною основою для будь-яких процесів запозичення є взаємодія між народами, між культурами, тобто економічні, політичні, побутові, культурні контакти між людьми, що розмовляють різними мовами [35, с. 201]. Сюди входять історичні обставини, які провокували мовні контакти, вони можуть мати військовий характер або мирні відносини. До цієї ж категорії причин можна віднести міграцію окремих груп людей, інтенсивність спілкування між народами, подорожі індивідів, політичну й економічну могутність, а також науково-технічний прогрес країни-джерела. [6, с. 20]. Екстралінгвальними факторами є наявність певного роду двомовності (В. М. Аристова, Ю. С. Сорокін), новаторство нації в будь-якій окремій сфері діяльності (Г. Пауль), мовна мода (В. Г. Костомаров).

Серед цих факторів обов'язкова така культурно-політична та історична ситуація, при якій на певному етапі виникає взаємодія носіїв двох мов і володіння певною частиною носіїв двома мовами. Цей фактор принциповий як умова лексичних запозичень. Ще Г. Пауль зазначав, що запозичені слова зміцнюються в мові після деякого мінімуму двостороннього контакту мов, тому аналіз запозичень повинен починатися з дослідження поведінки двомовних людей [38, с. 460], на двомовність як основу запозичення вказував також Л. В. Щерба [50, с. 52].

На думку В. М. Аристової, зовнішні причини й умови «є важливими при міграції слів з мови в мову», однак, на її думку «вирішальну роль в цьому процесі відіграють лінгвістичні фактори» [3, с. 11].

Одні дослідники звертають увагу на значущість історико-географічних умов, що дозволяють мати в процесі історичного розвитку громадські, політичні, торгові та культурні контакти з певними народами [60; 66]. Інші

наголошують на важливості культурних чинників. Так, за твердженням Е. Сепіра, мовне запозичення є результатом культурного запозичення [41].

Крім цього, виділяються соціально-психологічні причини запозичення. До таких причин належать зміна політичних, економічних, ідеологічних орієнтирів, тобто певна мовна мода, а також уявлення про престижність іноземної мови.

До інтралінгвальних чинників запозичень відносять відсутність еквівалентного слова для нового предмета або поняття в лексичній системі мови-реципієнта; прагнення до усунення омонімії або полісемії, потреба в спеціалізації, уточненні, диференціації наявних понять; дію закону економії мовних засобів і використання одного запозиченого слова замість описового звороту; прагнення до підвищення і збереження комунікативної чіткості лексичних одиниць, тенденцію до експресивності, що веде до появи іншомовних стилістичних синонімів; відсутність у рідній мові можливості утворення похідних від наявного в цій мові слова, прагнення до термінологічності [3].

Таким чином, поява запозичень — не випадкове явище в мові та один з найважливіших факторів розвитку мови. Запозичення являє собою процес, обумовлений складним комплексом інтралінгвальних і екстралінгвальних чинників. При тому, що запозичення — явище лінгвістичне, воно в першу чергу визначається екстралінгвальними факторами. Головною умовою переходу мовних одиниць і явищ з однієї мови в іншій є двомовність та наявність мовних контактів.

1.2 Класифікація запозичених слів

Процеси появи та функціонування в мові запозичених слів, їх поступової адаптації на різних рівнях мовної системи неодноразово ставали об'єктом теоретичного осмислення вчених, перш за все, в плані класифікації. Відзначимо, що в міру того як пласт запозичень поповнювався і ставав все

більш різноманітним, а також у зв'язку з розвитком самого мовознавства, класифікація запозичень зазнавала різні зміни.

Загальновідомою є традиційна класифікація запозичень, висунута свого часу німецькими лінгвістами Г. Хіртом, О. Бехагелем, Ф. Вреде та ін. В основі цієї класифікації була ідея поділу всієї іншомовної лексики за ступенем її освоєння в мові на запозичення (*Lehnwörter*) та іноземні слова (*Fremdwörter*). Автори класифікації керувалися критерієм часу входження одиниці в мову, не беручи до уваги особливості функціонування запозичених слів в німецькій мові [44, с. 69-70].

До так званих «*Lehnwörter*», тобто запозичень, були віднесені слова, запозичені до XV століття, а також кельтські та латинські запозичення перших століть нової ери. Терміном «*Fremdwort*» називалися запозичення після XV століття. Е. Ріхтером була зроблена спроба диференціювати слова останньої групи. Але в цілому класифікація німецьких лінгвістів не раз піддавалася критиці: «Загальноприйняті терміни німецької лексикології *Lehnwörter* і *Fremdwörter* - термінологічно малоприсадибні. Оскільки і ті, і інші запозичені та «чужі», але поводяться по-різному в мові-реципієнті» [39, с. 139].

Відносно традиційної класифікації О. Б. Шахрай зазначає, що «головний недолік поділу слів іншомовного походження на «запозичені» і «іншомовні» (чужі) полягає в тому, що він зазвичай виявляється позбавленим єдиної підстави. В основі цього поділу, перш за все, закладається функціональний критерій (характер вживання слова), але лінгвісти, які оперують поняттями «іншомовні» та «запозичені» слова, практично часто керуються формальними критеріями» [47, с. 54].

У радянській германістиці також були запропоновані класифікації запозиченої лексики в складі німецької мови. Так, Л. Р. Зіндер і Т. В. Строева весь лексичний склад німецької мови поділяли на питому німецьку лексику та іншомовні слова. До першої групи належать споконвічні німецькі слова та

запозичення, асимільовані повністю або частково. У середині групи автори виділяють особливий прошарок — інтернаціоналізми.

До другої групи належать запозичені слова, що відповідають декільком критеріям:

- 1) іншомовне звучання;
- 2) наявність паралельно функціонуючих німецьких синонімів;
- 3) слабка словотворча продуктивність запозичень;
- 4) специфічна іноземна семантика [44, с. 185].

Згідно з іншою класифікацією, запропонованою Л. Ю. Гранаткіною, виділяється три групи іншомовних слів:

- 1) інтернаціональні слова (суспільно-політичні, науково-технічні терміни);
- 2) загальноживана іншомовна лексика (слова різних сфер, нейтральні стилістично, немає синонімів в німецькій мові);
- 3) маловживана іншомовна лексика (збігається з групою іншомовних слів з попередньої класифікації).

Мовознавець Р. О. Будагов виділяє культурно-історичні та мовні запозичення. Культурно-історичні, своєю чергою, поділяються на дві групи:

- 1) слова, що проникають в іншу мову з предметом, або поняттям, або створюються в мові за аналогією з іншою мовою. Більшу частину цієї підгрупи становлять так звані кальки;
- 2) слова, запозичують без нового поняття для диференціації вже наявних. До мовних запозичень відносяться слова, при створенні яких використовуються мовні ресурси давніх мов.

Крім того, вчений розрізняє запозичені слова за:

- 1) джерелом (прямі і непрямі);
- 2) складом (запозичені слова або культурні запозичення);
- 3) ступенем проникнення і характером асиміляції в новому мовному середовищі;

4) своєрідністю смислових змін, якій піддаються запозичення в системі іншої мови [13, с. 129].

У типології Е. Хаугена виділяються три типи іншомовних слів.

1) слова без морфологічної заміни (loan words), тобто слова які повністю відповідають їх зразкам в мові-джерелі;

2) слова з частковою морфологічною заміною (loan-blends), тобто гібридні освіти, які частково складаються з іншомовних елементів;

3) семантичні запозичення (semantic loans), або ж слова з повною морфологічною заміною [66, с. 221].

Розглядати запозичення як найбільш поширене джерело культурних змін пропонують Т. Г. Грушевицька, В. Д. Попков, В. П. Садохін. Вчені вважають, що запозичення в культурному аспекті можуть поділятися на прямі (через міжнародні контакти індивідів) і непрямі (через споживані товари, засоби масової інформації, освіти та ін.). Автори відзначають, що народ-реципієнт запозичує не все підряд, а тільки близьке його культурі та те, що відповідає внутрішнім потребам цього етносу [19, с. 87].

Досліджуючи запозичення з точки зору актуальності для мови-реципієнта, Л. І. Тавабілова пропонує вважати запозичення виправданими та не виправданими. Виправданим є запозичення, яке використовується для позначення поняття, якого до цього часу не існувало. В основному, виправдані запозичення зустрічаються в медицині, науці й техніці. Невиправданим запозиченням є слово, яке прийшло з іноземної мови та використовується як синонім для визначення того чи іншого поняття, тоді як в мові вже є слова, що визначають це поняття [45, с. 261–264].

Залежно від мови-джерела запозичення називають англіцизмами (запозичення з англійської мови), галицизмами (запозичення з французької мови), арабізмами та ін. Зокрема, німецькі запозичення заведено називати германізмами. Причому, англіцизми іноді поділяють на брітіцизми (запозичення з британського варіанту англійської мови), і американізми, або англо-американізми [3].

За типом контакту запозичення поділяють на прямі (між мовами сусідніх народів і культур) і опосередковані (за участю мови-посередника).

Вивчаючи англійські запозичення, Т. І. Арбекова визначає три способи запозичення:

1. Транскрипція — фонетичний спосіб, при якому зберігається звукова форма.
2. Транслітерація, що передбачає заміну букв запозиченого слова буквами рідного слова.
3. Калькування, під яким розуміється запозичення асоціативного значення і структурної моделі слова або словосполучення.

За характером запозичення більшість лінгвістів виділяють прямі запозичення і кальки. При прямому запозиченні слово повністю переходить в систему мови-реципієнта, піддаючись фонетичним змінам відповідно до особливостей цієї мови.

Процес калькування називають також терміном «приховане запозичення». Калькування розуміється як «запозичення шляхом буквального перекладу слова або мовного звороту». Залежно від того, структура якого мовного елемента копіюється, Н. С. Арапова ділить кальки на словотворчі, фразеологічні та семантичні [2, с. 211].

Виділяються також гібридні запозичення або напівкальки, утворені «частково з власного і частково з іноземного матеріалу».

Л. М. Баш відносить «гібридні слова» до квазізапозичення [7, с. 28].

У лінгвістичній літературі калькування також розуміється по-різному. Одні дослідники вважають, що кальки — це різновид запозичення, оскільки значення нового слова мотивовано значенням його прототипу.

Своєю чергою, О. О. Реформатський підкреслює специфічність сутності калькування і відрізняє його від запозичених слів [39, с. 138].

Р. О. Будагов зазначає проміжне положення кальок між питомою та запозиченою лексикою, підкреслюючи при цьому, що за звуковим і

лексичним матеріалом кальки не відрізняються від споконвічних слів, але з історії виникнення примикають до запозичень [13, с. 119].

Слід також відзначити точку зору Д. С. Лотте, який під «буквальним запозиченням» розуміє «запозичене слово в чистому вигляді», таке слово переноситься в одну мову з будь-якої іншої мови в тому вигляді та в тій формі, в якій воно існує в момент запозичення.

При цьому дрібні фонетичні зміни, зумовлені різними системами звуків, до уваги братися не повинні. Однак, якщо в процесі запозичення слова відбувається зміна кореня чи додавання афіксів, це свідчить про акт створення, нового слова [34, с. 10-11].

М. Д. Степанова та І. І. Чернишева пропонують таку класифікацію запозиченої лексики. Запозичена лексика (Lehngut) поділяється на:

1. Формальні (прості, прямі) запозичення (formale, einfache, direkte Entlehnung), що містять іншомовні слова (Fremdwort).

2. Ускладнені запозичення (Lehnprägung): калькування (Lehnübersetzung); запозичення іншомовного значення до німецького форматива (Lehnbedeutung) і випадки передачі морфемної структури іншомовного слова засобами мови-реципієнта (Lehnübertragung). Окрему категорію утворюють екзотизми (Bezeichnungsexotismen) [44, с. 49].

На сьогодні в лінгвістиці існує безліч підходів до класифікації запозичень з різних аспектів. Більшість класифікацій елементів чужої мови в системі мови-реципієнта базуються на ступені їх асиміляції. Одні дослідники визначають засвоєння запозиченого елемента відповідно до ступеня його уподібнення лексиці мови-реципієнта і вживаності [23, с. 18-22; 38, с. 463; 30, с. 42-43], інші - по наявності чи відсутності внутрішнього семантичного зв'язку з мовою-джерелом [8, с. 58].

Запозичення, екзотизми, варваризми і іншомовні вкраплення є основними типами іншомовних слів, що виділяються відповідно до ступеня освоєння.

Проаналізувавши праці науковців, ми дійшли висновку, що серед лінгвістів немає одностайної думки щодо визначення цих термінів.

Варваризми й іншомовні вкраплення, що являють собою елементи чужої мови, механічно перенесені в мову-реципієнт і які зберігають написання, прийняте в мові-джерелі, вважаються найменш засвоєними. Деякі дослідники пропонують розрізняти варваризми і іншомовні вкраплення в залежності від частоти вживання. Згідно з С.В. Гриньовим, іншомовні вкраплення використовуються в мові okazіонально, «тоді як варваризми мають регулярність вживання в закріплених за ними функціональних сферах, особливо в термінології» [18, с. 127].

Термін «іншомовні вкраплення» ввів в обіг О. О. Леонт'єв. Мовознавець пропонує класифікацію, що складається з 16 видів іншомовних вкраплень і засновану на комбінації чотирьох «незалежних рівнів», що спираються на аналітичну дистрибутивну модель: 1) лексемний, 2) морфемний, 3) фонемний, 4) рівень звукотипів [32].

Л. П. Крисін значно доповнив і конкретизував поняття «іншомовне вкраплення», виділивши його в якості одного з типів іншомовних слів поряд із запозиченнями та екзотичною лексикою, між якими існують «структурні і функціональні відмінності». Самі іншомовні вкраплення розділені на дві групи:

1. Слова та словосполучення, які «мають інтернаціональний характер і можуть бути вжиті в текстах будь-якої культурної мови». Ці слова є «міжмовним словесно-фразеологічним фондом» і можуть вживатися як в різних стилях книжної мови, так і в розмовній мові.

2. Іншомовні елементи, які не можуть бути названі стійкими або інтернаціональними. Часто вони використовуються у зв'язку з художньо-стилістичними завданнями, а також для зображення індивідуального слововживання [30].

Іншомовні вкраплення в основному зберігають семантику мови-джерела, що дозволяє передати специфіку країни або ситуації, про яку йде

мова. Часте вживання іншомовних вкраплень (особливо в засобах масової інформації) може перетворити їх в запозичення, повністю оформлені за законами мови-реципієнта.

Словник української мови містить таке тлумачення поняття «варваризм»: «Варваризм – іншомовне або створене за іншомовним зразком слово чи зворот, що зберігають структурні ознаки чужих мов, по-різному пристосовуючись до фонетики, морфології української мови» [82, с. 62]. М. М. Шанський називає варваризмами слова, що вживаються в тексті в латинській графіці і зберігають орфографію мови-джерела [84, с. 245]. Термін «варваризм» використовується для позначення іншомовної лексики, яка вживається для опису іноземних звичаїв, реалій, а також для того, щоб надати висловом місцевий колорит.

Нерідко терміни «іншомовні вкраплення» та «варваризми» використовуються як синоніми, при цьому ігнорується критерій графічної адаптації іншомовних слів [27, с. 74]. У такому випадку стираються відмінності між варваризмами й екзотизмами. Екзотизми — це національні назви предметів побуту, одягу, звичаїв, обрядів того чи іншого народу, тієї чи іншої країни. Зазвичай вони функціонують як позначення унікальних явищ, що не мають аналогів в мові-реципієнті. Л.П. Крисін пропонує розглядати екзотизм як іншомовну лексику, засвоєну тільки графічно, на відміну від повністю засвоєних запозичень і повністю незасвоєних іншомовних вкраплень [30, с. 49].

Отже, лінгвісти розглядають і аналізують запозичення з різних точок зору, беручи до уваги форму, шлях запозичення, джерело поповнення словникового складу, виправданість і ступінь поширення запозичення, рівень засвоєння іншомовного слова та його семантичну самостійність у мові-реципієнті.

1.3 Особливості процесу запозичення та його учасники

Спочатку запозичене слово входить в систему мови-рецептора як незвична назва («слово-річ») і несе інформацію про життя і побут свого народу [6, с. 17].

Для того, щоб відбувся процес запозичення, необхідна наявність певних психологічних передумов. На думку О. Д. Васильєва, «готовність мовного колективу до запозичення, психологічний настрій носіїв мови — потенційного реципієнта, мовна лояльність, тобто терпимість до не свого в мові, причому навіть в тому випадку, коли в запозиченні немає гострої потреби» [15, с. 42], є найважливішим фактором лінгвістичного запозичення.

Серед таких лінгвістів як Л. В. Щерба, У. Вайнрайх, Л. П. Крисін поширена думка про те, що головна умова, необхідна для факту запозичення, — це двомовність. «Для того, щоб слово було запозичене з іноземної мови та акліматизувалося в новій мові, необхідно, щоб члени мовного суспільства, що запозичують, були більш-менш добре знайомі з мовою-продуцентом. Вони повинні стояти, принаймні, на щаблі часткового білінгвізму; інакше вони не зрозуміють значення слова, і запозичення не відбудеться, у всякому разі, такого запозичення, коли в мові-реципієнті затверджується оригінальне значення» [31, с. 34]. До цього списку умов, що сприяють процесу запозичення, можна додати виділені У. Вайнрайхом «функціональну роль обох мов в житті двомовного суспільства, статус і престиж цих мов і культур, оцінку і відношення до бі- або мультилінгвізму, а також інтерференції, що супроводжує явище» [14, с. 33].

Відомо, що шлях іноземного слова в мові-реципієнті найчастіше починається з оказіонального вживання його невеликою кількістю людей, що безпосередньо мають справу з іноземними текстами або носіями іноземної мови. Групі людей, яка ініціює запозичене слово, необхідно бути впливовою або авторитетною у своїй області, її мовленнєва поведінка має бути еталонною для інших носіїв мови. На різних етапах розвитку суспільства провідниками запозичень могли виступати різні соціальні групи людей.

Наприклад, в XVIII столітті такими провідниками були представники дипломатії, науки, люди, які володіють діловою мовою.

Наприкінці XVIII - початку XIX ст. зростає роль мови письменників, журналістів. У XIX ст. найбільший вплив набувають критики, адвокати, діячі політичних гуртків, спілок і товариств [31, с. 142]. Можна вважати, що в XX - XXI ст. головну роль в проникненні іноземної лексики відіграють ЗМІ та Інтернет.

Поряд з умовами, що сприяють процесу запозичення, необхідно відзначити й фактори, що негативно впливають на досліджуваний процес, оскільки, як правило, мовна система реципієнта чинить опір входженню іноземного слова.

Слідом за Е. Ф. Володарською серед внутрішньомовних чинників варто відзначити наступні:

- 1) конкуренція з сильним споконвічним еквівалентом, який є невіддільною частиною лексикону реципієнта і має достатню частотність і тривалість вживання;
- 2) насиченість області необхідними лінгвістичними одиницями;
- 3) рівень фонетичних, морфологічних, граматичних відмінностей, що ускладнюють асиміляцію [17, с. 22].

До екстралінгвістичних перешкод належать:

- 1) мовний пуризм в країні мови-реципієнта, пов'язаний з лінгвістичним націоналізмом або з політичної ситуацією;
- 2) негативне ставлення до мовних контактів у зв'язку з перенесеним гнітом, в тому числі колоніальним;
- 3) почуття гордості за свою рідну мову і культуру [17].

У процесу запозичення, як у будь-якого іншого процесу, є свої учасники й предмет. Учасниками досліджуваного процесу є контактуючі мови, а предметом — елемент, що запозичується. Залежно від функцій, які виконуються мовами в цьому процесі, їм можуть даватися відповідні

позначення, а саме: «мова-джерело», «мова-посередник», «мова-рецептор», «мова-реципієнт», «мова-етимон».

Слід розмежувати вищезгадані поняття. Поняття «мова-посередник», «мова-джерело», «мова-етимон», «мова реципієнт», «мова-рецептор» розглядаються в контексті кількох наук, таких як лексикологія, прикладна лінгвістика. Різні кути розгляду проблеми дають підстави для існування цілого ряду тлумачення понять, пов'язаних з процесом переходу лексичних одиниць з однієї мови в інший.

Спираючись на аналіз лінгвістичної літератури можна відзначити, що існує кілька різних трактувань терміна «мови-джерела»:

1) суть поняття «джерело запозичення» слова становить генетичний компонент, тобто його походження [39; 84]. В цьому випадку мова виступає в якості «мови-етимона»;

2) мовою-джерелом іншомовної лексичної одиниці є мова, що одночасно є мовою її походження, і мовою безпосереднього запозичення [31];

3) мова-джерело — мова, безпосередньо з якої запозичується іншомовна лексична одиниця, яка є визначальним фактором при присвоєнні іншомовної лексичної одиниці статусу французького, німецького і т.д. запозичення [4]. Синонімом цього тлумачення «мови-джерела» виступає термін «мова-донор»;

4) при визначенні поняття «мова-джерело» єдиним важливим визнається семантичний компонент, який протиставляється генетичному: «мова — джерело» - мова становлення значення, з яким і запозичується лексична одиниця [9];

5) в понятті джерела запозичення поєднуються генетичний і семантичний компоненти, останній з яких є першорядним [3].

Під терміном «мова-посередник» в науковій літературі розуміється допоміжна мова, яка використовується в міжнаціональному або міжетнічному спілкуванні. З функціональної точки зору мова-посередник

виступає також і в ролі мови-реципієнта, а потім і мови донора деякої лексичної одиниці або поняття. В системі мовного контакту можлива наявність декількох мов-посередників.

Під «мовою-реципієнтом» розуміється мова, в якій функціонують запозичені лексичні одиниці.

1.4 Етапи засвоєння іншомовних запозичень

Різні аспекти проблеми асиміляції іншомовних елементів розглядаються в роботах таких науковців, як І.В. Арнольд, І.О. Бодуен де Куртене, Л.П. Єфремов, Л.П. Крисін, В.П. Секірін, Л. М. Архипенко, Л. Блумфілд, Е. Хауген, Б. Карстенсен, В. Янг.

Термін «асиміляція» використовується в багатьох галузях знання (лінгвістика, етнографія, біологія та ін.) з різними відтінками значення. У лінгвістиці цей термін є синонімом до слів «уподібнення», «засвоєння».

Під терміном «асиміляція запозичень» найчастіше розуміється часткова або повна відповідність фонетичним, графічним і морфологічним нормам мови-реципієнта і її семантичній системі [4].

Проведений аналіз досліджень з проблем запозичень виявив, що найбільші суперечки викликає питання адаптації іншомовної лексики, а саме питання про те, що ж вважати вирішальним фактором лексико-семантичного засвоєння запозиченого елемента.

Заведено вважати, що для того, щоб слово увійшло в систему мови-реципієнта, слід дотримуватись таких умов: передати іншомовне слово фонетичними засобами мови-реципієнта; співвіднести слово з граматичними класами та категоріями мови-реципієнта; словотвірна активність слова; семантичне засвоєння, а саме, визначеність значення, диференціація значень і їх відтінків між наявними в мові словами та запозиченнями; висока вживаність слова в мові.

Розрізняють три типи асиміляції: фонетична, орфографічна і граматична (морфологічна). Варто відзначити, що перший і другий тип тісно

пов'язані між собою, що своєю чергою дає підстави говорити про фонографемні особливості засвоєння іншомовної лексики. Ці три типи знаходяться в постійній взаємодії, це обумовлено системним характером словникового складу.

Запозичення нових лексичних одиниць – процес складний та багатоступеневий. Очевидно, іншомовне слово входить у мову не відразу: потрібен час, щоб воно втратило іншомовні риси та набуло натомість риси мови-реципієнта. У зв'язку з цим можна говорити про ступінь засвоєння мовою іншомовної лексики. У науковій літературі виділяють різну кількість етапів засвоєння у словниковому складі мови-реципієнта.

Л. П. Крисін виокремлює п'ять етапів асиміляції запозиченого слова [31].

На першому іншомовне слово вживається у його власній граматичній та орфографічній формах оформлення, без транскрипції та транслітерації.

Другий етап характеризується пристосуванням слова до фонетичної та граматичної систем мови-реципієнта: воно набуває графічне оформлення через транскрипцію або транслітерацію, проходить через морфологічне оформлення і відносяться до певної частини мови, починає підкорятися синтаксичним нормам. Таким чином, на даному етапі іншомовне слово включається в граматичну парадигму мови-реципієнта. Однак, воно все ще може сприйматися як іноземне або незвичне і супроводжується сигнальними елементами: лапками, застереженнями або коментарями.

На третьому етапі запозичене слово перестає сприйматися носіями мови як чуже, однак, це все ще не є стилістично нейтральним, при його вживанні зберігаються жанрово-стилістичні, ситуативні й соціальні особливості.

Четвертий етап характеризується тим, що слово втрачає будь-які жанрові, стилістичні, ситуативні та соціальні особливості вживання, стає загальноновживаним. У цей момент остаточно закріплюється його значення

(передбачається, що на більш ранніх етапах ще можливі семантичні зрушення).

П'ятий етап характеризується реєстрацією слова в нормативному тлумачному словнику. Це означає, що запозичення визнається належною до лексичної системи мови-реципієнта.

Два етапи запозичення іншомовної лексики виділяють В. П. Сімонок, О. Е. Біржакова [9; 42]: етап входження лексики та її освоєння.

Більшість вчених (В. М. Аристова, Л. М. Архипенко, Л. П. Кислюк) виділяють три основних етапи адаптації запозичень у мові-реципієнті: проникнення в мову, часткове засвоєння (запозичення), укорінення в мові.

Перший етап вчені називають етапом «проникнення». Він відповідає таким критеріям:

- безпосередній зв'язок з мовою-джерелом, що виявляється у зовнішній оформленості слова, наприклад, поява в текстах іншомовних вкраплень, виникнення формальних дублетів, варіювання на граматичному і словотвірному рівнях;

- семантична однозначність як наслідок того, що в більшості випадків лексична одиниця на етапі проникнення позначає чужу реалію або передає чуже поняття;

- вживання в певних контекстах;

- відсутність похідних утворень.

Другий етап дослідники визначають як етап «запозичення».

Запозичення характеризується:

- внутрішнім зв'язком слова з мовою-джерелом, запозичене слово ще зберігає іншомовні ознаки;

- стабілізацією форми слова на граматичному і словотвірному рівнях;

- початком регулярного вживання слова та розширенням сфери вжитку;

- співвідношення з морфологічними категоріями мови-реципієнта;

- початком словотворчої активності.

Третій етап – етап повної адаптації. Йому притаманні такі риси:

- відрив слів від мови-джерела;
- входження до морфологічної системи мови-реципієнта, повна семантичною самостійність слова та створення лексико-семантичної мікросистеми цього слова (фразеологізми, переносні значення та ін.);
- взаємодія з елементами мови-реципієнта, що веде до диференціації значень в споконвічних словах;
- активне вживання слова;
- словотвірна активність за законами мови-реципієнта [29].

Узагальнення наведених вище підходів до поділу процесу запозичення на стадії, дозволяє умовно виділити наступні його основні етапи:

- 1) вживання іншомовного слова в його споконвічній орфографічній, фонетичній і граматичній формі (вкраплення);
- 2) пристосування іншомовного слова до системи мови-реципієнта шляхом транслітерації або транскрипції;
- 3) віднесення слова до певної частини мови, з відповідним морфологічним оформленням, входження слова в граматичну систему мови-реципієнта;
- 4) повна або часткова втрата споконвічних семантичних значень слова, звуження або розширення значень слова у зв'язку з впливом системи мови-реципієнта;
- 5) фіксація слова в словниках мови-реципієнта.

Висновки до розділу 1

У першому розділі нами був розглянутий теоретичний матеріал з теми, ми дійшли таких висновків:

1. Запозичення в широкому сенсі розглядається як процес перенесення й адаптації мовного елемента з однієї мови в іншу; у вузькому сенсі запозичення — це результат процесу перенесення слова або інших мовних

елементів з однієї мови в інший на фонетичному, морфологічному, лексичному і синтаксичному рівні.

2. Серед основних причин запозичення іншомовних елементів виділяються екстра- та інтралінгвальні. До позамовних причин відносять тісні політичні, економічні, культурні зв'язки між країнами мов, що контактують. Серед внутрішньомовних причин лінгвісти виділяють відсутність еквівалентного слова для нового предмета або поняття в лексичній системі мови-реципієнта; потреба в уточненні, диференціації наявних понять.

3. Запозичення розглядається як процес взаємодії мов, в результаті якого відбувається перехід мовного елемента з однієї мови в інший, у якого виділяються свої учасники й об'єкт.

4. Лінгвісти розглядають і аналізують запозичення з різних точок зору, беручи до уваги форму, шлях запозичення, джерело поповнення словникового складу, виправданість і ступінь поширення запозичення, рівень засвоєння іншомовного слова та його семантичну самостійність у мові-реципієнті.

5. Серед мовознавців найбільші суперечки викликає питання адаптації іншомовної лексики, а саме питання про те, що ж вважати вирішальним фактором лексико-семантичного засвоєння запозиченого елемента.

РОЗДІЛ 2

ПРОЦЕС ЗАПОЗИЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ

2.1 Англомовні запозичення в сучасній німецькій мові

У науковій, довідковій та публіцистичній літературі поняття «англіцизм» трактується неоднозначно. Наведемо деякі з наявних визначень.

Відповідно до словника Duden, англіцизм означає перенесення мовного явища, характерного для британської англійської мови на неанглійську мову [86, с. 11].

Х. Буссманн дає коротке і достатньою мірою традиційне визначення англіцизму, в якому вона ідентифікує британську англійську мову як єдине джерело впливу на різних граматичних рівнях: «Англіцизми — це в більшій чи меншій мірі інтегровані мовні структури лексики, синтаксису або ідіоматики з британської англійської мови в неанглійську мову» [53, с. 85].

Б. Шедер додає інше більш загальне визначення, яке забезпечує ширшу інтерпретацію джерела запозичення як «... відтворення конструкції, яка є типовою для англійської та нетипова для німецької мови» [75, с. 41].

Р. Конрад також дає загальне визначення як джерела, так і типу впливу. Він визначає англіцизм як «вираз, властивий англійській мові, який відтворюється або використовується в іншій мові». Але він обмежує свої приклади простими лексичними запозиченнями: *Band*, *Party* і простими композитами: *Live-Sendung* [57, с. 27].

Розглядаючи ці терміни, можемо відзначити, що серед учених немає єдиної думки з приводу того, що ж таке англіцизм. Тоді як одні вчені визначають його, маючи на увазі тільки лексичні запозичення [57, с. 33], інші приєднують фразеологічний і синтаксичний вплив [53, с. 67].

За Ю. Пфітцнером, англіцизм являє собою мовний знак, зовнішня форма якого складається з англійських морфем або комбінації англійських і

німецьких морфем, а зміст завжди передбачає сприйняття одного зі значень, загальноприйнятих в англійському мовному вживанні [72, с. 13].

Д. Шютте, навпаки, визначає англіцизм як мовний знак, який повністю або частково складається з англійських морфем, незалежно від того, чи пов'язаний він чи ні з одним зі значень, наявних в англійській мові [76, с. 38].

Х. Ціндлер визначає англіцизм як «слово з американської та британської англійської мови в німецькій мові або словосполучення, будь-який вид зміни німецького значення слова або його використання в мові (запозичення значення, семантична калька, створення нового слова) за британським або американським зразком» [81, с. 60].

На думку Х. Лангнера, поняття мовного запозичення описує не тільки окремо взяті з іншої мови слова, але охоплює всі мовні явища, які пов'язані з даним мовним контактом. Для позначення змін в німецькій мові, зумовлених впливом англійської мови, зазвичай використовують термін «англіцизм» [68, с. 18].

При вивченні англіцизмів постає питання про їх походження. Часто можна зустріти поняття «американізм», «англо-американізм», «брітіцизм».

Р. Глан звертає увагу на складність, а часто неможливість визначення відмінності між британською та американською англійською мовою. Підкреслюючи при цьому недоцільність такого поділу, він використовує термін «англо-американізм» [65, с. 13].

Н. Плюмер пов'язує походження запозичень з певними періодами історії німецької мови. До 1917 року в німецьку мову проникали в основному британські запозичення. Запозичення часів Першої світової війни — в основному американського походження, а запозичення, що увійшли в мову після 1945 року — виключно американські, які визначаються як американізми [73, с. 31].

М. Ленерт використовує поняття «англо-американізм», підкреслюючи наростаюче переважання американської англійської над британською [70, с. 28].

В. Янг, демонструючи етимологічний підхід до поняття «англіцизм», об'єднує запозичення з американської і британської англійської мови, а також з інших англійських мовних областей, таких як Канада, Австралія, Південна Африка та ін. [80, с. 17].

Згідно зі словником «Anglizismenliste», усі англіцизми поділяються на три групи:

1) ergänzend (слова, які вже практично асимілювалися в німецькій мові) – *das Baby, die Couch, der Boss*;

2) differenzierend (позначають поняття, для яких поки немає назви в німецькій мові) – *der Buggy, das Handy*;

3) verdrängend (слова, які вживають замість існуючих німецьких) – *der Body, cool, das Center*.

Окремо слід відзначити класифікацію С. Боманн [52]. У своїй роботі автор розділяє англійські запозичення на 4 типи:

1. Konventionaler Typ.

Англіцизми в цій групі, як правило, відомі в мові як інтегровані одиниці, хоча вони часто представлені не так, як у мові-джерелі орфографічно і фонетично. наприклад: *cool, Keks, Manager, Jeans, Computer* та ін.

2. Dem deutschen Phonem-Graphem-System angepasste Anglizismen.

У цьому випадку до англійських слів приєднуються німецькі морфеми. Найчастіше це відбувається з дієсловами, які переходять в німецьку мову, наприклад: *managen, stoppen, jobben*.

3. Anglizistische Kombinationstypen.

До такого типу належать складні слова, утворені поєднанням англійського та німецького слів. Компоненти цих слів з'єднуються дефісом. Зазвичай англійській елемент зберігає свою орфографію, наприклад: *Pump-Hairlack, Open-air-Knopf, stütz-soft Effekt* та ін..

4. Neue Anglizistentypen.

Цей тип, як правило, в першу чергу поширюється на мову реклами і може бути унікальним трюком для залучення уваги потенційних покупців, наприклад: *geswachte Uhren, die Five-pocket-Jeans* [52, с. 19-20].

Слід зазначити, що англіцизми впливають не тільки на лексичний склад мови, а й на його граматичну та синтаксичну структури. Наприклад, під впливом англійської структури «*I remember that*» молодь частіше говорить «*Ich erinnere das*» (замість правильного «*Ich erinnere mich daran*»), або замість «*im Jahre 2007*» частіше вживається варіант «*in 2007*». Найчастіше, спроби перенести конструкції речень з англійської в німецьку не узгоджуються з німецькою граматику. Таким чином, можна почути «*stehende Ovationen*» за аналогією з «*Standing ovations*» і «*Wir rufen Sie zurück*» як кальку «*We call you back*».

У німецькій мові іншомовні запозичення вводяться в ужиток переважно за допомогою ЗМІ. Багато вчених вважають головною причиною такого масштабного проникнення англійської лексики в німецьку мову активність і натиск реклами на радіо, телебаченні та в пресі.

Ларс Тілеман в своїй статті «*Anglizismen im Deutschen*» виділяє наступні причини запозичення іноземної лексики:

1. Відсутність в німецькій мові спеціальних найменувань для нових понять і речей.
2. Прагнення до економії мовних засобів
3. Необхідність розмежувати близькі за змістом, але все ж різняться поняття.
4. Англіцизми часто використовуються для хвастоців або створення іміджу, коли співрозмовники хочуть підкреслити свій соціальний або інтелектуальний рівень.

Д. С. Лотте [34] виділяє наступні чинники запозичення англіцизмів:

1. Культурний вплив одного народу на інший.
2. Наявність усних і письмових контактів;
3. Підвищення інтересу до вивчення тієї чи іншої мови;

4. Авторитетність мови-донора;

5. Історично обумовлене захоплення певних соціальних верств культурою

чужої країни.

Одним з найважливіших факторів, що сприяють широкому вживанню запозичень, може вважатися їх здатність до виразності, варіативності і стислості мовлення.

Згідно з дослідженнями, запозичення англіцизмів німецькою мовою за останні 20 років обумовлено, перш за все, екстралінгвальними чинниками, такими як посилення впливу англійської мови в світі внаслідок процесу глобалізації, а також поява нових понять, переважно в області техніки і комп'ютерних технологій, молодіжної культури, які отримують англійські назви.

На початку 60-х років ХХ століття (1961-1964) Б. Карстенсен провів дослідження на основі західнонімецьких газет і журналів, в тому числі журналу «Der Spiegel». Дослідження показало, що найбільшою мірою англо-американський вплив спостерігався в наступних розділах: економіка, техніка, політика і спорт, мода, виробництво харчових продуктів, туризм, музика і шоу-бізнес [55, с. 28].

Г.Фінк також проаналізував англіцизми на матеріалі трьох німецьких газет (*Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*) у 1960-ті роки. У результаті виявилось, що більшість англіцизмів можна знайти в рубриках: політика, промисловість і фінанси, загальна ділова реклама, недільні додатки, культура, автомобілі і їх реклама [62].

Карін Фірек, проводячи своє дослідження в 1980-1990 роки, основну частину англіцизмів виявила в рубриках: зовнішня політика і промисловість, фінанси [79]. При аналізі англіцизмів в газеті «*Neues Deutschland*» (НДР), проведеному в 1994 році, були виявлені наступні рубрики, де англіцизми були використані в найбільшій кількості: політика, фільми, спорт,

телебачення, економіка і соціальні питання, послуги, культура, реклама, мода.

Ю.М. Шемчук у своєму дослідженні зазначає, що при аналізі лексичних одиниць мовного етикету в німецькій мові, вживаються при зустрічі або прощанні, також чітко простежується їх переважне запозичення з інших мов, здебільшого з англійської, або їх стилізація під «іншомовні»: *Bye (bye), See you later, Hi / High, (H)ey Alter, Have a good day, Hi Freaks* (англ.) [49].

«Наймолодші» англо-американізми слід шукати у сфері сучасних видів комунікації, інтерактивних зв'язків та Інтернету.

Відмінною особливістю запозичень ХХ-ХХІ ст. є їх розповсюдженість та загальнодоступність. Сьогодні запозичення з англійської мови зустрічається майже у всіх сферах:

— ЗМІ: *News, Primetime, Show, Entertainer, Print, Reporter, Yellow Press, Interview, Charts, Headline, Comics, Jingle, Serial, Hit, Single, Trailer, Bestseller, Promoter;*

— Індустрія краси, здоров'я та медицини: *Cover, Eye-Shadow, Mascara, Make-up, Strip, Foundation, Fluid, Body Lotion, Eyeliner, Aids, relaxen;*

— Мода: *Top, Fashion, Look, Dress, Boots, Sweater, Body, Blazer, T-Shirt, Jeans;*

— Туризм: *Gate, Ticket, Stewardess, das Last-Minute-Angebot, Lost and Found;*

— Їжа та гастрономія: *Fast food, Popcorn, Bar, Chips, Whisky, Brandy, Ice Cream, grillen, Breakfast;*

— Навколишнє середовище та природа: *Setter, Greenpeace, Smog;*

— Держава і політика: *Law, killen, Agreement, Meeting, Parlament, Opposition, order;*

— Професії: *Bodyguard, Blogger, Babysitter, jobben, Controller, Designer, Manager;*

— Молодіжна субкультура: *cool, Trend, Punk, crazy, Flop, Tattoo, O.K., Trouble, best, Break, happy, dancen;*

— Світ IT-технологій: *Password, E-Mail, upgrade, scrollen, Provider, Help Center, Mouse, Online, Bit, Byte, Login, Computer, CD-Rom, editieren, facebooken, Software, Hacker.*

2.2 Історія проникнення англомовних запозичень в німецьку мову

Можна виділити кілька періодів в історії впливу англійської мови на німецьку. Кожен період знаменує собою певну епоху, як в історичному, так і в лінгвістичному сенсі. За основу візьмемо запропоновану німецькими лінгвістами періодизацію [54; 56; 64; 78; 79]:

1. Раннє Середньовіччя (V-XI ст.).
2. Пізнє Середньовіччя (XII-XV ст.).
3. XVI-XVIII ст.
4. XIX ст.
5. XX ст.
 - а) до Першої світової війни (1914 р.)
 - б) між першою і Другою світовими війнами (1918-1939 рр.)
 - с) після Другої світової війни (після 1945 р.)

Безумовно, дані етапи зробили колосальний вплив на німецьку мову тих років і визначили її розвиток в напрямку, в якому вона існує сьогодні.

Вплив англійської мови на німецьку спостерігається ще в ранньому Середньовіччі, хоча він був досить незначним, були запозичені лише окремі слова, наприклад, двн. *gotspell* – від англ.-сакс. *godspell* [25, с. 71].

У період пізнього Середньовіччя Німеччина являє собою територіальні князівства. У XIII ст. на території Німеччини їх налічується близько двохсот [25, с. 150].

Така інфраструктура перешкоджала централізації країни, що спричинило запізнений культурний та економічний розвиток, а також

гальмувало формування єдиної національної мови, оскільки був відсутній культурний центр країни, авторитетний в мовних питаннях [24, с.294].

Унаслідок розвитку міжнародних торговельних відносин і утворення різних міських союзів [25, с.170] з середньо- і ранньонімецької мови були запозичені технічні терміни, наприклад, з морської справи. Вони проникли в нижньонімецьку мову за допомогою контактів з Ганзейським союзом, наприклад, нім. *Boot* (1290) - англ. *boat* [78, с. 71]. Проте, вплив англійської мови на німецьку залишається незначним.

У XVI – першій половині XVII ст. відбувається поступова модернізація країни, перехід від середньовічного суспільства до індустріального. У Німеччині зароджується реформаційний рух, розвивається університетська освіта для всіх верств населення, поширюється початкова освіта. У XVI ст. відбувається зародження абсолютизму, який досягнув піку свого розвитку у XVII-XVIII ст., але через роздробленість і відсутність єдиного центру країни процеси модернізації в Німеччині проходили уповільнено в порівнянні з розвитком в Голландії або Англії. Такі події, як лицарське повстання (1522-1523 рр.), міські виступи під час Селянської війни (1524-1525 рр.) і особливо Тридцятирічна війна (1618-1648 рр.) відсунули розвиток Німеччини на багато десятиліть. Остання війна призвела до економічного занепаду країни і викликала остаточний розпад єдності земель, що підтримувався частково в рамках Священної Римської імперії. Центрами торгівлі стали Лейпциг, що орієнтувався на схід, і Гамбург, який торгував, в основному, з Англією, Іспанією і Францією. Водночас в Німеччині відбувається поширення гуманістичних ідей, чому сприяє італійське Відродження. Бурхливий розвиток культурних відносин з сусідніми країнами не могло не відбитися на лексиці німецької мови. Реформація стимулювала розквіт німецької публіцистики, але разом з тим в німецьку мову проникає величезна кількість іноземних запозичень. Культура Німеччини зазнає впливу італійської та французької культури, все частіше говорять французькою мовою, зростає інтерес до французької літератури. Латина, як і

раніше, є мовою науки. У порівнянні з іншими мовами вплив англійської мови незначно, але через збільшеної активності торгових відносин з Англією можна відзначити зростання кількості запозичень з англійської мови.

У XVII-XVIII ст. відбувається зміна поглядів на англійську культуру [78, с.71; 79, с.107-127]. У німецьку мову починають проникати запозичення з англійської мови. Якщо до цього часу більшість запозичень приходило в мову через французьку – більш престижну мову, то в XVII ст., особливо починаючи з Англійської революції, у Німеччині зростає інтерес до Конституції та парламентської системи Англії. Більшість запозичень і кальок з англійської в той період стосуються саме політичного життя у Великобританії: *Unterhaus, Debatte, Hochverrat*. Зустрічалися окремі запозичення з мови науки, наприклад, *Logarithmus*.

До XVII ст. англійська мова не вивчалася, і нею не розмовляли у Німеччині. Перша англійська граматики з'явилася в 1672 році, а перший англо-німецький словник – в 1706 р. [78, с. 72]. Уперше англійська мова була включена в навчальну програму в 1769 році гамбурзьким комерційним училищем. З середини XVII ст. публікуються замітки про подорожі британськими островами, в яких з'являються у великих кількостях запозичення з англійської мови. Головними центрами впливу англійської мови в XVIII ст. стали міста, а саме, Гамбург, Геттінген, Цюрих і Лейпциг. У цьому столітті з'являються запозичення зі сфери економіки і торгівлі, духовно-культурного життя і літератури, природничих наук і медицини.

Британія XVIII століття стає промисловою державою, де винайдені парова і прядильна машини, ткацький верстат, розвивається фінансово-комерційна справа. У німецькій мові з'являються запозичені з англійського слова [78, с. 72]: *Banknote, Export, Import, Nationalschuld, Patent, Flanell, Twist, Arbeitsteilung*. З розвитком природничих наук з'явилися *Spektrum, negativ/positiv, Barometer* [78, с. 72;]. Завдяки перекладу німецькими авторами духовної літератури з англійської використовуються такі слова, *tote Sprachen* – калька з англійської *dead languages, lebensüberdrüssig* – від англ. *lifeweary*

[79, с. 107-127]. Після Семирічної війни (1756-1763 рр.) престиж англійської мови значно виріс. Про це свідчать запозичення з області моди і суспільного життя (*Visitenkarte, Teezeit*), музики (*Hornpipe, Harmonika*); журналістики (*Magazin, Faksimilie*).

Напередодні Першої світової війни Німеччина перетворюється в потужну світову державу, за рівнем промислового виробництва вона виходить на друге місце, поступаючись лише США. Між Німеччиною і Англією відбувається суперництво за ринки збуту і джерела сировини. Німеччина створює могутній флот і зміцнює армію. Зростає і вплив англійської мови в усіх сферах. Серед запозичень присутні в основному брітіцизми – одиниці, специфічні для британського варіанту англійської мови [48, с. 65-72]: нім. *Untergrundbahn, Bluff* - англ. *underground, bluff*. Під час Першої світової війни цей вплив знизилося. Деякі слова, що вживалися в німецькій мові у довоєнний час, вийшли з ужитку.

Після Першої світової війни Німеччина та інші європейські країни переживають процес політичної та економічної стабілізації. У 1918 році в Німеччині була заснована Веймарська республіка, яка проіснувала до 1933 року. Наприкінці 20-х – початку 30-х рр. в більшості країн вибухнула економічна криза, до Німеччини вона прийшла дещо пізніше, ніж в інші країни, але мала руйнівний характер.

У цей період спостерігається вплив вже не британської англійської, а американського варіанту англійської мови, що свідчить про зростаючу міць США, швидкий розвиток економіки та політики. Наприклад, було запозичене поняття «дорога з одностороннім рухом» (амер. англ. *One-way-street*), таким чином у німецькій мові з'явилося слово *Einbahnstraße* [78, с. 73].

Після 1945 року Німеччина переживає окупаційний період і поділена на чотири сектори впливу: французький, американський, британський і радянський. Американська зона включала приблизно 30% території Німеччини, англійська зона була найбільшою і найбільш вагомою в

промисловому відношенні. Об'єднання Німеччини відбулося тільки в 1990 році.

У результаті повоєнних політичних подій цього часу німецька мова відчуває сильний вплив з боку американського варіанту англійської мови, оскільки домінування США зростає в усіх сферах життя: економічній, військово-політичній, науково-технічній і культурній. Тісні контакти з США зумовили велике число запозичень. Вплив англійської мови помітно перевершує вплив в будь-який інший період. Американський варіант англійської мови найбільш поширений, оскільки кількість американської літератури, фільмів перевершує число британських.

На сьогодні вплив американської англійської залишається дуже високим. Приклади інтерференції спостерігаються в лексиці, граматиці, стилістиці.

2.3 Асиміляція англійських запозичень у німецькій мові

Запозичення лексичних одиниць з однієї мови в іншу — безперервний процес, в результаті якого відбувається поповнення словникового складу мов-реципієнтів. Заведено вважати, що будь-яке запозичене слово схильне до процесу асиміляції. Асиміляція запозичених лексем полягає в уподібненні найрізноманітніших мовних характеристик їх етимонів характеристикам споконвічних одиниць мови-реципієнта та передбачає кілька аспектів. Розрізняють фонетичний, морфологічний і графічний аспекти асиміляції запозичених слів.. З точки зору асиміляції запозичені слова мають білатеральний характер: з одного боку, запозичена одиниця як би успадковує вимову, написання, лексико-семантичне значення і набір флексій з мови-продуцента, таке явище Х. Мунске називає трансференцією, з іншого – усі характеристики запозичених слів уподібнюються характеристикам лексичних одиниць мови-реципієнта, у такому випадку йдеться про явище інтеграції. [71, с. 30].

Одним з проблемних питань, що стосується процесу асиміляції запозичень, є визначення роду запозичених одиниць.

Щодо англійських субстантивованих запозичень у німецькій мові, то перейшовши в німецьку мову, крім того, що іменники змінюють свою вимову, їм необхідно підкоритися нормам мовної детермінації мови, тобто прийняти той чи інший артикль, родову ознаку.

Відомо, що в англійській мові іменники не розрізняються за родами, що призводить до того, що навіть в тому випадку, якщо німець добре володіє англійською мовою, вживаючи англійські іменники, буде стояти перед проблемою вибору роду. Вивченням цієї проблеми в різний час займалися такі дослідники: В. В. Арндт, Х.Циндлер, Б. Карстенсен.

Б. Карстенсен вважає, що досить складно виявити принципи, за якими в тому чи іншому випадку словники визначають рід того чи іншого англіцизму. В основному англійське запозичення в словниках німецької мови отримує один з трьох родів, проте найбільш часто мова йде про чоловічий і середній роди.

Однак, словники не дають дані про частотність вживання того чи іншого роду. Б. Карстенсен, досліджуючи дану проблему, стверджує, що в разі, коли слово характеризується наявністю двох родів, один з них буде домінантним.

Результати дослідження, що проводив Б. Карстенсен, показали, що існують раніше не описані випадки вживання того чи іншого роду.

У своїй лінгвістичній роботі автор хотів вказати на те, що визначення роду англіцизмів не підкоряється певним правилам, проте існують деякі переваги у випадках присвоювання слову певного роду. Таким чином, носії мови, які знали значення англійського слова, не коливалися у визначенні роду і привласнювали переважно тільки один рід. Однак, деякі учасники опитування, які не знали значення англійського слова, сумнівалися в правильності присвоєння роду тому чи іншому слову [54].

Розглядаючи визначення роду англійських запозичень в німецькій мові, Б. Карстенсен виокремлює три категорії іноземних слів (*Fremdwörter*) і запозичень (*Entlehnungen*).

Перша категорія містить невелику кількість англійських запозичень, які можуть мати всі три роди. Наприклад, як у випадку, якщо розглядати слово *Dress*. Ця лексична одиниця в Німеччині може бути і чоловічого, і середнього роду, а в Австрії — жіночого або чоловічого роду. Відомий словник «*Deutsches Fremdwörterbuch*» дає: нім.: *der (auch: das) Dress*; австр.: *die Dress*.

Друга категорія містить більш численну групу слів, що отримують подвійне граматичне визначення роду. В такому випадку родова належність визначається мовцем: між *der* і *das* або між *der* і *die*. Наприклад: *der* або *das Quiz, Spray, Lunch, Essay, Poster, Slang, Display, Digest, Terminal* та ін. Своєю чергою найменш частотними є випадки вибору між жіночим і середнім родом. Наприклад: *die* або *das Trademark, Cottage* та ін. Ще меншу кількість слів налічує група, в якій можливо вживати чоловічий і жіночий рід в рівному співвідношенні: *der* або *die Speech, Lobby, Couch*.

Група субстантивованих англійських запозичень становить третю категорію і є найчисленнішою групою. Ці запозичення мають в німецькій мові тільки одну родову належність:

- a) чоловічий: *der Job, Boß (Boss), Beat, Boom, Container, Babysitter*;
- b) жіночий: *die Band, Box, City, Show, Crew, Gangway, Story*;
- c) середній: *das Baby, Steak, Girl, Image, Bodybuilding*.

Варто відзначити, що найбільше число англійських запозичень належать до чоловічого роду. Меншу групу складають іменники середнього роду і незначну групу складають іменники жіночого роду.

Процес присвоєння роду тому чи іншому слову узгоджується із семантичною категорією та морфологічними критеріями.

Такі запозичення, як *Babysitter*, спочатку використовувалися для позначення професії та діяльності, яку виконували виключно чоловіки, у

зв'язку з цим, вони вживалися з артиклем чоловічого роду — *der*. З часом з'явилася тенденція додавати до даних слів суфікс жіночого роду *-in* для позначення осіб жіночої статі, наприклад, *Babysitterin, Managerin* [54].

Щодо питання визначення роду запозичених з англійської мови слів, необхідно відзначити той факт, що першорядне значення мають два принципи: принцип наступної найближчої лексичної відповідності (*die nächste lexikalische Entsprechung*) і морфологічний фактор.

Принцип наступної найближчої лексичної відповідності є основоположним при визначенні роду тільки на перший погляд.

Як приклади можна навести такі іменники:

а) Чоловічий рід: слово *der Job* визначається в німецькій мові як іменник чоловічого роду через лексичну відповідність до слова *der Beruf, der Boss - der Chef*;

б) Жіночий рід: *die Band - die Kapelle, die Box - die Kiste, die City - die Stadt*;

в) Середній рід: *das Baby - das Kind, das Girl - das Mädchen*.

Виходячи зі своїх досліджень, автор вважає, що не можна відкидати принцип найближчої лексичної відповідності, однак, не варто надавати їй величезне значення. Також автор вказує, що при процесі запозичення слід звертати увагу на фактори, які не можна пояснити з лінгвістичної точки зору. Деяка кількість випадків визначення роду запозиченого іменника можна пояснити морфологічно, як наприклад:

а) англійські запозичення, що закінчуються на *-er* належать до чоловічого роду: *der Camper, Teenager, Babysitter* та ін. з плином часу в німецькій мові з'явилась тенденція використовувати суфікс *-in*, для позначення жіночого роду: *Managerin, Designerin, Bestseller, Blaser, Boiler, Computer, Camperin, Teenagerin, Brokerin, Dealerin*;

б) англійські запозичення, що закінчуються на *-ster*, які позначають особи (*Gangster, Youngster*) або речі належать до чоловічого роду;

с) запозичення з англійської мови, які закінчуються на -or, також належать до чоловічого роду. Найчастіше такі іменники позначають осіб або речі: *Director, Moderator, Sponsor; Detector, Monitor, Sensor*;

д) англійські запозичення, які закінчуються на -ing, що позначають дію та утворені від дієслів, належать до середнього роду: *das Boating, Bowling, Jogging, Feeling, Killing, Peeling, Lifting, Shopping* та ін. Але існують виключення: *der Looping i der Smoking*.

е) запозичення з англійської мови, що закінчуються на -ment вживаються з артиклем середнього роду: *das Apartment, Department, Establishment, Management, Engagement, Testament, Firmament* та ін.

ф) англійські запозичення з суфіксом -ship, -ity належать до жіночого роду: *die Championship, Brinkmanship, Publicity, Sensitivity*.

У лінгвістичному аналізі запозичень графічний критерій часто незаслужено залишається недостатньо освітленим. На думку Айзенберга, запозичення частіше зустрічаються в друкованих текстах, ніж в усному мовленні [59, с. 334]. Іншомовне походження значної кількості слів можна визначити лише за допомогою аналізу їх графемного складу (напр. у таких словах, як *Thron, Strophe* і т.д.), оскільки граматично багато з них, як правило, інтегровані в систему мови-реципієнта. Під графічною асиміляцією слів англійського походження в німецькій мові зазвичай розуміють передачу графічного образу запозичення за допомогою засобів орфографічної системи німецької мови.

Більшість вчених-германістів схиляється до тієї точки зору, що більшість англіцизмів, що поповнюють словниковий склад німецької мови, схильні зберігати свій графічний образ і майже не зазнають змін в області орфографії [56, с. 13; 70, с. 70; 74, с. 300; 80, с. 165].

Лексеми, що змінюють свій графічний вигляд, Мунске називає графічно інтегрованими (частково або повністю) і ділить на дві групи. До першої групи вчений відносить асиміляцію окремих звуків, обумовлену фонотактичними правилами німецької мови, яка веде до змін у написанні.

Лінгвіст наводить як приклад слово *Streik*, запозичене з англійської мови як слово *strike* вже в першій половині 19-го століття. Написання даної лексеми змінилося під впливом вимови в німецькій мові. При цьому тенденція до неправильної вимови слова (як [!ʃtrikə]) прискорила процес дифтонгізації іменника (вже в 1890 році слово було зафіксовано в словниках як *Streik*). До другої групи орфографічно інтегрованих запозичень Х. Мунске відносить слова, на написання яких значною мірою вплинули наявні орфографічні правила, що стосуються, наприклад, написання іменників німецької мови з великої літери, написання складених іменників, подвоєння приголосного в кінці слова після короткого голосного (*Stopp, Splitt* і ін.), написання –ß і –ss в кінці слова і т. д. [71, с. 40]. Разом з тим, багато лінгвісти підкреслюють (в тому числі з посиланням на словник Duden), що строгих правил написання запозичених слів з англійської мови не існує. Ми хотіли б виділити наступні види орфографічної інтеграції англіцизмів:

1. Написання запозичених іменників з великої літери. Зрозуміло, що зустрічаються і відхилення від правила, обумовлені бажаним стилістичним ефектом, оскільки іменники, написані з маленької літери привертають увагу читача. Так само складні запозичені іменники характеризуються в сучасній німецькій мові неоднорідним написанням, наприклад, *joint ventures – Joint – ventures – Joint – Ventures; know-how – Know – how*.

Написання запозичених композитів окремо або через дефіс дозволяє надати семантичній структурі лексичної одиниці прозорість і можливість легко інтерпретувати її значення за складовими компонентами.

2. Заміна «англійських» графем засобами орфографічної системи німецької мови, унаслідок якої відбувається виникнення так званих орфографічних варіантів.

Початкове написання при цьому допустимо поряд з «новим» орфографічним образом слова, часто обидва варіанти написання фіксуються в словниках. Спостерігаються такі варіювання в написанні:

1) між англійським c- і німецьким z- (*Centrum/ Zentrum, Center/ Zenter, Cigarette/ Zigarette* та ін.);

2) між англійським c- і німецьким k- (*Comfort/ Komfort, Club/ Klub, Crawl/Kraul, Cricket/Kricket* та ін.);

3) між англійським sh- і німецьким sch- (*Shock/ Schock, Shampoo/Schampu, Sheriff/ Scheriff* та ін.);

4) між англійським ss- і німецьким ß - в кінці слів (*Boss/Boß, Hostess/Hoste ß, Fairness/ Fairneß* та ін.), однак, такі варіювання в написанні згідно з новими правилами припиняють своє існування, англіцизм стає етимологом.

5) між англійським ch- і німецьким sch- (*Check/Scheck, Catcher/Katscher, Ketchup/ Ketschup* та ін.);

6) між закінченням іменників множ. числа-ies і «онімеченим» закінченням-ys (*Hobbies/ Hobbys, Ladies/ Ladys* і ін.).

Також в процесі орфографічної інтеграції англіцизмів в німецькій мові часто спостерігається подвоєння приголосних в кінці слова, як, наприклад, в словах *Stopp* (англ. *stop*), *Klip(p)* (англ. *clip*), *Rakett* (англ. *racket*) і багатьох інших.

Висновки до розділу 2

У другому розділі нашого дослідження ми детально розглянули англійські запозичення, їх типи та вплив на сучасну німецьку мову.

Нами було розглянуті різні підходи до визначення терміну «англіцизм».

Ми з'ясували головні причини проникнення англомовних запозичень в німецьку мову та сфери, у яких англіцизми набули поширення.

Нами були досліджені історичні передумови появи англійської лексики в німецькій мові та виділені періоди впливу англійської мови на німецьку. Ми встановили, що процес запозичення англіцизмів спостерігається ще за часів раннього Середньовіччя. Але найбільшого впливу німецька мова зазнала у період після Другої світової війни. На сьогодні вплив англійської

залишається дуже високим. Приклади інтерференції спостерігаються в лексиці, граматиці, стилістиці.

Ми дослідили процес асиміляції, що полягає в уподібненні мовних характеристик іншомовних елементів характеристикам споконвічних одиниць мови-реципієнта та передбачає кілька аспектів. Розрізняють фонетичний, морфологічний і графічний аспекти асиміляції запозичених слів.

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ АНГЛІЙСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ НА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНУ СИСТЕМУ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

3.1. Проблема запозичень в сучасній німецькій мові

Наш час — час глобалізації та промислового прогресу. Контакти окремих держав в різних областях політики, економіки, техніки, науки та культури стають все тіснішими. В цьому випадку і будь-який національну мову не може не зазнавати змін під впливом цих контактів. Завдяки постійному розвитку з'являються нові поняття, які зумовлюють появу нових слів. Таким чином, мова є показником дійсності та інтеграційних процесів і зазнає постійних змін. Щоб адекватно відбивати зміни, що відбуваються, з одного боку, набирають чинності власні засоби відповідної мовної системи, з іншого боку, запозичуються вже наявні слова з іноземних мов.

Історичні події (війни, революції, нові політичні режими), які переживають одні країни, впливають на політичне життя в інших країнах і приносять в інші мови нову лексику, поняття і вирази. Науково-технічний прогрес постійно привносить в життя різних народів нові технології та продукти, а разом з ними і їх назви. Так було завжди, і процес взаємозбагачення мов новою лексикою розвивається прямо пропорційно розширенню контактів між країнами.

Німецька мова, як і будь-яка, схильна до постійних змін. Вона вбирає в себе слова багатьох мов світу. Сьогодні однією з головних проблем є використання англіцизмів в німецькій мові.

В останні роки лунає все більше голосів на захист німецької мови від засилля англійських запозичень. Створена в 1997 році Асоціація німецької мови (Verein Deutsche Sprache, або VDS) побоюється, що німецька мова може стати "периферійною" мовою, якщо не буде вжито заходів для її захисту від іноземних вторгнень.

3.2. Англійські запозичення в комп'ютерній лексиці німецької мови

Інтенсивний розвиток комп'ютерної галузі, комп'ютеризація практично всіх сфер науки, техніки, промисловості, а також стрімкий процес проникнення комп'ютерів у сферу повсякденного життя сучасної людини призвело до стрімкого розвитку відповідної термінології. Як відомо, на всі зміни, що відбуваються в суспільстві, словниковий склад мови реагує особливо чутливо — постійно з'являються нові лексичні одиниці, щось стає модним і популярним, а які-то мовні явища застарівають і зникають. Комп'ютерна мова інтенсивно розвивається, багато лексичні одиниці переходять з англійської мови в німецьку.

Ніхто не ставить під сумнів той факт, що англійська мова, а також її американський варіант, внаслідок безумовного лідерства США в області комп'ютерних технологій та інформаційної безпеки, домінує в цій сфері над усіма світовими мовами, і її вплив на німецьку мову є незаперечним.

Головна причина запозичення англійських слів у німецьку — відсутність в ній еквівалентів для опису предметів, речей, понять (*die CD, das Smartphone, das Internet, der Laptop, das Gadget*). Єдиним способом їх позначення залишається опис за допомогою словосполучення або навіть цілого речення. Так, поняття «Screenshot» можна пояснити по-німецьки наступним чином: *fotoähnliche Abbildung oder Speicherung dessen, was auf dem Bildschirm zu sehen ist*.

Необхідно відзначити, що на початку впровадження комп'ютерної лексики в німецьку мову, програмісти та перекладачі намагалися використовувати німецькі терміни. Чому ж *Rechner* перетворився в *Computer*, а *Drucker* в *Printer*? Причина — мовна економія. При написанні повідомлень зручніше використовувати англійські синоніми німецьких лексичних одиниць. Наприклад, порівняємо такі слова, як *das Management - die*

Unternehmensleitungen, der Cleaner - die Datenträgerbereinigung, der Chip - die Mikroschaltung.

Для новітніх запозичених слів в німецькій мові характерний високий ступінь варіативності значень. Значення запозичених лексичних одиниць часто не усталене в німецькій мові, тому можуть сприйматися різними носіями мови неоднозначно [16]. У зв'язку з цим не завжди вживання англіцизмів в німецькій мові є виправданим. Зловживання запозиченими словами, що мають обмежену сферу використання, небажано як в художніх, так і в нехудожніх текстах. Неприпустимо, наприклад, вживання вузькоспеціальних неперекладених іншомовних термінів та захоплення іноземною термінологією, яка ускладнює розуміння значення англійських слів. Головним чином, їх застосування є недоцільним, якщо вони не несуть особливої змістовної, стилістичної або синтаксичної функції [40].

Способи запозичення комп'ютерних англіцизмів

З точки зору освоєння англійських запозичень комп'ютерної лексики можна виділити три групи:

1. Пряме запозичення (без зміни значення слова) У комп'ютерній лексиці знайдено велику кількість прямих запозичень: *die Edition, das Attachment, die Software, die Hardware, das Gadget, der Event, das Keyboard, der Chip, der Scanner, das E-Book, die PlayStation, das Icon, die E-Mail, die Mouse, die E-Commerce, online, offline, das Internet*. Як видно, це — адаптовані та неадаптовані варіанти лексичних одиниць англійської мови. Запозичені слова з прямим значенням в основному приймають німецькі граматичні форми: іменники вживаються з артиклем і пишуться з великої літери. Наприклад, іменники чоловічого і середнього роду родовому відмінку отримують закінчення -s: «*des Keyboards*», множина «*die E-Mails*», а запозичені дієслова можуть перетворюватися згідно з правилами німецької граматики: найчастіше вони належать до слабкої відміни та до них завжди приєднується інфінітивне закінчення - (e)n. Це дає можливість легко

відмінювати дієслова, і утворювати від них Partizip II: *to tweet - tweeten; to swap - swappen*.

При прямому запозиченні слова і вирази зберігають англійське написання: *digital, der USB, die Software, die CD, die Hardware, die Website, die E-Mail, der Laptop, das Data-Mining, das Log-in, der User, der Account, das Virus, der CD-Player, das Antivirus*.

Порівнюючи англійську та німецьку мови, ми знаходимо в них багато подібного. У зв'язку з тим, що німецька та англійська мови мають латинську графіку, в багатьох словах простежується схожість або ідентичність орфографії. Якщо не брати до уваги особливості артикуляції звуків у двох мовах, ми зауважимо, що багато лексичних одиниць однакові або схожі за звучанням, але відрізняються одним / двома звуками (відповідно однієї / двома буквами).

2. Термінологічні синоніми

Термінологічні синоніми комп'ютерної лексики — це синоніми вже наявних лексичних одиниць мови. Паралельне існування англійських термінологічних синонімів і німецьких назв комп'ютерної лексики веде до конкуренції між ними.

В ході дослідження комп'ютерної лексики німецької мови було виявлено велику кількість англійських термінологічних синонімів різних граматичних родів: *User - der Nutzer; Keyboard – die Tastatur; Computer - der Rechner Support – die Unterstützung*.

3. Змішане запозичення

До цієї групи належать запозичення, що належать до складних слів і складають гібридні утворення.

Розрізняють три види з'єднання компонентів складного слова:

а) за допомогою дефісу: *DVD-Brenner, Drill-Down-Funktion, DFÜ-Netzwerk, USB-Stick, PC-Lautsprecher;*

б) за допомогою інтерфіксів: *Informationsportal, Forumsteilnehmer;*

в) утворені без дефісу та інтерфіксів: *Hackersoft, Taskliste, Datenbackup, Internetdienst, Webseite, Spamgefahr*.

4. Псевдоангліцизми.

Псевдоангліцизми — це запозичення, які утворені з англомовних складових частин, але в німецькій мові використовуються в іншому значенні. Англійські запозичені слова можуть вживатися в німецькій мові не в їх прямому значенні, або ж може бути перенесена лише частина значення.

Розглянемо подібності та відмінності в вживанні лексичних одиниць у двох мовах. Візьмемо слово *card/Karte*. В обох мовах воно має наступні значення:

- 1) гральна карта;
- 2) поштова листівка;
- 3) візитка;

4) пластикова карта, але німецьке слово «*Karte*» вживається також у значенні «квиток в кіно, театр», а англійське слово «*card*» в такому значенні не вживається, для цього використовується слово «*ticket*». В англійській мові у цього слова значень набагато більше.

Ще один яскравий приклад — слово «*Handy*». У німецькій мові воно має значення «мобільний телефон». В англійській мові «*Handy*» — прикметник, що означає «доступний; близький, зручний; корисний; легко керований, майстерний, спритний; умілий», але значення «телефон» у слова «*Handy*» в англійській мові немає.

Аналізуючи комп'ютерну лексику, можна зробити висновок, що асиміляція англомовного лексичного складу професійної мови в області комп'ютерних технологій відбувається на семантичному, морфологічному, словотвірному, фонологічному і графічному рівнях німецької мови.

3.3. Англійські запозичення в німецькомовній політичній лексиці

Аналіз актуальних текстів німецького політичного медіадискурсу дозволяє стверджувати, що в семантичному відношенні ці запозичення не є

однорідними. Найбільш численну групу англіцизмів складають іменники: саме ця частина мови найчастіше виражає поняття і виконує номінативну функцію, тобто необхідна для позначення нового явища. Пропонуємо виділити наступні типи значень англомовних запозичень, виражених іменниками.

1. Англіцизм позначає загальноприйняте поняття

— *die First Lady* - перша леді:

Sie ist seit anderthalb Jahren Deutschlands First Lady: Jetzt ist Elke Büdenbender im Libanon unterwegs, ohne den Bundespräsidenten. Was steckt hinter dieser Reise? (stern.de; 30.10.2018).

— *der Global Player* - глобальний гравець (на міжнародній арені):

Global Player Russland: Putins erfolgreiches Jahr (n-tv.de; 28.12.2017).

— *der Hedgefonds* - хедж-фонд (інвестиційний фонд, орієнтований на максимальний дохід при заданому ризику або мінімальний ризик для заданої прибутковості):

Ein öffentlich unbekannter Hedgefonds setzt auf die Deutsche Bank (faz.net; 1.11.2018).

— *die Lobby* - лобі (група людей, що представляють і відстоюють в різних організаціях певні інтереси):

Öl-Lobby beeinflusst US-Klimapolitik (taz.de; 7.12.2012).

Це є свідченням того, що найбільш рухлива та частина суспільно-політичної лексики, яка позначає поняття і реалії, характерні для декількох суспільних систем. Відповідно до змін у соціальному житті, особливо в умовах глобалізації та інтенсивності міжнародних контактів, ці поняття, а разом з ними й нові позначення, запозичують інші системи. Лексична система мови, попри всю свою гнучкість і мобільність, не встигає реагувати на процеси, що відбуваються, і в побуті з'являються іншомовні терміни.

2. Англіцизм позначає специфічне поняття

— die Primary – праймеріз (тип голосування, прийнятий в США):
 Primaries, Wahlmänner, Vereidigung: der Weg ins Weiße Haus ist kompliziert.
 Die wichtigsten Fakten zum US-Wahlsystem (zeit.de; 23.01.2017).

— das Rating - рейтинг (компанії або корпорації):

Moody's bestätigt Rating der Deutschen Telekom (finanzen.net; 20.04.2017).

До запозичень недавнього часу можна віднести й термін *der Shutdown*, що позначає ситуацію в США, коли Конгресу не вдається узгодити фінансування діяльності державних органів, і їх робота тимчасово припиняється.

Republikaner bieten Ende des Shutdown an (spiegel.de; 11.10.2013).

У цьому випадку запозичення дозволяє звернути увагу одержувачів інформації на особливе поняття, ситуацію, типову для іншого мовного суспільства, зробити акцент на певній тематичній співвіднесеності.

3. Англiцизм уточнює означуване поняття, звужуючи його семантику

— *der Point of no Return* - точка неповернення:

Moskau hofft darauf, dass die USA und ihre Verbündeten keine Gewalt gegen Syrien anwenden werden und der «Point of no Return» nicht überschritten wird (de.sputniknews.com; 10.04.2017).

— *die Roadmap* - дорожня карта:

Beim Treffen der Kanzlerin mit Putin, Poroschenko und Hollande wurde sich auf eine neue Road Map in Richtung Frieden in der Ukraine verständigt (bz-berlin.de; 19.10.2016).

Деякі запозичення можуть бути багатозначними, наприклад іменник *der Deal* позначає угоду в юридичному сенсі, в політиці або бізнесі, а також торгівлю наркотиками. У цьому випадку контекст і тематична співвіднесеність дозволяють вибрати вірне значення.

Eine mildere Strafe für den Angeklagten im Tausch gegen ein Geständnis. Das ist der klassische Deal (faz.net; 04.10.2012).

У цьому прикладі термін *der Deal* позначає угоду в юридичному сенсі, як домовленість між обвинуваченим і слідчими органами в обмін на більш м'яке покарання.

Die fünf wichtigsten Fakten zum Atomdeal mit dem Iran (welt.de; 21.09.2017).

У другому прикладі йдеться про домовленість провідних держав зі стороною конфлікту, досягнута шляхом компромісу.

Ob der Bau von Atomanlagen oder Raketenlieferungen – bislang konnte der Iran auf Geschäfte mit Russland setzen. Nun allerdings sagt Präsident Medwedew einen lukrativen Deal mit Teheran ab (Focus Online, 22.09.2010).

Тут англiцизм позначає угоду в діловій сфері.

4. Англiцизм виступає засобом семантичної варіативності

— *der Showdown* - конфронтація, протистояння:

Beim G-20-Gipfel in St. Petersburg sucht der US-Präsident Flankenschutz für einen Militärschlag gegen Syrien. Gastgeber Wladimir Putin freut sich schon auf den Showdown mit Barack Obama (spiegel.de; 5.09.2013).

— *das Statement* - офіційна заява:

Die CDU kündigte ein Statement von Merkel für 09.55 Uhr an (merkur.de; 18.11.2018).

— *der Dinner* - діловий обід / вечеря:

Deftiges Menü beim Abschieds-Dinner von Kanzlerin Angela Merkel (CDU) mit Präsident Barack Obama und einer Reihe von Prominenten (faz.net; 18.11.2016).

— *die Pipeline* - газопровід:

Die deutsche Industrie will an dem Pipeline-Projekt Nord Stream 2 festhalten-trotz Druck aus den USA (zeit.de; 24.09.2018).

Подібні іншомовні позначення мають в німецькій мові лексичні дублети (*die Konfrontation; die Erklärung; das Abendessen; die Gasleitung*).

5. Англiцизм є засобом мовної економії

— *der / das Small-Talk* - світська бесіда:

Wichtige Regeln für erfolgreichen Small Talk (welt.de; 10.05.2010).

— *der Ombudsmann* – уповноважений з прав людини:

Reicht die Stellungnahme für eine klare Einschätzung nicht aus, nutzt der Ombudsmann die Möglichkeit zu einem gemeinsamen Gespräch, bei dem alle Beteiligten ihre Sicht der Dinge darlegen können (faz.net; 22.11.2012).

У цьому випадку англіцизми замінюють німецькомовні терміни, не надто вдалі в комунікативному відношенні через свою багатоскладність (*der/die Menschenrechtsbeauftragte* «уповноважений з прав людини»; *eine gesellige Unterhaltung* «світська бесіда»).

Наведені приклади, на наш погляд, наочно демонструють доречність і виправданість вживання англіцизмів в німецькомовних ЗМІ. Крім того, підкреслимо, що вони досить швидко асимілюються в мові-реципієнті та показують гендерну співвіднесеність (*der Ombudsmann / die Ombudsfrau*), що у випадку з німецькою мовою має дуже важливе значення. Відзначимо, що поширення запозичень з англійської мови в політичному медіадискурсі Німеччини відбиває національно-культурну специфіку сучасного етапу розвитку німецької мови.

3.4. Англіцизми в німецькомовній рекламі

Будь-який мовленнєвий акт націлений на те, щоб вплинути на співрозмовника, і в цьому реклама не відрізняється від інших видів комунікації. Всюди видно елемент переконання. У рекламі діє принцип добровільності та примусової свободи: з одного боку, споживач самостійно вправі вирішувати придбати що-небудь чи ні, з іншого боку, реклама пробуджує у реципієнта якусь потребу в престижі. Образ престижності допомагають сформувати іноземні слова, вони є збудниками потреби володіти чим-небудь, що знаходиться в підсвідомості [5, с. 104].

За допомогою іноземних слів реклама найчастіше досягає своєї мети, іншими словами, реклама маніпулює. Питання розуміння іноземних слів

відіграє другорядну роль, оскільки вони найчастіше викликають позитивні асоціації, мають більшу силу впливу, ніж споконвічні одиниці.

Незаперечним залишається той факт, що англіцизми – найбільш вживані іноземні слова в рекламі. Як зазначає С. Куппер, використання англомовних запозичень у німецьких рекламних оголошеннях стає помітним після 1950 року [67].

З використанням англіцизмів в рекламі пов'язаний фактор мовної економії: англійські слова часто є коротшими варіантами німецьких відповідностей. Так, *Event* – це не просто подія, а особливий захід культурного або громадського рівня. Англійський вокабуляр в німецькій рекламі володіє конотативним компонентом, який відсутній в німецькому синонімі. Справедливо зазначається, що все незрозуміле викликає конотації, а все зрозуміле діє як денотація [11, с. 453].

Використання англіцизмів залежить від сфери рекламованого продукту. У рекламі технічної продукції навряд чи можна обійтися без термінів англіцизмів, а також в рекламних оголошеннях і відеороликах туризму та косметики зустрічається все більше англіцизмів [11, с. 59-60].

Ми дослідили слогани німецької реклами, зібрані на сайті www.slogans.de.

По-перше, слоган є самостійною і досить незалежною одиницею рекламного тексту. Він часто вживається окремо від візуального ряду, звукового супроводу і є свого роду корпоративним символом. Для нього не характерний розгорнутий текст. Часто слоган складається з назви рекламованого товару і короткої фрази, що створює позитивний образ або підкреслює позитивні характеристики товару:

Vitalz. Das Original. Nirosta. Die richtige Wahl.

З лінгвістичної точки зору мова слогана теж має ряд особливостей. По-перше, її можна розділити на емоційний і інформаційний компоненти. Інформація, представлена в слогані, може бути найрізноманітнішою. Вона може відноситися до абсолютно різних якостей або характеристикам товару.

Головне, щоб ці характеристики допомагали виділити товар серед подібних. Прикладом підкреслення таких характеристик може служити слоган з реклами маргарину Rama: «*Aber bitte mit Rama!*»

Емоційний аспект виконується шляхом використання слів з яскраво вираженою емоційним забарвленням. Для цього використовуються різні засоби виразності. Найбільш часто використовуються метафора (*Glenfield*) і повтор (*Global Fairs. Global Business*).

З огляду на стислу структуру і малу кількість слів, важливими стають засоби виразності на фонетичному рівні. Добре запам'ятовуються та легко сприймаються фрази з використанням алітерації, особливо, якщо звучання слогана співзвучно з назвою фірми:

Wunderbare Naturwunder, Weil Sie es sich wert sind.

Часто слогани схожі на фрази, вирвані зі звичайного діалогу. Це так званий прийом умовної репліки. Прикладом такого слогана може бути *Conditorei Coppenrath Etweise. Wo gibt's noch Qualität wie diese?*

Говорячи про синтаксичну структуру, можна відзначити, що велика частина досліджених слоганів є простим реченням або ж словосполученням. Дуже часто в слоганах використовується наказовий спосіб дієслова, що не дивно. Завдяки цьому виконується спонукальна функція цього елемента рекламного тексту.

На синтаксичному рівні виразність може досягатися шляхом членування речення: *Quadratisch. Patisch. Gut.*

Найкраще споживачем сприймаються короткі слогани, що наочно підтверджує наша вибірка. З досліджених слоганів велика частина складається з 2 - 5 слів. Відхилення від цього показника вкрай рідкісні.

На основі проаналізованого матеріалу слогани німецької реклами можна поділити за принципом використання іншомовної лексики на наступні типи:

I. слогани німецькою мовою.

У досліджуваному матеріалі німецькі слогани складають більшість - 70 % всіх слоганів, що підтверджує провідну роль німецької мови в мові реклами.

II. Слогани, що являють собою змішання німецької та англійської мов

У досліджуваному матеріалі було відзначено значну кількість – 6,5% - змішаних слоганів. Серед рекламних слоганів зі змішанням німецької та англійської мов зустрічаються німецькі слогани з англіцизмами, наприклад:

Das bessere Healthcare Investment

Willkommen Sie in der First Class (Toyota);

Heute hilft uns bei der Kopfarbeit der Computer (A. LANGE & SÖHNE);

Sie haben keine Ranch in Montana. (PORSCHE);

Architektur, Design und das gute Gefühl. (Jely Haus)

Modernes Design und Höchstleistung für alle, die viel unterwegs sind (IBM)

При розгляді змішаних слоганів були відзначені також випадки перемикання коду в рамках одного рекламного повідомлення на різних рівнях. Цей феномен називається в науковій і публіцистичній літературі Denglisch.

III. Слогани англійською мовою складають 23,5 %. Це в основному слогани великих глобальних компаній, однак, і німецькі фірми охоче використовують англійські слогани для додання своїй рекламі престижності, атрактивності, внесення в неї «духу сучасності». У структурному відношенні англійські слогани в німецькій рекламі відрізняються більшою стислістю, ритмічністю, динамічністю:

Trust the girls! (Elle Girl);

The spirit of water (Dornbracht);

DO IT WITH GERMAN ENGINEERING (Continental)

Listen to your body (Polar);

German Leather Fashion since 1945 (CHRIST)

Висновки до розділу 3

В третьому розділі нашого дослідження ми дослідили вплив англійських запозичень на лексико-семантичну систему сучасної німецької мови.

Вплив англійської мови на німецьку в ході глобалізації XX-XXI ст. найпомітніший в першу чергу в сферах техніки, комп'ютерних технологій, засобів масової інформації, політиці, а також в спеціальних мовах реклами.

Активний обмін інформацією, глобальність інформатизації суспільства, співпраця вчених і фахівців, лінгвістів, термінологів і перекладачів впливають на процес запозичення англійської лексики в термінології німецької мови. Значна кількість англійських термінів запозичується іншими мовами, стаючи інтернаціональними й займаючи своє місце в національній термінології. Розвиток науки і техніки часто супроводжується документацією англійською мовою, лідерство якого у сфері міжнародної комунікації складно заперечити. Важливим інтралінгвістичним фактором інтенсивного запозичення англіцизмів в німецькій науково-технічній термінології є генетична спорідненість німецької та англійської мов, які мають схожі орфографічні, фонетичні, граматичні, лексичні риси. Це сприяє формальному перенесенню іншомовного елемента і відкриває можливості для утворення нових гібридних багатокomпонентних термінів.

Поширення запозичень з англійської мови в політичному медіадискурсі Німеччини відображає національно-культурну специфіку сучасного етапу розвитку німецької мови та є доречними і виправданими.

На підставі результатів дослідження ми з'ясували, що:

1) слоган є самостійною і досить незалежною одиницею рекламного тексту. Він часто вживається окремо від візуального ряду та звукового супроводу;

2) найчастіше це коротке повідомлення, виражене простим реченням або словосполученням;

3) слогану притаманні емоційний і інформаційний компоненти. Для вираження експресивності слогани використовують метафору, повтор, алітерацію і членування пропозицій;

4) слогани німецької реклами можна поділити за принципом використання іншомовної лексики на наступні типи: слогани німецькою мовою; слогани, що являють собою змішання німецької та англійської мов та слогани англійською мовою.

ВИСНОВКИ

Нами було проведено дослідження функціонування англійських запозичень в лексико-семантичній системі німецької мови. У процесі досягнення поставленої мети були реалізовані наступні завдання, а саме:

- 1) ми проаналізували лінгвістичну літературу, присвячену проблемам запозичення як способу збагачення словникового складу німецької мови;
- 2) розглянули поняття «запозичення»;
- 3) визначили етапи засвоєння іншомовної лексики;
- 4) з'ясували причини проникнення англійських запозичень у німецьку мову;
- 5) дослідили вплив англійських запозичень на лексико-семантичну систему сучасної німецької мови.

Отримані результати в ході проведення дослідження дозволили прийти наступних висновків:

1. Запозичення в широкому сенсі розглядається як процес перенесення й адаптації мовного елемента з однієї мови в іншу; у вузькому сенсі запозичення — це результат процесу перенесення слова або інших мовних елементів з однієї мови в інший на фонетичному, морфологічному, лексичному і синтаксичному рівні.

2. Серед основних причин запозичення іншомовних елементів виділяються екстра- та інтралінгвальні. До позамовних причин відносять тісні політичні, економічні, культурні зв'язки між країнами мов, що контактують. Серед внутрішньомовних причин лінгвісти виділяють відсутність еквівалентного слова для нового предмета або поняття в лексичній системі мови-реципієнта; потреба в уточненні, диференціації наявних понять.

3. Запозичення розглядається як процес взаємодії мов, в результаті якого відбувається перехід мовного елемента з однієї мови в інший, у якого виділяються свої учасники й об'єкт.

4. Лінгвісти розглядають і аналізують запозичення з різних точок зору, беручи до уваги форму, шлях запозичення, джерело поповнення словникового складу, виправданість і ступінь поширення запозичення, рівень засвоєння іншомовного слова та його семантичну самостійність у мові-реципієнті.

5. Серед мовознавців найбільші суперечки викликає питання адаптації іншомовної лексики, а саме питання про те, що ж вважати вирішальним фактором лексико-семантичного засвоєння запозиченого елемента.

6. Процес запозичення англіцизмів спостерігається ще за часів раннього Середньовіччя. Але найбільшого впливу німецька мова зазнала у період після Другої світової війни. На сьогодні вплив англійської залишається дуже високим. Приклади інтерференції спостерігаються в лексиці, граматиці, стилістиці.

7. Процес асиміляції полягає в уподібненні мовних характеристик іншомовних елементів характеристикам споконвічних одиниць мови-реципієнта та передбачає кілька аспектів. Розрізняють фонетичний, морфологічний і графічний аспекти асиміляції запозичених слів.

8. Вплив англійської мови на німецьку в ході глобалізації ХХ-ХХІ ст. найпомітніший в першу чергу в сферах техніки, комп'ютерних технологій, засобів масової інформації, політиці, а також в спеціальних мовах реклами.

9. Активний обмін інформацією, глобальність інформатизації суспільства, співпраця вчених і фахівців, лінгвістів, термінологів і перекладачів впливають на процес запозичення англійської лексики в термінології німецької мови. Значна кількість англійських термінів запозичується іншими мовами, стаючи інтернаціональними й займаючи своє місце в національній термінології. Розвиток науки і техніки часто супроводжується документацією англійською мовою, лідерство якої у сфері міжнародної комунікації складно заперечити. Важливим інтралінгвістичним фактором інтенсивного запозичення англіцизмів в німецькій науково-технічній термінології є генетична спорідненість німецької та англійської

мов, які мають схожі орфографічні, фонетичні, граматичні, лексичні риси. Це сприяє формальному перенесенню іншомовного елемента і відкриває можливості для утворення нових гібридних багатокomпонентних термінів.

10. Поширення запозичень з англійської мови в політичному медіадискурсі Німеччини відображає національно-культурну специфіку сучасного етапу розвитку німецької мови та є доречними і виправданими.

11. Слоган є самостійною і досить незалежною одиницею рекламного тексту. Він часто вживається окремо від візуального ряду та звукового супроводу; найчастіше це коротке повідомлення, виражене простим реченням або словосполученням; слогану притаманні емоційний і інформаційний компоненти. Для вираження експресивності слогани використовують метафору, повтор, алітерацію і членування пропозицій; слогани німецької реклами можна поділити за принципом використання іншомовної лексики на наступні типи: слогани німецькою мовою; слогани, що являють собою змішання німецької та англійської мов та слогани англійською мовою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арапова, Н. С. Варваризмы как этап в освоении иноязычного слова. Вестник МГУ, Серия 9: Филология 1989. №4. С. 9 – 16.
2. Арапова, Н.С. Калька. Большой энциклопедический словарь, Сер. Языкознание. 2-е изд. Москва, 1998. С. 211.
3. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты (Англизмы в русском языке). Л. : Изд-во Ленинградского ун-та, 1978. 151 с.
4. Арнольд, И.В. Лексикология современного английского языка (на английском языке). М.: Высшая школа, 1986. 295 с.
5. Банщикова М. А. Заимствованные англоязычные профессионализмы как компонент профессионального жаргона в немецком рекламном медиадискурсе: дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. 231 с.
6. Баранова, Т.В. Русский язык как рецептор и источник лексических заимствований: дис. ... канд. филол. наук. Орел. 2003, 204 с.
7. Баш, А.А. Дифференциация термина «заимствование»: хронологический и этимологический аспекты. Вестник МГУ, сер.9: Филология. 1989, №4. С. 27-30.
8. Беляева, С.А. Словообразовательная активность заимствованного слова. Словообразование и его место в курсе обучения иностранному языку: Ежег. межвуз. тематич. сб. Владивосток, 1979. Вып. 7. –С. 33-39.
9. Биржакова, Е. Э. Очерки по исторической лексикологии русского языка XVIII в. Языковые контакты и заимствования . Л. : Наука, 1972. 431 с.
10. Блумфилд, Л. Язык . М.: Прогресс, 1968. 606 с.
11. Бове К., Арене У. Современная реклама / К. Бове, У. Арене. Тольятти: Издат. дом «Довгань», 2001. 704 с.
12. Бодуэн де Куртенэ, И.А. О смешанном характере всех языков. М.: Акад.наук. СССР, 1963. Т.1. С. 363-371.
13. Будагов, Р. А. Введение в науку о языке : учебное пособие . 2-е изд., переработ. и доп. М. : Просвещение, 1965. 490 с.

14. Вайнрайх У. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 264 с.
15. Васильев А.Д. Историко-культурный аспект динамики слова. Красноярск: Изд-во РИО КГПУ, 1994 196 с.
16. Васильева Л. В. Обогащение современного немецкого языка иноязычными заимствованиями: Экспериментально-типологическое исследование на материале англицизмов: дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2004. 220 с. 52 Вестник МГЛУ. Выпуск 26 (659)
17. Володарская, Э. Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов. Вопросы языкознания, 2002. №4.
18. Гринев, С.В. Терминологические заимствования. (Краткий обзор состояния вопроса). Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминоположений. М., 1982. С. 108- 147.
19. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учебник для вузов . М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352 с.
20. Дубенец, Э.М. Неологизмы в английском языке Иностранные языки в школе 1991. №5. С.90-92.
21. Дубенец, Э.М. Современный английский язык. Лексикология: Пособие для студентов гуманитарных вузов. М./СПб.: ГЛОССА/КАРО, 2004.
22. Дьяконова И.В. Иноязычное слово: социопсихолингвистический аспект исследования: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2002. 19 с.
23. Ефремов, Л.П. Сущность лексического заимствования и основные признаки освоения заимствованных слов: автореф. дис. ... канд. филол. Наук. Алма-Ата, 1959.
24. Жирмунский В.М. История немецкого языка. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1948. 300 с.
25. История Германии: учебное пособие: в 3т. Под общ. ред. Б. Бонвеча, Ю.В. Галактионова. М.: КДУ, 2008.

26. Имшенецкая И.Я. Манипулирование в рекламе. Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations, 2005. №9.
27. Калинин А.В. Лексика русского языка: учеб. Пособие. М. : ФЛИНТА, 2013. 320 с.
28. Караулов Ю.Н. Этнокультурная и языковая ситуация в современной России: лингвистический и культурный плюрализм. Мир русского слова. М., 2002. № 3. С. 28.
29. Кислюк Л. П. Словотвірний потенціал запозичень у сучасній українській літературній мові (на матеріалі англійських та німецьких запозичень) : дис. ... канд. філол. наук. Донецький нац. ун-ту. Донецьк, 2010. 22 с.
30. Крысин, Л.П. Иностранные слова в современном русском языке. М., 1968.
31. Крысин Л. П. Этапы освоения иноязычного слова. Рус. яз. в шк. 1991. № 2. С. 75–78
32. Леонтьев А. А. Иноязычные вкрапления в русскую речь. Вопросы культуры речи. М.: Наука, 1966. С. 61–67.
33. Лихолитов П. В. Компьютерный жаргон. Русская речь. 1997. № 3. С. 43–49.
34. Лотте Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. М. : Наука, 1982. 149 с
35. Маслов, Ю.С. Введение в языкознание: Учеб. для филол. И лингв. фак. высш. учеб. заведений. 4-е изд., стер. М.; СПб.: Филол. фак. СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2005. 304 с.
36. Мухин С.В. Соотношение понятий ассимиляции и натурализации заимствований. Теория и практика лексикологических исследований. Вестник МГЛУ. 2007. Вып. 532.
37. Павленко, Г. В. Проблема освоения иноязычных заимствований: языковой и речевой аспекты (на материале англицизмов конца XX в.) :

автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таганрог. гос. пед. ин-т. Таганрог, 1999. 27 с.

38. Пауль, Г. Принципы истории языка. М.: Издательство иностранной литературы, 1960. 500 с.

39. Реформатский, А. А. Введение в языковедение. М. : Аспект Пресс, 1998. 536 с.

40. Розенталь Д. Э., Голуб И. Б., Теленкова М. А. Современный русский язык. М. : Рольф, 2001. 337 с.

41. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс: Изд. группа "Универс", 1993. 654 с.

42. Сімонок В. П. Мовні універсалії і процес запозичування слів. Вісн. Харків. нац. ун-ту : сер. : Філологія. Х. : ХНУ, 2001. Вип. 34. С. 12–18

43. Сорокин Ю.С. Развитие словарного состава русского литературного языка в 30-90е годы XIX века. М-Л.: Наука, 1965. 566с.

44. Степанова, М. Д. Лексикология современного немецкого языка. М. : Высшая школа, 1962. 309 с.

45. Тавабилова, Л. И. К вопросу о влиянии заимствованных слов на формирование детской речи. Современная филология в контексте взаимодействия языков и культур: Сб. материалов международной научно-практической конф., 9 февраля 2011г., Республика Башкортостан, г. Стерлитамак. Стерлитамак : Стерлитамакская гос. пед. акад. им. Зайнаб Биишевой, 2011. С. 161–164.

46. Ткаченко О. Б. Українська мова і мовне життя світу. К.: Спалах, 2004. 272 с.

47. Шахрай, О. Б. К проблеме классификации заимствованной лексики. Вопросы языкознания. 1961. № 2. С. 53–59.

48. Швейцер А.Д. Различия в лексике американского и британского вариантов современного литературного английского языка. Вопросы языкознания. М., 1967. С. 65-72.

49. Шемчук, Ю.М, Модернизация существующей лексики современного немецкого языка: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006. С. 422.
50. Щерба, Л.В. О понятии смешения языков Избранные работы по языкознанию и фонетике. Л.: Издательство Ленинградского университета, 1958. 182 с.
51. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Л.: Наука, 1974. С. 60–66.
52. Bohmann, S. Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche S.Bohmann. 1996. 314 S.
53. Bussman H. Lexicon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag, 1990.885 S.
54. Carstensen B. Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945. Heidelberg: Winter, 1965. 295 s.
55. Carstensen B. Evidente und latente Einflüsse des Englischen auf das Deutsche. Fremdwort-Diskussion. München: Wilhelm Fink Verlag, 1979. S. 90-94.
56. Carstensen B., Galinsky H. Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache: Entlehnungsvorgänge und ihre stilistischen Aspekte. Heidelberg: Carl Winter Universitätsverlag, 1975. 88 s.
57. Conrad, R. Lexikon sprachwissenschaftlicher Termini. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1988.401 S.
58. Drews J. Auf dem Weg zum Denglisch. Wieviel Angloamerikanismen verträgt die deutsche Sprache? Sprache in Not?: zur Lage des heutigen Deutsch. Göttingen : Wallstein-Verl., 1999. 112 S.
59. Eisenberg P. Grundriss der deutschen Grammatik. Das Wort. Stuttgart, Weimar: Metzler, 1998.
60. Emenau M. Billngualism and structural borrowing. Proceeding of the American Philosophical Society. Philiadelphia, 1962 Vol. 106. № 5.

61. Fink H. Anglizismen in der Sprache der Neuen Bundesländer: Eine Analyse Zur Verwendung Und Rezeption. Frankfurt am Main: Peter Lang, 1997. 211 S.
62. Fink H. Von Kuh-Look bis Fit for fun: Anglizismen in der Heutigen deutschen Allgemein- und Werbesprache. Frankfurt am Main: Peter Lang, 1997. 228 S.
63. Fomicheva M. P., I. O. Kosyak Modern state of the process of borrowing from the English language in the German journalistic text. Philological aspect (Nizhny Novgorod), 2019 № 5(49). Pp. 108-116
64. Ganz P. Der Einfluss des Englischen auf den deutschen Wortschatz 1640- 1815. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1957. 257 s.
65. Glahn R. Der Einfluss des Englischen auf die gesprochene deutsche Gegenwartssprache. Frankfurt: Peter Lang, 2000. 215 S.
66. Haugen E. The analysis of linguistic borrowings in Language. Vol. 26, №2. Yale: Yale University, 1950. P. 210 – 231.
67. Kupper, Sabine Anglizismen in deutschen Werbeanzeigen. Eine empirische Studie zur stilistischen und ökonomischen Motivation von Anglizismen. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang Verlag, 2007. 442 S
68. Langner H. Die Schreibung englischer Entlehnungen im Deutschen. Eine Untersuchung zur Orthographie von Anglizismen in den letzten hundert Jahren, dargestellt an Hand des Duden. Frankfurt/M.: Lang, 1995.
69. Langner H. Entwicklungstendenzen in der deutschen Sprache der Gegenwart-Überblick über wichtige Erscheinungen und Probleme/ Potsdam 24, 1980. H. 5. S. 673–693.
70. Lehnert M. Anglo-Amerikanisches im Sprachgebrauch der DDR Berlin: Akademie-Verlag, 1990. 270 S.
71. Munske H. Zur lautlichen und graphischen Integration von Anglizismen im Deutschen. In: Carmen Scherer u. Anke Holler „Strategien der Integration und Isolation nicht- nativer Einheiten und Strukturen“. Berlin, New York: De Gruyter, 2010.

72. Pfitzner J. Der Anglizismus im Deutschen. Ein Beitrag zur Bestimmung seiner stilistischen Funktion in der heutigen Presse. Stuttgart: Nimeyer, 1978. 237 S.

73. Plümer N. Anglizismus - Purismus - Sprachliche Identität. Eine Untersuchung zu den Anglizismen in der deutschen und französischen Mediensprache. Frankfurt/M., Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang AG. Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2000. 320 S.

74. Schelper D. Anglizismen in der Pressesprache der BRD, der DDR, Österreichs und der Schweiz: eine vergleichende, typologische und chronologische Studie. Ottawa, 1995.

75. Schäder 1990 - B. Schäder. Versuch einer theoretischen Grundlegung der InternationalismenForschung. Internationalismen: Studien zur interlingualen Lexikologie und Lexikographie. Tübingen, 1990.

76. Schütte D. Das schöne Fremde. Anglo-Amerikanische Einflüsse auf die Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung. Opladen: WV, 1996. 587 S.

77. Stark, F. Die Anglomanie und die Sprachwissenschaft. Der Anglizismen-Index. Anglizismen: Gewinn oder Zumutung? Hrsg. Gerhard H. Junker in Verbindung mit dem INDEX-Arbeitskreis des Vereins Deutsche Sprache und dem Sprachkreis Deutsch, Bern. IFB Verlag Deutsche Sprache. Ausgabe 2011. S. 292- 302.

78. Söhne A. Englisch-Deutsche Sprachimporte. Faktoren, Bedingungen und Folgen des Anglizismengebrauchs im Deutschen. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2007. 160 s.

79. Viereck K. Englisch Wortgut, seine Häufigkeit und Integration in österreichischen und bundesdeutschen Pressesprache. Lang, 1980. 431 S.

80. Yang W. Anglizismen im Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1990.237 S.

81. Zindler H. Anglizismen im heutigen Deutsch beobachtet in der Sprache der Presse 1945-1960. Beiträge zu den Fortbildungskursen des Goethe-

Institut für ausländische Deutschlehrer an Schulen und Hochschulen. München: GoetheInstitut, 1975. S. 82-91.

СЛОВНИКИ ТА ЕНЦИКЛОПЕДІЇ

82. Українська мова : енциклопедія. НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні, Ін-т укр. мови; редкол.: В. М. Русанівський [та ін.]. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. 820 с.

83. Словарь лингвистических терминов Марузо Ж. М.: Издательство иностранной литературы, 1960. 436 с

84. Шанский Н.М., Иванов В.В., Шанская Т.В. Краткий этимологический словарь русского языка. М., 1971. 245 с.

85. Duden Bd. II: Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik. 2., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich, 2002. 864 S.

86. Duden. Deutsches Universalwörterbuch (DUW). 5., Überarb. Aufl. Hrsg. von der Dudenredaktion. Mannheim – Leipzig – Wien - Zürich: Dudenverlag, 2003. 2016 S.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Übernahme von Wörtern aus fremden Sprachen gibt es, seit das Deutsche mit anderen Volks- und Sprachengruppen in Berührung gekommen ist. Die Bedingungen zur Entlehnung waren durch politische, ökonomische und kulturelle Wechselbeziehungen, internationale Zusammenarbeit, durch Sprach- und Dialektmischung permanent vorhanden. Im Laufe ihrer Entwicklung ist die deutsche Sprache durch andere Sprachen bereichert worden, wie auch deutsches Wortgut von anderen Völkern aufgenommen wurde.

Die englische Sprache ist heutzutage im Deutschen allgegenwärtig. Ein kurzer Blick in die Zeitung genügt, um dieses Phänomen zu erkennen. Anglizismen, bzw. Amerikanismen, finden sich in der Werbung, der Pressesprache, den Medien allgemein in großer Anzahl. Doch wie viele Anglizismen tatsächlich in die Alltagssprache übergehen, ist schwer zu belegen.

Die Gründe für den großen Einfluss des Englischen auf die Deutsche Sprache liegen in der politischen und wirtschaftlichen Vormachtstellung der USA sowie in der anhaltenden Popularität des American way of life. Die Massenkommunikationsmedien spielen eine der wichtigsten Rollen bei der Verbreitung und Prägung der Anglizismen. Historisch betrachtet, ist das Phänomen der Anglizismen nur bedingt mit jenen aus vergangenen Jahrhunderten vergleichbar, da sich wichtige Faktoren wie etwa Alphabetisierung, Bildungsgrad, Mobilität, Englischkenntnisse, Größe der Sprachgemeinschaft und die Kommunikationsmedien drastisch verändert haben.

Fest steht, dass seit dem 19. Jahrhundert der Einfluss des Englischen auf das Deutsche stetig zugenommen hat.

Wirtschaftlicher und politischer Einfluss der USA ließ seit Ende des 2. Weltkrieges das Englische beinahe zur Modesprache werden. Die Sprachteilhaber greifen heutzutage nicht selten zu fremdsprachlichen Elementen, um Originalität, Modernität und Werbewirksamkeit sowie Expertenwissen zu signalisieren. Mit 1990x fängt der Prozess der Globalisierung der internationalen Beziehungen, die Verbreitung der sprachlichen Kontakte und die Popularisierung des Englischen an.

Von 2000 hat sich der Prozess der Durchdringung von Anglizismen ins Deutsche beschleunigt.

Der Prozess der Entlehnung von fremdsprachlichen Wörtern hat, sowohl positive als auch negative Seiten.

Dies alles ist keine deutsche Besonderheit, sondern ein globales Phänomen. Diese Dominanz des Englischen beruht auf seiner Rolle als lingua franca, auf seiner Unentbehrlichkeit im internationalen Sprachverkehr. Darum ist Englisch die am meisten verbreitete Zweitsprache. Über diese globale Zweisprachigkeit werden Anglizismen in Hunderte von Sprachen in aller Welt aufgenommen. Sie werden gebraucht, vielfach aber auch als eine Gefahr für die Landessprachen wahrgenommen. Das vielsprachige Europa ist von diesen Entwicklungen besonders betroffen.

Die vorliegende Arbeit setzt sich aus einem theoretischen und einem empirischen Teil zusammen. Die Masterarbeit widmet sich zunächst dem Begriff des „Angloamerikanismus“ bzw. „Anglizismus“ und nimmt eine Differenzierung der verschiedenen Typen vor. Auch erfolgt eine Einführung in die unterschiedlichen Definitionen der Anglizismenforschung, u.a. wird dabei auf den Ansatz von Fink, Zindler, Yang, Konrad oder Carstensen eingegangen. Danach werden die Entlehnungen verschiedenen Kategorien zugeordnet und für das Verständnis wichtige Termini wie Fremdwort, Lehnwort, Lehnbildung (Lehnübersetzung, Lehnübertragung, Lehnschöpfung) sowie Lehnbedeutung vorgestellt und in ihrer Bedeutung erklärt. Des Weiteren werden Funktion, Lehn motive und stilistische Wirkung von Anglizismen in der deutschen Sprache näher erläutert. Die vorliegende Arbeit liefert einen historischen Abriss der fremdsprachlichen Einflüsse auf das Deutsche und beschreibt deren Wirkungsgeschichte während bestimmter Epochen.

Mit dieser Magisterarbeit wird der Versuch unternommen, englischer Entlehnungen im lexikalisch-semantischen System gegenwärtigen deutscher Sprache praktisch untersuchen.

Konkrete Beispiele sollen in diesem Kapitel das Thema der Facharbeit veranschaulichen. Die Englische Sprache prägt viele unterschiedliche Bereiche unseres Lebens, doch können sie hier unmöglich alle besprochen werden. Darum sollen hier drei Themengebiete, die so gewählt sind, dass sie sich möglichst stark in ihren Themen und Sprachkreisen, also Sprachgruppen unterscheiden, exemplarisch untersucht werden.

Neben der Darstellung von Beispielen aus der Alltagssprache, finden in diesem Kapitel auch Zeitschriften Verwendung, die auf den Gebrauch von Anglizismen geprüft werden sollen. Bei den ausgesuchten Themengebieten handelt es sich um Computersprache, Politikersprache und Werbesprache.

Die Ziele und die Aufgabe in der Forschung waren erreicht und gelöst.

Schwierig ist es, einen zukünftigen Trend auszumachen. Die Sprache entwickelt sich zusammen mit der Gesellschaft und der Technologie und ist daher schwer zu prognostizieren.

Doch anzunehmen ist, dass Englisch weiterhin eine wichtige Rolle in Deutschland spielen wird. Englisch ist die Weltsprache und hilft dabei, sich international verständigen zu können.

МЕТОДИЧНИЙ ДОДАТОК

Методичний комплекс вправ розроблено для студентів III-IV курсів факультетів іноземних мов. Комплекс вправ відповідає темі магістерського дослідження: «Функціонування англійських запозичень в лексико-семантичній системі сучасної німецької мови». Матеріали роботи можуть бути використані у викладанні лекційних курсів з лексикології, стилістики, граматики німецької мови, в практиці викладання німецької мови як іноземної.

Практична мета: розвивати та удосконалювати навички практичного використання англійських запозичень у комунікативному процесі.

Освітня мета: поглиблення знань студентів щодо функціонування англійських запозичень в лексико-семантичній системі сучасної німецької мови.

Розвиваюча мета: розвивати вміння студентів самостійно працювати; розвивати пізнавальні можливості студентів, вміння працювати з науковою літературою, вміння обробляти фактичний матеріал.

Виховна мета полягає у відпрацюванні таких видів діяльності, як робота в парах та в режимі викладач-студент, вихованні взаємоповаги до одногрупників під час обговорення проблемного питання. Виховувати повагу та чимне ставлення до вивчення предмета та обраної спеціальності.

Übung 1

Sammelt einen Tag lang Anglizismen, indem ihr genau auf euren und den Wortschatz eurer Freunde achtet. Tragt die Begriffe in die Tabelle ein und notiert auch deren Häufigkeit.

Beispiele: Spam, Sale, Public Viewing, App, E-Mail.

Anglizismus	Anzahl

Übung 2

Bildet in der rechten Spalte das Partizip 2 ("Ich habe getrunken.").

Nº	Infinitiv	Partizip 2: "Ich habe ..."
1	Saven	
2	campen	
3	Stylen	
4	Jobben	
5	skypen	
6	layouten	
7	umstylen	
8	managen	
9	walken	
10	babysitten	
11	abchillen	
12	Chillen	
13	Booten	
14	auschecken	
15	anturnen	
16	updaten	
17	Buyen	
18	rumsurfen	
19	Surfen	
20	einloggen	

Übung 4

«Die deutsche Sprache besitzt Kraft. Sie passt englische Wörter der eigenen Wortbildung an.»

Positioniert euch zu dieser Äußerung. Ihr könnt die folgenden Beispiele nutzen.

Beispiele: to reset – resetten; power – ausgepowert; steak – Steakhaus; sandwich – das/der Sandwich, die Sandwichs/Sandwiches/Sandwiche, to brunch – brunchen.

Übung 5

Notiert zu jedem Anglizismus einen entsprechenden deutschen Begriff, sofern es einen gibt. Kreuzt an, ob ihr öfter den Anglizismus oder die deutsche Entsprechung verwendet. Begründet.

Anglizismus	x	deutsche Entsprechung	x
smart		geschickt, gewitzt, klug	
voten			
switchen			
Power			
Hype			
Babysitter			
chillen			
User			
flashen			
Coffee to go			
Deal			
Chat			
Community			

Übung 6

Findet die richtigen Erklärungen für die englischen Ausdrücke.

Verrückte neue Welt

Nach einem nachmittäglichen (**Coffee to go**) _____ hat mir Ahmed heute Abend im (**Chat**) _____ eine haarsträubende Geschichte über das (**Liken**) _____ erzählt. Er trägt jetzt übrigens nur noch Klamotten aus den (**coolsten Shops**) _____, denn er verdient sein Taschengeld jetzt mit (**Candystorms**) _____. Es gibt wohl genug (**Kids**) _____, die nicht genug Freunde oder (**Follower**) _____ im (**Internet**) _____ haben. Neue Freunde und Follower bietet Ahmed an. Er unterhält 1000 Profile in den (**Social Networks**) _____. Wenn sich jemand neu auf Newbook.xxl anmeldet, dann hat er noch keine Follower. Die kann man dann bei ihm auf einen Schlag kaufen. Für 50 (**Likes**) _____ auf einem neuen Profil bekommt er € 10,--. Diese Art von (**Jobs**) _____ gehören zu den Candystorms. Als er erfuhr, dass die neue Gesamtschule wegen Geldmangel nicht gebaut wird, da hat er einen (**Shitstorm**) _____ gegen die Stadtverwaltung gestartet. Das Ergebnis war, dass auch die Tageszeitungen wieder über das Thema berichteten. Ahmeds (**Handy**) _____ klingelt. "Ich muss arbeiten!", sagt er. "Da braucht jemand in vier Wochen für ein neues Produkt am Tag der Einführung 5.000 Likes. Die kann ich (**managen**) _____, für gutes Geld natürlich."

1. elektronischen Sozialen Netzwerken
2. gehäufte gemeinsame und schlecht gemeinte Kommentare im Internet
3. gehäuften gemeinsamen und gut gemeinten Kommentaren im Internet
4. Geschäften mit bekannter Markenbekleidung
5. handliches und batteriebetriebenes Telefon
6. in den weltweiten, miteinander verbundenen Rechnernetzwerken
7. in der elektronischen Unterhaltung zwischen Menschen in Echtzeit im Internet
8. junge Menschen
9. Kaffee im Pappbecher zum Mitnehmen

10.	Klicken auf eine Gefällt-mir-Taste
11.	Klicks auf eine Gefällt-mir-Taste in elektronischen Netzwerken
12.	Leute, die Nachrichten von Personen in den Sozialen Netzwerken folgen organisieren und zur Verfügung stellen
13.	Tätigkeiten

Übung 7

Findet die passende Erklärung.

Englisches Lehnwort	Erklärung
1. eyecatcher	a. belegtes, doppeltes Brot
2. abturnen	b. Blickfang
3. backup	c. Datenautobahn
4. data highway	d. Datensicherung
5. e-banking	e. elektronischer Bankenverkehr
6. fan shop	f. ernüchtern
7. fashion	g. flacher Rechner ohne Tastatur
8. Gag	h. geländegängig
9. LAN party	i. Laden für Anhänger
10. nerd	j. Mode
11. off-road	k. Orientierungsrennen
12. rallye	l. Sonderling, Depp
13. Sandwich	n. Spielertreffen mit vernetzten Rechnern
14. tablet-PC	n. Witz

Übung 8

1) Schreibt die Sätze vollständig im Präsens.

Beispiele: *Du downloadest ein File.*

2) Schreibt die Sätze vollständig im Präteritum.

Beispiele: *Du downloadetest ein File.*

1. Du (saven) das File, anschließend (stylen) ich mich und (watchen), wie du (waiten).

2. Wenn ihr (surfen), beschränkt sich das doch nur darauf, dass ihr (googeln) oder (zappen).

3. Wenn ich (shoppen) und du (sleepen), (downgraden) das unsere Beziehung.

Übung 9

Bestimmt das Geschlecht der Substantive.

Quiz, Spray, Lunch, Essay, Poster, Slang, Display, Digest, Terminal, Speech, Lobby, Couch, Job, Boss, Beat, Boom, Container, Babysitter, Band, Box, City, Show, Crew, Gangway, Story, Baby, Steak, Girl, Image, Bodybuilding.

Übung 10

Bildet die Pluralformen.

der Agent	
der Boy	
der Desktop	
die E-Mail	
der Camper	
der Teenager	
der Babysitter	
das Meeting	
das Display	
der Computer	
der Monitor	
der Laser	
die Exchange	
die Hostess	
die Supervision	
die Poolung	
die Sandwichmontage	
die Trademark	
die Surtax	
das Limit	
der Trust	
der Sponsor	
der Test	