

Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет лингвистики
Кафедра теории и практики перевода
Программа высшего образования
Направление «лингвистика»
Профиль «перевод и переводоведение»

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:

канд. филол. наук, доцент Молчкова Л.В.



ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
«АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ»

Выполнил:

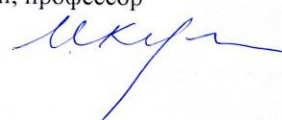
Сундукова А.С., группа Л-52



Научный руководитель:

док. культурологии, профессор

Кулинич М.А.



Самара

2017

**Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет лингвистики
Кафедра теории и практики перевода
Программа высшего образования
Направление «лингвистика»
Профиль «перевод и переводоведение»**

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:

канд. филол. наук, доцент Молчкова Л.В.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
«АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ»**

Выполнил:

Сундукова А.С., группа Л-52

Научный руководитель:

док. культурологии, профессор
Кулинич М.А.

Самара

2017

Оглавление

Введение.....	3
1. Заимствование как один из видов обогащения словарного состава.....	6
1.1. Заимствованные слова в немецкой языке.....	6
1.2. Сферы распространения заимствованных англицизмов в немецком языке	8
1.3. Причины и пути проникновения англицизмов в немецкий язык.....	10
1.4. Роль англицизмов в немецком языке.....	14
1.5. Виды Denglisch (deutsch + englisch) – «нового» немецкого языка.....	16
2. Особенности ассимиляций английских заимствований в немецкой прессе.....	19
2.1. Лексический аспект ассимиляций.....	19
2.2. Морфологический аспект ассимиляции.....	22
2.3. Графический аспект ассимиляции.....	25
2.4. Фонетический аспект ассимиляции.....	31
2.5. Гибридное словообразование.....	34
Заключение.....	40
Список использованной литературы.....	43

Введение

Язык — это, бесспорно, важнейшее из средств человеческого межличностного общения. Любой язык неразрывно связан с мышлением, что определяет его с позиции универсального механизма, управляющего человеческим поведением. Язык принадлежит к тем общественным явлениям, которые действуют на протяжении всего существования человеческого общества.

В настоящее время английский язык является международным языком. Английский язык приобрёл значение международного только в последние 100 лет. Во времена Шекспира он представлял собой провинциальный язык второстепенного значения с шестью миллионами людей, говорящих на нём. Сегодня более 300 миллионов людей в мире говорят на английском языке, как на родном.

Постепенное внедрение английского языка начинает углубляться и активно использоваться в других языках, в частности, немецком языке, на примерах которого и строится моя исследовательская работа.

Проблема заимствования — одна из самых динамических процессов современного языка, и — в силу все более нарастающей популярности английского языка, большинство новых слов приходит именно из этого языка. Меня заинтересовал процесс заимствования как один из компонентов взаимодействия английского и немецкого языков. Мне захотелось классифицировать эту лексику, понять ее значение, место в языке. Кроме этого повсеместное употребление английских слов вызывает опасение. И эту проблему, по нашему мнению, невозможно оставить без внимания.

Таким образом, **актуальность** моей работы очевидна. Проблемой заимствованных слов сегодня занимаются многие исследователи, было издано уже несколько новых словарей заимствованных слов, но процесс заимствования новых слов идет так быстро, что ни одно исследование, сколько бы их ни проводилось, не окажется в этой ситуации лишним.

Объектом нашего исследования являются заимствованные слова – как способ пополнения словарного состава современным языком, а **предметом** – англицизмы, функционирующие в немецком языке.

Цель исследования является анализ современных заимствований англицизмов в немецком языке на материале немецкой прессы.

Исходя из предмета и цели исследования, необходимо решить **следующие задачи:**

1. изучить понятие «заимствование» и причины заимствования новых слов в языках;
2. выявить причины заимствований англицизмов в немецком языке;
3. классифицировать англицизмы в немецком языке на тематические группы;
4. выявить особенности ассимиляции английских заимствований в немецкой прессе.

Теоретической основой исследования являются труды таких известных ученых, Э. Хауген, Е. В. Розен, Ю.Н. Денисова, Ф. Соссюр и др.

Практическая значимость состоит в правильном использовании англицизмов в немецком языке.

Структура работы определяется целью и задачами исследования и включает введение, основную часть, заключение и список использованных источников литературы.

Во введении определяются актуальность темы, объект, предмет, цель и задачи исследования.

В первой главе основной части рассматривается понятия «заимствование», описываются пути заимствования новых слов в языке. Кроме этого здесь представлены материалы по теме: причины заимствования, группы англицизмов в немецком языке и др.

Во второй главе проведен анализ англицизмов в немецком языке на примере журналов: «Flugblatt» - Das Stuttgarter Flughafenmagazin 02/2013, «Juma» - Das Jugendmagazin 3/2012, «Deutschland» 2/2015.

В заключении обобщаются теоретический материал и данные, полученные в ходе анализа лексического, морфологического и графического аспектов ассимиляций английских заимствований на материале исследования, а также приводятся основные выводы по работе.

Список используемых источников литературы насчитывает 39 наименований.

1. Заимствование как один из видов обогащения словарного состава немецкого языка

1.1. Заимствованные слова в немецком языке

Словарный состав любого современного языка прошел длительный путь становления. Лексика немецкого языка состоит также не только из исконных слов, но и из слов, заимствованных из других языков. Иноязычные источники пополняли и обогащали немецкий язык на протяжении всего процесса его исторического развития. Одни заимствования были сделаны еще в древности, другие – сравнительно недавно.

Заимствование – это переход элементов одного языка в другой как результат взаимодействия языков, или сами элементы, перенесенные из одного языка в другой, это один из самых динамичных процессов в современных языках и представляет собой интерес с точки зрения взаимодействия английского и немецкого языков.

Заимствованное слово определяется Э. Хаугеном как «перенесенная лексема», при этом ученый подчеркивает, что ее форма в заимствующем языке должна находиться в более или менее полном диафоническом соответствии с иностранным образцом. В противном случае мы имеем дело с заимствованием-сдвигом (происходит сдвиг в значении лексемы родного языка), индуцированными образованиями, заимствованными образованиями, заимствованными расширениями (значений) [31, с.358]. Итак, заимствование определяется как переход элементов одного языка в систему другого языка в результате более или менее длительных контактов между этими языками под влиянием интралингвистических и экстралингвистических факторов [8, с.18].

На разных этапах развития языков могли заимствоваться фонемы, морфемы, слова, а также образовываться синтаксические конструкции по иноязычным образцам (результат влияния английского синтаксиса).

Лексическое заимствование и заимствование слов являются наиболее частым и типичным вид языкового заимствования.

Е.В. Розен среди причин лексического заимствования различает внешние и внутренние. По мнению Е.В. Розен, внешними заимствованиями следует считать те заимствования, которые возникают вследствие тесных политических, торгово-экономических связей между народами – носителями языков. Как правило, результатом данного влияния оказывается заимствование слова вместе с введением в обиход вещи или понятия из другого региона (*der Computer*). В отношении внутренних заимствований считается, что они возникают в связи с дифференциацией наименований, поскольку языку присуща тенденция к расслоению языковых средств по смыслу. В результате этого процесса значение, выражаемое одним словом, может уточняться с помощью другой звуко-графической оболочки и эти два смысла получают родную и иноязычную номинацию, например, существуют страх и паника, рассказ и репортаж [22, с.95].

Заимствование слов из различных языков в течение длительного периода развития языка было очень продуктивным средством обогащения немецкого словарного состава и является им и в наши дни. Многие заимствования так прочно проникли в словарный состав немецкого языка, что стали стабильными элементами словарного запаса. Они полностью ассимилировались. С.М. Хантимиров говорит в свою очередь о лингвистических причинах и социально-исторических причинах [31, с.32]. В качестве лингвистических причин заимствований можно назвать следующие: заполнение иностранного словарного состава в семантической системе немецкого языка; наполнение тематического ряда и лексико-семантических групп заимствованными экспрессивными синонимами; заимствование иностранных слов для терминологического применения; заимствования могут способствовать нейтрализации чрезмерной полисемии или для уменьшения количества ненужных омонимов.

1.2. Сферы распространения заимствованных англицизмов в немецком языке

В последние годы в немецкий язык стало проникать всё больше английских слов. Английский язык обогатил немецкий язык многочисленными синонимами и новыми понятиями. Употребление некоторых целесообразно, а некоторых – нет.

Англицизмы – слово, выражение, заимствованные из английского языка, или оборот речи, построенный по модели, характерной для английского языка [4,10]. В Германии с недавних пор стало модой употреблять английские слова вместо немецких. Но их употребляют не все немцы, а только те, кто владеет английским языком. Например, в больших немецких городах или крупных вокзалах на каждом шагу можно встретить английские выражения: *Sale* (распродажа), *Moonlight* (лунный свет), *Checkin* (регистрация), *Image-Centre* (престижный центр), *City-Shopping* (посещение магазина в городе).

На изменения, происходящие в обществе, наиболее чутко реагирует, лексика языка. Возникают и исчезают новые явления, что-то становится модным, а что-то, наоборот, устаревает, – и все это непременно отражается, фиксируется в словарном составе языка.

Заимствование в языке является одним из важнейших факторов его развития. Заимствование увеличивает лексическое богатство языка, служит источником новых корней, словообразовательных элементов и точных терминов и является следствием изменений, происходящих в жизни человека.

Денисова Ю. Н. пишет, что если немецкий лексический состав насчитывает приблизительно 300000–500000 слов, то количество заимствованных слов варьируется в пределах 100000 слов. Больше всего заимствований среди существительных, далее следуют прилагательные,

затем идут глаголы и лишь потом другие части речи. Тем не менее, даже в рекламных текстах, которые считаются самыми насыщенными иностранными словами, количество английских заимствований составляет 4 % от всех использованных слов [3].

Слова из английского языка были заимствованы в последние десятилетия и представляют последнюю волну иноязычного влияния и являются, таким образом, наиболее характерными для современного немецкого языка. Они распространяются на все сферы функционирования языка и употребляются всем населением Германии – независимо от возраста, социального положения, определенными социальными слоями (знатью, образованными людьми). Англицизмы заимствуются не только немецким языком, но и другими языками, так как международная коммуникация сегодня осуществляется преимущественно на английском языке.

Переходя к распространению употребления англицизмов наблюдается их тотальное проникновение во все сферы жизни в Германии. К данным сферам относят прежде всего:

рекламу, которая охотно использует английские и американские понятия, чтобы пропагандировать чужой образ жизни и представить своим клиентам дух другого «желанного и красивого» мира. Рекламные агенты считают, что немцам приятнее покупать *Lotion* (лосьон), *Snacks* (печенье), *Conditioner* (кондиционер). Широко распространена рекламная лексика: *Slogans* (слоган), *Marketing* (маркетинг), *CorporateIdentity* (корпоративный стиль), *Promotion* (рекламная акция), *Image* (имидж), *Message* (сообщение);

технику, особенно мир компьютеров и интернет, который накладывает на язык свой особый отпечаток: *Mouse* (мышь компьютерная), *E-Mail* (электронная почта). Немецкий язык имел в своем арсенале и прежде такие технические англицизмы из других областей техники, как: *Airbag* (воздушная подушка), *Display* (экран), *Playstation* (игровая приставка), *Joystick* (джойстик) и т. д.;

спорт, который расширяется за счет типично американских видов спорта, в связи с чем проникают соответствующие понятия, которые облегчают спортсменам и болельщикам общение и понимание: *Surfing* (скольжение на гребне воды прибое на специальной доске), слово, которое сформировало свой тематический круг, включающий *Surfboard* (доска для серфинга), *Windsurfer* (спортсмен, занимающийся серфингом), *surfen* (заниматься серфингом). В сфере спорта наблюдается трансноминация — замена немецких наименований английскими: вместо *Trainer* — *der Coach*. Спортивные комментаторы пополнили тезаурус любителей спорта словами: *der Crack* (выдающийся спортсмен), *der Libero* (свободный игрок), *der Hobby-Sportler* (спортсмен-любитель);

искусство и музыку, которые пополнились новыми направлениями: *Action-Painting* (абстрактная американская живопись), *Pop-Art* (*non-art*); искусство декоративного плаката ввело слово *der Poster* (плакат-постер), в музыке возродилось течение *Rock*, отсюда *Rock-Revival*, *der Flop*, являющееся антонимом к слову *der Hit*.

Таким образом, становится очевидным, что немецкий язык во всех областях современной общественной жизни продуктивен и заменен неслыханным количеством английских слов и даже полностью ими вытеснен. В такой тенденции лингвисты видят опасность, поскольку немецкий язык может лишиться своей выразительности и экспрессивности, а возможно и даже будущего.

1.3. Причины и пути проникновения англицизмов в немецкий язык

По данным статистики, сегодня в Европе (Германия, Австрия, Швейцария, Лихтенштейн, Бельгия) на немецком языке говорят больше людей, чем на каком – либо другом западноевропейском языке – 95 млн. человек. По этому показателю немецкий язык опережает французский (66млн.), итальянский (60млн.) и испанский (40млн.). Однако, в Германии с

недавних пор стало модой употреблять английские слова вместо немецких. Но их употребляют не все немцы, а только те, кто владеет английским языком.

Имеется несколько причин проникновения английских слов и выражений в немецкий язык и их благополучной адаптации:

все страны мира находятся в тесной связи друг с другом. События (войны, революции, новые политические режимы), которые переживают одни страны, влияют на политическую жизнь в других странах и приносят с собой новую лексику, понятия и выражения в другие языки. Немецкий язык обогатил свой словарный запас греческими и латинскими словами в эпоху Гуманизма в XV–XVI веках. Благодаря этому возникло много интернационализмов. В XVII–XVIII. веках большое влияние на немецкий язык оказал французский язык. В период Второй мировой войны в немецкую речь пришло много новых слов из англо–американского языкового пространства;

можно найти много англицизмов в различных профессиональных сферах и прежде всего в спорте, музыке, экономике и технике. Например, *Fan, Match, Job, Team, Computer, Know-how, Holding* и т.д. Эти сферы испытывают огромное терминологическое влияние, здесь возникают новые термины на основе новых технологий, в основном из США. Профессионализмы представляют собой богатый материал для развития языковой системы. Многие термины сегодня приходят и в повседневную речь: *Probleme managen, Vorbestellungen canceln, Preise scannen*. А вот ещё один образец внедрения англицизмов в разговорную речь: *«Langst kaufen Mum und Dad mit ihren coolen Kids lieber im Shopping-Center auf der grunen Wiese als im biederem Discounter in der City und noch auf der langweiligen Geburtstagparty singen die Gaste Happy Birthday.»*;

языкознание обосновывает внедрение иностранных слов в немецкий язык тем, что для некоторых поступающих из-за границы предметов, вещей,

понятий в немецком языке нет специальных названий, их можно обозначить только с помощью описания, используя при этом словосочетания или даже целые предложения. Например, *Public Relations* обозначает по-немецки: *Offentlichkeitsarbeit, offentliche Beziehungen, Kontaktpflege und Meinungspflege*. Или понятие *Manager* можно объяснить по-немецки только следующим образом: *mit weitgehender Verfügungsgewalt und Entscheidungsbefugnis ausgestattete leitende Personlichkeit eines Grossunternehmens*. Здесь лучше употребить англо – американские термины, так как немецкие эквиваленты описывают эти понятия слишком сложно и многословно.

Таким образом, получается, что 100 миллионам людей, для которых немецкий язык является и родным и государственным, противостоят около 1,4 миллиардов, которым английский приходится родным языком, или они превосходно владеют им как иностранным языком. Почти каждый подросток на Западе проходит через изучение английского как первого иностранного языка, и для молодёжной культуры значительное место на музыкальной сцене занимают англоязычные исполнители;

каждый язык стремится к краткости. Телеграммный стиль используется не только в электронных сообщениях, но и в обыденной речи. Многие английские слова короче и удобнее в произношении, чем немецкие. Например, сравним такие слова как *Trucker* (2 слога и 7 букв) и *Lastwagenfahrer* (5 слогов и 15 букв). Ещё примеры: *Jointventure* – *Gemeinschaftsunternehmen*; *Management* – *Unternehmensleitungen*. Итак, видно, что англицизмы имеют более краткую форму в сравнении с аналогичными по значению немецкими словами;

англицизмы избегают частого использования, являются вариантом при использовании немецких терминов. Например, *Banker* звучит современнее, чем *Bankier* и имеет более короткую форму, чем *Bankfachmann*. В одном и том же контексте можно использовать различные варианты английских обозначений: вместо *Dollar* часто употребляется *Greenback* ;

употребление англицизмов играет большую роль в интернациональном общении, в случае затруднения понимания собеседника;

спорным является употребление англицизмов, если они не имеют особой содержательной, стилистической или синтаксической функции. В таких случаях англицизмы используются часто для хвастовства или создания имиджа, когда собеседники хотят подчеркнуть свой социальный или интеллектуальный уровень. Или же им хочется показать свою принадлежность к молодёжи и современность. При ближайшем рассмотрении можно заметить, что к многочисленным англицизмам имеются точные и выразительные немецкие соответствия: *Lover* не намного лучше *Liebhaber*, вместо *Loser* не хуже *Verlierer*. *Feeling* – это *Gefühl*, *Airport* остаётся *Flughafen*, *Deal* – это *Handel*.

Используемые в немецком языке неологизмы являются большей частью словами иностранного происхождения, которые пришли в современный немецкий язык вместе с новыми предметами и понятиями.

Л.А. Аникеева выделяет следующие виды заимствований:

Прямое заимствование без изменения смысла слова: *Talkshow*, *CD-Player*, *Team*, *Meeting*, *Sprint*.

Терминологические синонимы – существуют наряду с имеющимися в языке названиями и составляют конкуренцию немецким синонимам: *leasing* – *Vermietung*; *marketing* – *die Massnahmen eines Unternehmens*; *consulting* – *der Berater*; *investor* – *der Investitionstrager*; *slang* – *die Umgangssprache*; *user* – *Nutzer*.

Смешанное образование – сложные слова, одна часть которых заимствована из английского языка, другая часть – немецкое слово: *Powerfrau* – *Geschäftsfrau*; *Livesendungen* – *Sendungen über das Alltagsleben*; *Reiseboom* – *grosse Reisenachfrage*.

Английские заимствованные слова могут употребляться в немецком языке не в их прямом значении. Так американское «*Administration*» в

немецком языке используется для обозначения не управленческого аппарата президента США, а правительства США.

Псевдоанглицизмы – это заимствования, которые образованы из англоязычных составных частей. Например, *Dressman*, *Oldtimer*, *Shorty*, *Showmaster*. Мобильные телефоны только в немецком языковом пространстве называют *Handy*.

Проблематичнее обстоит дело, если устойчивые выражения переводятся с английского на немецкий из слова в слово в качестве заимствованных переводов. Вместо «*Es gibt keinen Sinn*», «*Ich wunsche Ihnen einen schonen Tag*», «*im Jahr 1988*» немцы формулируют всё чаще «*Es macht keine Sinn*» (engl. *It makes no sense*), «*Haben Sie einen schonen Tag*» (engl. *Have a nise day*), «*in 1988*». Здесь есть попытки перенести конструкции предложений из английского в немецкий, но они не согласуются с немецкой грамматикой. Вот ещё примеры: *Standing ovations* – *stehende Ovationen*, *We call you back* – *wir rufen Sie zuruck*.

Заимствованные глаголы могут преобразовываться согласно немецкой грамматике: к ним присоединяется инфинитивное окончание – en, – n. Это даёт возможность легко спрягать глагол и образовывать Partizip: *to trade* – *traden*, *to swap* – *swappen*, *to manage* – *managen*.

Как видно из приведенных примеров, подобное употребление заимствованной лексики в речи ведет к проблеме использования тех или иных языковых норм.

1.4. Роль англицизмов в немецком языке

США, Англия оказывают большое влияние на культуру, политику, экономику других стран. Это связано с развитием науки, промышленности, информационных технологий, активной международной торговлей, использованием доллара и евро в качестве мировой валюты. И, как следствие таких процессов - английский язык сегодня популярен во всем мире. Но это

явление имеет не только положительную, но и отрицательную сторону - потеря традиционной культуры и изменение национального нормированного языка той или иной страны.

Германия не является исключением. Английский как язык межнационального общения, стал широко распространен в ФРГ в связи с развитием СМИ и особенно сети Интернет. Результатом массового использования английского языка среди местного населения стали многочисленные англицизмы.

Особенно часто встречаются английские «словечки» в речи молодежи и в языке СМИ. Они быстро откликаются на все процессы, происходящие в обществе - *peace, good, stuff, code-switching, cool, after-work-party, apartment, shit, pot, speed, grass, high, trip, ein nobody sein, top sein, tricky sein, sweet sein, out sein.*

Особенно английский популярен в интернет-сленге:

Ich musste den Computer booten (rebooten), weil die Software gecrasht ist.

Hast du schon die neueste Mozillaversion downgeloadet (gedownloadet)?

Многие из англицизмов, как видно из примеров, являются интернациональной лексикой. Это означает, что американизмы, проникающие в немецкий язык, — естественное явление, выступающее результатом глобализации.

Использование американских брендов, традиций и прежде всего английского языка, приводит к потере интереса к собственной культуре. Люди рискуют потерять свою самобытность и, как следствие, свой язык. А ведь именно родной язык отражает образ жизни и менталитет народа. Это вековой труд целого поколения.

Язык – это явление живое, постоянно изменяющееся. Он способен самоочищаться, избавляться от лишнего, ненужного. С течением времени некоторые заимствования либо выйдут из употребления, либо войдут в основной состав языка, таким образом обогащая его. Возможно, в будущем немецкий язык несколько изменится, и мы будем иметь дело с другой,

ненормированной в нашем понимании, грамматикой и фонетикой. Но для того, чтобы сохранить культуру, самобытность того или иного народа необходимо беречь в первую очередь уникальность родного языка.

1.5. Виды **Denglisch (deutsch + englisch)** – «нового» немецкого языка

Многие немецкие лингвисты убеждены: если распространение лингвистического гибрида под названием «Denglisch» не остановить, немецкий язык рискует в нем полностью раствориться. И это не преувеличение – население Германии уже практически разучилось говорить на литературном немецком, который многие молодые немцы пренебрежительно называют «языком бабушек и дедушек».

По мнению ученых-филологов существуют пять видов так называемого Denglisch:

Исконно английские слова - эти слова перешли в немецкий язык без изменения в орфографической структуре, т.е. в написании. Но в немецком языке они часто произносятся уже не по-английски и изменяют свой смысл.

Например: *Audit* (от англ. *audit*, лат. *auditus (Anhörung)*, *audire (an hören)*) – слово, обозначающее проверку или перепроверку, а также оценку того или иного лица, организации, системы, процесса, проекта или продукта, сегодня все чаще употребляется лишь в финансовом аспекте; *Ghostwriter* – фактический автор, тайно работающий на другое лицо, писатель-невидимка (от англ. – привидение, дух, призрак, тень); *Message* – сообщение, послание, а также смс-сообщение; *Patchwork* – пэчворк, лоскутная работа: одеяло, коврик, а также мешанина, ералаш; *Thrill* – трель; в хип-хоп культуре обозначает весьма уважаемую и важную персону, происходит от английского слова верный (*truth*) и реальный (*real*). Также может употребляться в значении корма для птиц (причина – реклама кормов «*Trill*»), так же

«*Pempers*» употребляется сейчас в значении «подгузник», хотя изначально это названием марки подгузников.

Конечно, почти к каждому заимствованному слову существует немецкий эквивалент. Более того, новое слово часто вытесняет из употребления несколько немецких, активно употреблявшихся до него.

Например, слово «*Ticket*» (билет) вытеснило целый ряд немецких слов, таких как «*Fahrkarte*», «*Flugschein*», «*Strafzettel*».

Адаптированные (онемеченные) английские слова. В онемеченных английских словах наблюдается тенденция адаптировать их грамматическую структуру к немецким правилам грамматики. Но звучат они в большинстве своем еще достаточно непривычно для уха обычного немца.

Например: *fighten* – сражаться; *managen* (от *manager*) – управлять, заведовать; *timen* – удачно выбрать время, назначить время; *Insiderin* – член общества, организации, свой человек, осведомленный человек (суффикс «*in*» обозначает лицо женского рода); *Survivalismus* (от англ. *survival* – выживание; пережиток) .

Смешение английских и немецких слов. Смешанные слова состоят наполовину из английского, а наполовину из немецкого слова.

Например: *Back-Shop* (от нем. *backen* – печь и англ. *shop* – магазин) – пекарня, булочная; *BahnCard* – именная карточка с фотографией ее владельца, которая позволяет ему приобретать железнодорожный билет с соответствующей скидкой; *Laserdrucker* – лазерный принтер; *630-Euro-Job* – работа с зарплатой в 630 евро; *Outeinwurf* – вбрасывание мяча из аута (спортивный термин); *uncool* – неприятный, неинтересный, нехороший, неправильный.

Подражание английским речевым оборотам. Для не специалиста в области филологии эти выражения кажутся исконно немецкими, но при ближайшем рассмотрении их грамматической и лексической структуры обнаруживаются некоторые противоречия:

Например: «*Sinn haben*» от англ. «*To make sense*» вместо «*Sinnhaben*»; «*einmal mehr*» от англ. «*Once more*» вместо «*wieder einmal*»; «*Sex haben*» от англ. «*To have sex*» вместо «*miteinander schlafen*».

Неквалифицированный перевод американских фильмов способствует распространению подобных речевых оборотов.

Псевдоанглийские слова. Псевдоанглийские слова чужды английскому словарю. Немецкий язык, можно сказать, сам создал их, руководствуясь грамматическими правилами английского языка, и осуществил тем самым смелые ожидания сторонников смешения языков: появление немецких слов, внешне похожих на английские.

Например: *Twen* – двадцать, числительное образовано от англ. *Twenty*; *Showmaster* – ведущий, конференсье, шоумен. Слово образовано от английских корней, но оно не используется в английском языке. В английском употребляются такие слова как *host, емсее*; *Handy* – мобильный телефон; *Dressman* – костюмер, стилист, а также *франт*, человек, одевающийся со вкусом; *Wellness* – произошло от «*fitness*» (пригодность, соответствие) и «*well-being*» («хорошее самочувствие», «благополучие»).

2. Особенности ассимиляций английских заимствований в немецкой прессе

2.1. Лексический аспект ассимиляций

Заимствования в современном немецком языке наиболее наглядно проявляются в СМИ, в частности в печатных изданиях, например, в немецкоязычных журналах.

В связи с этим английские заимствования были рассмотрены нами в немецкой прессе на материале следующих журналов: «Flugblatt» - Das Stuttgarter Flughafenmagazin 02/2013; «Juma» - Das Jugendmagazin 3/2012; «Deutschland» 2/2015.

Методом сплошной выборки из 38 статей, которые были взяты из разных рубрик журналов, в среднем в объеме 85000 символов, подсчитано общее количество англицизмов (90 единиц) в данных статьях. Они проанализированы с точки зрения их тематической принадлежности. На диаграмме показаны основные тематические области, где английские заимствования проявляются наиболее часто.



Рисунок 1 – распределение заимствований на тематические группы

Наибольшее число англицизмов наблюдается в сфере социума, в повседневной жизни: *Events, Clown, das Motto, das Meeting, clever, Apartment, Park, Coca – Cola, Club, Pause, die Teddybären, Stress, Art, Museum, Party, T-Shirt, Business, Know-How.*

Примеры англицизмов, которые популярны в авиации: *Airline, Check-in-Mitarbeiter, Designer exemplare, Airport, das Airport – Festival, der Checkliste, Flight Training, Aviation Training, checken, starten, das Cockpit, der Trolley, der Kurztrip, Award, Crew, Skyline.*

Примеры англицизмов, которые популярны в интернете и телевидении: *der Hackerangriff, zwei Top-Manager, seine Sony-Kollegin, die E-mail, TV-Moderator, ein Manager, in digitaler Form, Facebook, Facebook-Inhalte, Facebook-Nutzer, Facebook-Chef, Show, SMS, Marketing.*

Что касается спортивного направления, то были выявлены следующие лексемы: *Snowboard, Beachvolleyball, Beach-Handball, Beach-Badminton, Snowboardfahrer, Skipisten, das Training, joggen, Fitnessstudio, der Hobbysportler.*

И немного примеров из области моды и музыки: *die Looks, die Outfits, die Stars, der Hollywoodstar, die Trends, der Designer, der Jazz, der Flughafen-Look, der Military-Look, der Soul, Style.*

Все эти заимствования подвергаются разной степени ассимиляции.

Рассмотрим лексический аспект ассимиляции. Итак, начнем со слова *Look*. Немецким аналогом для этого слова является *Aussehen*, означающее *der Modestil, Modeerscheinung*. Хотя немецкий эквивалент существует, лексема *look* активно используется в сфере моды. Одна из возможных причин ее использования – краткость по сравнению с немецким словом. Слово *look* оказалось активным для дальнейшего словообразования. Встречаются также многочисленные сложные слова со вторым компонентом *Look*: *der Flughafen-Look, der Military-Look*. Можно было бы пользоваться немецким словом, но английский вариант имеет свою экспрессивно-эмоциональную и оценочную

окраску. То есть, замена *Aussehen* на *Look* передает «стиль и дух» данной статьи и в общем показывает модные тенденции.

Например, небольшой отрывок из журнала «Juma» - *Das Jugendmagazin* 3/2012: *Aus den vielen Korsett- und Bondage-Looks vom Laufsteg hat sie jetzt einen besonderen Trend im Blick: Black Dirndl. Das wäre mal was Neues, die Trachten cool und ungewöhnlich zu kombinieren.* В этих предложениях встречаются три англицизма - *looks, cool, trend*.

Следующим словом для рассмотрения лексического аспекта ассимиляции является *Style*, которое дает новообразования с данной основой: глагол *zu stylen*, сложное существительное *Style-Tagebuch*, суффиксальные производные *die Stylistin, die Stylistinnen*. Согласно словарю немецкого языка *Fremdwörterbuch* (Duden 1990), слова с компонентом *Style* имеют следующие определения. Прежде всего сам термин переводится как *Stil - [durch Besonderheiten geprägte] Art und Weise, etwas mündlich oder schriftlich auszudrücken, zu formulieren. Zu stylen – das Styling von etwas entwerfen, gestalten*». *Stylistin - die Formgestalterin; jmd., der das Stylingentwirft.*

Описав значения слов на немецком, мы осознаем, что английские заимствования передают смысл процессов и предметов гораздо короче, что, во-первых, экономит время, а, во-вторых, придает удобство использования.

Теперь остановимся подробнее на термине *Know-how*. Он широко употребляется в разных сферах. Ноу-хау (от англ. *know how* — знать как) или секрет производства — это сведения любого характера (изобретения, оригинальные технологии, знания, умения и т. п.), которые охраняются режимом коммерческой тайны и могут быть предметом купли-продажи или использоваться для достижения конкурентного преимущества над другими субъектами предпринимательской деятельности [12]. Например, *...und sozialen Diensten sowie Zugang zu produktiven Ressourcen, einschließlich Krediten, Grund und Boden, Ausbildung, Wissen, Informationen und Know-how, haben.*

В данном предложении слово *Know-how* переводится как знание. А вот в следующем примере это же слово при переводе претерпевает транслитерацию: *Wichtige Bauteile, wie Ausleger- und Unterwagenkonstruktion, basieren auf dem Know how und der Technologie der Schweizer Firma Menzi Muck.*

Проанализировав некоторые слова можно сделать вывод, что английские заимствования дают возможности для дальнейшего словообразования и придают экспрессивную эмоциональную окраску.

В рассмотренных примерах из статей журнала мы видим, что почти все они сохраняют свое англоязычное написание, хотя и пишутся с традиционной для немецких существительных большой буквы. Но уже этот аспект можно считать большим шагом к лексической ассимиляции существительных [9, с.254].

2.2. Морфологический аспект ассимиляции

Процесс освоения англоязычных заимствований в системе языка-рецептора включает в себя процесс морфологической ассимиляции лексических единиц. Под морфологической ассимиляцией обычно понимается изменение грамматических характеристик перенимаемого иноязычного материала под влиянием норм и правил принимающего языка. И одним из важнейших условий вхождения заимствуемого слова в пространство принимающего языка является его грамматическая ассимиляция, поэтому слово не может употребляться в речи вне грамматических категорий. Так, например, имена существительные включаются в тот или иной класс по признаку грамматического рода и числовым родам, имена прилагательные приобретают словоизменительные свойства, а глаголы оформляются по образцу тех или иных глагольных классов [7, с.77].

Что касается англицизмов из текстов статей журналов, то нами было выявлено, что больше 90% этих заимствований – существительные, а остальная группа относится к глаголам и прилагательным.

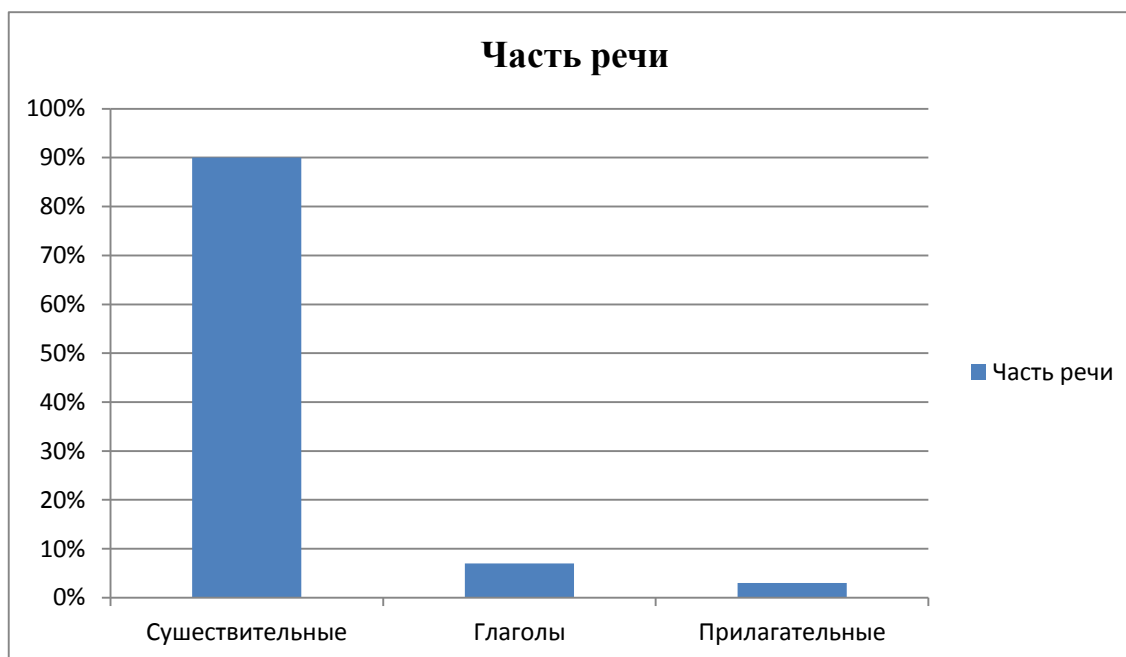


Рисунок 2 – часть речи английских заимствований в немецком языке

Рассмотрим процесс приобретения рода заимствованных существительных на наших примерах. Говоря о морфологической интеграции англицизмов в немецком языке можно подчеркнуть следующие принципы, согласно которым существительные можно соотнести в определенную категорию рода.

Первым принципом является морфемный состав слова, т.е. существительные с одинаковыми суффиксами приобретают в принимающем языке один и тот же род. Английские заимствованные слова, которые оканчиваются на суффикс *-er*, как и в немецком языке относятся к мужскому роду, например, *der Snowboarder*, *der Trainer*.

А вот лексические единицы, которые оканчиваются на *-in*, *-keit/-heit* или *-ness* – относятся к женскому роду, например, *die Stylistin*, *die Fitness*.

Вторым принципом является принцип ближайшего синонима в принимающем языке, например, *der Style-der Stil*, *der Look-der Modestil*, *die*

Crew - die Mannschaft, der Star-der Stern, der Sound-der Klang, der Boy-der Junge, der Internet-der Verbund oder der Netz, der Job-der Arbeitsplatz, der Flirt-der Liebensabenteuer.

В статьях журналов встречаются также англицизмы, у которых невозможно с однозначной уверенностью определить род, так как они даны в форме множественного числа или являются сложными словами.

Что касается категории числа, то в немецком языке система оформления категории числа имен существительных сложнее и многограннее, чем в английском языке. Она располагает большим количеством морфологических средств, к которым относятся изменение артикля, изменение корневой гласной на соответствующий умлаут и добавление суффиксов *-e*, *-s*, *-er*, *-(e)n* и нулевого. Образование формы множественного числа англицизмов, оканчивающихся на *-u* происходит по правилам английского языка (*-ies*) или добавлением суффикса *-s* в других случаях, который не меняет свою просодическую структуру: *Sounds, CDs, Blues, Doctors, Postdocs, Looks, Teams, Basics, Tracks, Sixpacks, Outfits, Lieblingsoutfits*.

Чтобы определить как выглядят английские заимствования в системе склонения существительных, для этого рассмотрим категорию падежа у заимствований. Для этого мы просклоняли три существительных-заимствований мужского рода, чтобы найти сходства их видоизменений. Следующие примеры для англицизмов из текстов статей: *der Trend, der Stresslevel, der Star*. Проанализировав данные примеры на основе немецких падежей, можно сделать вывод, что существительные-заимствования мужского рода изменяются по сильному склонению. Но это не гарантия того, что абсолютно все они подчиняются этому принципу.

Рассмотрим по такому же принципу существительные, которые оканчиваются суффиксом *-ing*: *das Songwriting, das Waxing*. В этом случае мы видим то же самое.

В итоге, из вышеизложенного, мы можем сделать такой вывод, что существительные женского и мужского рода изменяются по сильному склонению, которое характеризуется флексией *-s* в родительном падеже. Однако нужно отметить, что встречаются и отклонения от нормы. Многие английские заимствования не получают падежное окончание *-s* в родительном падеже. Кроме этого, к слабому склонению относятся небольшая часть одушевленных существительных мужского рода с интернациональными суффиксами: *-ent, -ist*.

Теперь перейдем к ассимиляции заимствованных глаголов в немецком языке. Самое первое, что можно заметить в заимствованиях, это конечно же окончание *-en*. Обратимся к нашим примерам: *stylen, jobben, trainieren, joggen, auspowern*. Проспрягав данные глаголы и просмотрев их временные формы, можно утверждать, что образование временных форм и спряжение глаголов осуществляется по слабому типу. Например, проспрягаем глагол *stylen* в настоящем времени. В единственном числе будет выглядеть так: *Ich style, Du stylst, er/sie/es stylt*, а во множественном вот так – *Ihr stylt, Wir stylen, Sie/sie stylen*.

Говоря о временных формах глагола *stylen* будет выглядеть следующим образом: *Infinitiv – stylen, Präsens – Stylt, Präteritum – Stylte, Perfekt – gestylt*.

Согласно вышеизложенному материалу, важно отметить, что все эти свойства видоизменений заимствований происходит согласно правилам немецкого языка, что свидетельствует о высокой степени грамматической ассимиляции данных англицизмов.

2.3. Графический аспект ассимиляции

Графическая ассимиляция представляет собой передачу графического образа английского заимствования с помощью графических средств немецкого языка.

При графической ассимиляции наблюдаются две тенденции.

Первая тенденция говорит о том, чтобы последовательно и точно придерживаться исторического и этимологического принципа написания. Эта тенденция обнаруживается у большинства англицизмов. Они полностью сохраняют написание этимонов; только заимствованные существительные отличаются от своих прототипов начальными прописными буквами, глаголы получают морфему – *(e)n*, у некоторых прилагательных изменяется последовательность графических знаков: *engl. Slump - dt. Slump m, engl. Truck - dt. Truck m, engl. Deal - dt. Dealen, engl. Float - dt. Floaten, engl. Push - dt. Pushen.*

Вторая тенденция говорит о подчинении написания англицизмов орфографической системе немецкого языка. Количество англицизмов, которые изменили написание и полностью ассимилировались с немецкой орфографической системой, ничтожно. Графический облик совпадает с написанием немецких слов благодаря родству английского и немецкого языков и общности алфавита, например: *der Spot , der Stock .*

Подводя итог вышеизложенного можно сказать, что эти две тенденции противоборствуют, поэтому происходит неравномерное орфографическое освоение англицизмов.

В настоящее время процесс интеграции англицизмов происходит очень стремительно. Нередко англицизм появляется в печати и не снабжается пояснением, кавычками, но пишется с прописной буквы. Из-за наличия большого количества изданий периодической печати сложно установить, где англицизм употреблен впервые.

В немецком языке буквы в основном соответствуют звукам. А вот консерватизм английской орфографии нашел свое отражение в написании англицизмов. В немецкий язык англицизмы могут входить в неассимилированной (неадаптированных) форме (собственная интеграция), а также могут частично подвергаться фонетической ассимиляции.

Это подтверждается тем, что англицизмы сохраняют произношение этимона. Эта группа англицизмов претерпевает лишь графическую адаптацию: *engl. cash* [kæ] - *dt. Cash* n [kæ], *engl. image* [ˈɪmɪdʒ] - *dt. Image* n [ˈɪmɪdʒ], *engl. impact* [ˈɪmpækt] - *dt. Impact* n [ˈɪmpækt].

Англицизмы подвергаются частичной субституции. Английские звуки заменяются артикуляционно - близкими в немецком языке:
engl.: clearing [kliːrɪŋ] *dt.: Clearing* n [kli:riN].

Включаясь в орфографическую систему немецкого языка, как уже говорилось выше, англицизмы сохраняют произношение этимона, но часто это приводит к несоответствию между буквой и звуком: *engl.: j* – [G] *Job* m, *Jobbertum* n, *Joint-Venture* n; но *dt.: ja*, *Joch* n, *Jubel* m, *Jugend* f.

При исследовании англицизмов были выявлены следующие различия в графемно - фонемных отношениях, которые англицизмы сохраняют в новом языковом окружении, например, в экономических терминах немецкого языка.

Некоторые графемы в заимствованных англицизмах передают другой звук, в отличие от тех же графем немецкого языка:

ch [C] – *Charter* f, m; *chartern*, *Merchandising* n;

g [G] – *Management* n, *managen*, *Manager* m;

oo [u], [u:] – *Boom* m, *boomen*, *Goodwill* m;

ee [I:] – *Duty-free-Shop* m, *free on wagon*.

Говоря об английских дифтонгах, как правило, они передаются одним графическим знаком. А вот в немецком языке передать таким образом дифтонг невозможно:

engl.: Gross-rate [...reit] f, *Open-Shop* m [ou...], *outsider* m [...ai...].

В английском и немецком языках показатели долготы различные:

«r» – в английском – *Field-Research* [ˈi:ldrisq:t],

«e», «h» – в немецком – *sie* [si:]; *ihm* [i:m], *nehmen* [ne:mɔn], *mehr* [me:r].

Многие англицизмы или компоненты, входящие в них, имеют необычные графические структуры, нетипичные для немецкого языка буквосочетания:

ai – *Chairman m, fair, Mailing n, Paining n;*

ay – *Display n, Displayer m, Fair play n;*

ea – *leasen, Leasing n, Team n, Teamster m;*

oa – *floaten, Floating n, Roadie m;*

oo – *Pool m, Poolung f, Non-foods Pl;*

ou – *Outsider m, Ounce f, Pound n, Route f;*

cl – *Claim n, Clearing n;*

gh – *High-Tech m;*

ght – *freight;*

kn – *Know-how n;*

sc – *Scrip m;*

sh – *Shop m, Push m, pushen.*

Определенные чередования букв и звуков сигнализируют об отношении данных слов к английскому языку. На основе таких буквосочетаний слово распознается как английское слово, даже не располагаящий особыми лингвистическими знаниями, классифицирует слова с такими буквосочетаниями к англицизмам.

Монофтонги англицизмов передаются двумя графическими знаками, что не является характерным для немецкого языка: *Deal m [di: l].*

Англицизмы содержат непроносимые согласные и гласные буквы, которые представляют собой яркие примеры отражения консерватизма английской орфографии: *free alongside ship, Image n, Know-how n, Point of sale m, Route f, Sample n, Stock Exchange f, Gross-rate f.*

Аналогичное явление в немецком языке имеют некоторые имена собственные: *Treptow [-to:].*

Использование англицизмами одного и того же графического знака для обозначения различных согласных и гласных фонем. Графема *u* передает

в следующих словах разные звуки: [A] – *Dumping n, Trust m; [ju] – Duty-free-Shop m.*

У некоторых англицизмов наблюдается качественное изменение звуков, они адаптируются и произносятся согласно правилам чтения немецкого языка, например,

[i:] переходит в [e:]: engl.: *reflation [ri:fleiqn]* dt.: *Reflation f [re:...];*

[æ] переходит в [e] или [a]: engl.: *barrel [ˈbærl]* dt.: *Barrel n [berl] auch [barl].*

Ряд англицизмов претерпевает количественные изменения звуков – изменяется долгота и краткость звука:

engl.: *clearing [ˈkliriŋ]* dt.: *Clearing n [ˈkli:riŋ].*

Также наблюдаются одновременно количественные и качественные изменения звуков у некоторых терминов-англицизмов:

engl.: *slogan [ˈsloxi:n]* dt.: *Slogan m [slo:n].*

Конечные звонкие согласные терминов-англицизмов в немецком языке при произношении, как правило, оглушаются:

engl.: *bond [b nd]* dt.: *Bond m [b nt],*

trend [trend] *Trend m [trent],*

но *brand manager [brænd]* в немецком языке пишется с большой буквы – *Brand Manager m [brænd].*

Некоторые англицизмы в немецком языке удваивают согласный, этимон пишется с одним согласным. Здесь наблюдается фонетическое выравнивание форм орфографическими средствами. В немецком языке после кратких гласных пишется двойной согласный, но этот принцип не всегда последовательно выдерживается англицизмами в немецком языке: engl. *Job* - dt. *jobben*, engl. *Fit* - dt. *Fitter*, engl. *Scane* - dt. *scannen*, engl. *Stop* - dt. *Stoppen*, engl. *Tip* - dt. *Tipp m.*

Группа заимствованных терминов сохранила написание со строчной буквы в сложных словах и понятиях международных условий поставок:

cash and carry – bar bezahlen – оплата наличными;

free on aircraft – frei Flugzeug geliefert – франко-самолет;

free carrier – frei Frachtführer – франко-экспедитор;

free on rail – in Waggon verladen – франко-грузовая платформа, франко-вагон;

free on truck – in LKW verladen – франко-грузовая машина.

В настоящее время в Германии, Австрии и Швейцарии закончена работа комиссий по реформе немецкого правописания, необходимость которой назревала давно. Правила, которыми руководствовались до сих пор, были приняты на Берлинской конференции в 1901 г. Документ (*Gemeinsame Erklärung zur Neuregelung der deutschen Rechtschreibung*), согласно которому вводились новые правила орфографии, был подписан представителями лингвистических и политических кругов немецкоязычных и других заинтересованных стран 1 июня 1996 года в Вене.

Принятые изменения устраняют многие противоречия, существовавшие в немецком правописании, но не порывают полностью с традициями. Так, немецкий язык остается единственным языком в мире, в котором существительные в середине предложения пишутся с заглавной буквы, что распространяется и на исследованные в данной работе заимствованные англицизмы, которые прочно входят в немецкий язык. Проведенная реформа представляла попытку упорядочить немецкое правописание, стремление внедрить в немецкий язык фонетический принцип написания иностранных слов, в том числе и англицизмов.

Таким образом, англицизмы претерпевают следующие изменения согласно новым правилам.

Англицизмы, вошедшие в более ранний период заимствования в немецкий язык с удвоенной – *s*, получали правописание через *ß*. В настоящее время они обретают исходный орфографический образ этимона. Трансформации, которые произошли с англицизмами, можно представить следующим образом – *ss – ß – ss*. Для примера проанализируем английское слово *business*. Старое написание этого слова в немецком языке будет выглядеть вот так – *Busineß n*, а по новому написанию это же слово будет выглядеть следующим образом – *Busuness n*.

В англицизмах, оканчивающихся на – у, сохраняется форма множественного числа, в которой не происходит изменения гласного перед суффиксом. В примере представлено новое и старое написание слов: *Consistencies - Consistencys, Mummies - Mummys, Royalties - Royaltys, Stories - Storys*. Это говорит о том, что язык не стоит на месте, он постоянно находится в развитии.

Следующая группа англоязычных терминов или компонентов получила слитный вариант написания: *Big Business n - Bigbusiness n, Closed Shop m - Closedshop m, Small Business n - Smallbusiness n, Product-Manager m - Productmanager m, Public Relations Pl. - Publicrelations Pl.*

Некоторые англоязычные термины наряду с новым вариантом сохраняют старый вариант, то есть имеют два варианта написания – старое и новое: *Deficit spending n - Deficitspending/Deficit-Spending n, Fair play n - Fairplay/Fair Play n, Full-time-Job n - Full-time-Job/Fulltimejob n.*

Англицизмы с компонентом *high* пишутся слитно: *High Society f - Highsociety f, High Tech m - Hightech m.*

2.4. Фонетический аспект ассимиляции

Большинство англицизмов подвергается в немецком языке определенной звуковой адаптации, что обусловлено различиями в артикуляционной базе и фонологической структуре взаимодействующих языков.

Наблюдается тенденция приспособить звучание англицизмов в соответствии со степенью их освоения немецким языком к навыкам произношения носителей немецкого языка. Проблема «онемечивания» произношений возникает прежде всего там, где нет прямых немецких соответствий звуковым явлениям английского языка.

Фонетическая ассимиляция – это уподобление звукового состава заимствованных англицизмов, англо-американизмов, интернационализмов

английского происхождения фонетической системе немецкого языка на основе принципа умеренного онемечивания, следствием чего является литературная норма произношения, которая дает возможность лексической единице функционировать в немецком языке – языке-реципиенте.

Различия в звуковом строе, грамматике, семантико – словообразовательных свойствах, существующие между немецким языком и английским языком, приводят к тому, что английское слово изменяет свой облик в соответствии с фонетическими, грамматическими особенностями, словообразовательными моделями немецкого языка. При усвоении английского слова происходит устранение в нем несвойственных немецкому языку звуков и фонем, которые подчиняются действующим в немецком языке нормам и законам. Конечно, далеко не всегда онемечивание заимствованного слова происходит до конца. Некоторые из этих слов используются в немецком языке со свойствами, ему чуждыми: сочетание звуков [dg], нехарактерное для немецкого языка (*Job, Jackpot, joggen*).

Английское слово проникает в немецкий язык как посредством визуального восприятия (через газеты, журналы, названия иностранной продукции, рекламные щиты и т.п.), так и «с голоса». Заимствованное слово с голоса (посредством радио, телевидения, звукозаписей, личных контактов с носителями языка и т.п.) быстрее проходит все стадии изменения, грамматического и фонетического приспособления к законам и правилам немецкого языка. Это происходит потому, что немец, восприняв на слух слово, произносимое носителем английского языка, тут же приспособливает его к фонетическим особенностям немецкого языка. Примером может служить слово *Fuhl – fool [fu:l]*.

Входя в устную речь посредством визуального восприятия, иностранное слово, как правило, испытывает влияние исконной орфографической формы. При этом воспринимающий, читающий это слово человек не всегда достаточно осведомлен о его происхождении, часто незнаком с правилами чтения того или иного языка, поэтому нередко

английские слова читаются по правилам латинского или немецкого языка: *Campus* [kampus], *Dressman* [dresman], *Partner* [partner] и т.д.

Таким образом, английское слово может существовать в речи в разных фонетических вариантах: *Club* – [klAb], [klub].

Причин этого разнобоя может быть несколько. Во многом это зависит от того, как пришло то или иное слово в немецкую речь. Начнем с того, что одни и те же слова могут иметь различное произношение в разных англоязычных странах. Так, например, английской букве *a* в словах типа *fast* [fa:st], *last* [la:st], *dance* [da:ns] в Британии соответствует звук [a:] – долгий, а в Америке [æ] – *fast* [fæst], *last* [læst], *dance* [dæns]. Если предположить, что эти слова вошли в немецкий язык с голоса, то это может объяснить существование различных вариантов произношения английских слов в немецком языке.

Следующей причиной возникновения нескольких фонетических вариантов одного и того же заимствованного слова является особенность его прочтения. Если слово увидено раньше, чем услышано, то оно может быть прочтено по-разному. Даже если слово читается немцем, знающим правила чтения английского языка, могут возникнуть варианты его прочтения в связи с вышеуказанными территориальными особенностями. Данное прочтение может быть названо трансфонированным, т.е. звуковым. Прочтение слова по принципу транслитерации также приводит к вариативности произношения слов. Знающий латинский алфавит субъект то или иное английское слово может прочесть, даже не будучи осведомленным о правилах чтения английского языка.

Итак, проблема адаптации англоязычной лексики, а также возникновение фонетического разнообразия, вариантности англицизмов в немецкой разговорной речи обусловлены, во-первых языковыми явлениями как языка – источника, так и языка приемника; во-вторых трудностями, возникающими при попытке сохранения особенностей произношения английских слов и одновременно приспособления этого произношения к

специфике немецкой фонетики; в-третьих способом проникновения английской лексики в немецкий язык.

2.5. Гибридное словообразование

Характеризуя словообразовательный аспект ассимиляции англицизмов, нужно учитывать, что из данных англицизмов могут быть образованы другие новые слова. Различают следующие словообразовательные конструкции:

- 1) производные от англицизмов;
- 2) композитные (полностью заимствованные из английского языка);
- 3) гибридные слова.

Подробнее рассмотрим гибридное словообразование.

Количество гибридных имен существительных с заимствованными суффиксами в немецком языке невелико. Ниже представлены эти суффиксы, подробнее остановимся на тех из них, которые могут соединяться с немецкими основами.

-ical

В современном немецком языке суффикс *-ical* со значением «действие» является заимствованием из английского языка и употребляется в составе английских лексем: *Musical, Praktical, Tropical*. Крайне редко может соединяться с некоторыми немецкими основами: например, *Rührical, Märchical*.

-ness

Суффикс *-ness* имеет английское происхождение и используется для образования существительных от прилагательных. В современном немецком языке используется в составе заимствованных английских лексем, являющихся интернационализмами (*Business, Fitness, Fairness, Wellness*). Вместе с тем нами был зафиксирован случай соединения немецкой основы с рассматриваемым суффиксом: *Meerness* – со значением «комплекс процедур

по уходу за телом с применением морской воды». Данная лексема образована по аналогии с английским заимствованием *Wellness*.

-у

Суффикс -у был заимствован из английского языка. В современном немецком языке употребляется в составе заимствованных лексем, например, *Teddy-Bär*. Соединяется только с одной немецкой основой: *Hand+у = Handy*. Этимология данной лексемы затемнена. Duden Online указывает на то, что данная лексема была заимствована из английского языка как прилагательное (*eng. handy - удобный, полезный, от eng. hand «рука» – ср. русск. «сподручный»*). Однако существует и множество других версий. Согласно одной из них, лексема *Handy* была образована как сокращение от английского слова “*handheld*” («то, что можно держать в руке»); другая же версия указывает на то, что *handy* – это производное от первого компонента слова *Handie-Talkie*. Такое название получила легкая модель американской рации (в отличие от тяжелой рации, называвшейся *WalkieTalkie*). Так или иначе, проблема этимологии лексемы *Handy* до сих пор вызывает споры у лингвистов.

Английское заимствование может образовать с немецкой лексемой сложное слово, при этом, немецкое слово может быть или определяемым, или же определяющим.

В ходе исследования было установлено, что наиболее многочисленной группой сложных гибридных существительных являются определительные сложные существительные. Это закономерный результат: еще М.Д. Степанова отмечала, что данный тип словосложения является наиболее «продуктивным на протяжении всей истории развития немецкого языка и особенно в настоящее время» [27: С.118]. Данная тенденция, наметившаяся уже к середине XX в., и в XXI в. продолжает развиваться в немецком языке, и мы склонны связывать это с обогащением лексического состава языка именно заимствованиями.

В основе словосложения лежит тяга носителя языка к языковой экономии, однако наиболее полно этот феномен проявляется именно в определительных сложных словах. Их использование помогает экономить не только время, необходимое для употребления соответствующих прилагательных, но и упрощает язык: не нужно задумываться над падежом, родом, числом, склонением соответствующего прилагательного и средствами выражения перечисленных грамматических категорий. В случае с заимствованными словами подобное решение иногда является единственно возможным, поскольку довольно затруднительно образовать необходимое прилагательное от соответствующего заимствованного существительного. С развитием процесса заимствования и увеличением количества заимствованных лексем и элементов в немецком языке растет число определительных сложных слов. Еще один фактор, о котором не следует забывать при рассмотрении причин популярности данного способа словообразования, – это ускорение темпа жизни, увеличение объемов информации, которую необходимо усвоить в кратчайшие сроки.

Комбинация немецкого и английского слова может иметь следующие формы. Рассмотрим на примерах эти комбинации:

немецкое слово + английское: *die Lieblingsoutfits, der Hochenergie-Laser, das Fotomagazin, der Flughafen-Look, der Basketball-Superstar, der Stresslevel, das Basketballteam;*

английское слово + немецкое слово: *die Laserwaffen, der Internetforum, der Hobbysportler, der Hackerangriff, das Trend-Büro, das Style-Tagebuch, der Soulstück, der Cast-Arbeiter, der Crew-Arbeiter, der Facebook-Inhalt, der Facebook-Nutzer, der Facebook-Chef, der TV-Sender, die Jobchancen, das Fitnessstudio, die Websuche, die Sony-Kollegin, der TV-Moderator, die Lift-Fahrt, der Foulelfmeter, die Laserkanone;*

английское слово + английское слово: *das Golf-Event, das Glamour-Dinner, der Military-Look, der Bondage-Look, der Retro-Sound, die Indie-Boys, die Twin-Doctors, der Waxing-Trend, der Top-Manager, die E-Mail-Leaks, das*

Know-how, der Hollywoodstar, das Songwriting, die Postdocs, das Workshop, der Internetchat, die Sixpacks.

Мы предлагаем рассмотреть особенности образования сложных определительных гибридных существительных. Использование заимствованных слов в качестве второго компонента (основное слово) в известной степени ограничено: об этом свидетельствует небольшое количество зафиксированных случаев, когда в роли определяемого слова выступает. Это объясняется тем, что в большинстве случаев грамматические категории лексемы задаются именно вторым элементом: грамматический род и тип склонения [28: С.118; 139]. Однако известно, что процесс ассимиляции иностранного слова может занимать длительное время [8: С. 35-37], в течение которого слово может колебаться в роде, следовательно, и в формах множественного числа, что вызывает определенное неудобство при его употреблении (*das Take-off* или *der Take-off*).

Х. Вайнрих пишет, что существует несколько путей включения заимствованных лексем в морфологическую систему рода [38: С.657]:

Заимствованная лексема может сохранять род, который у нее был в языке-источнике;

Род заимствованной лексемы может меняться под влиянием системы языка-реципиента;

Род заимствованного слова образуется в немецком языке: если в языке-доноре отсутствует категория рода, как, например, в английском языке, то заимствованное слово получает грамматический род.

Из-за сложностей с определением рода заимствованной лексемы заимствованный элемент крайне редко выступает в качестве второго компонента сложного слова. Это может быть отнесено не только к определительным, но и к сочинительным сложным гибридным словам, в которых заимствованный элемент практически всегда сопровождается немецкой лексемой, за исключением заимствованных имен собственных, не требующих определения грамматического рода. Включение же

заимствованного элемента в качестве основного (определяемого) слова говорит о значительной степени ассимиляции данного заимствования немецким языком.

Ранее говорилось, что в большинстве случаев в качестве определяющего элемента сложного гибридного слова выступают существительные (выполняя, тем самым, не свойственную им адъективную функцию). Данное утверждение справедливо по отношению к гибридным существительным как с заимствованным, так и с немецким определяющим элементом. Например: *Partygäste, Partynacht, Partyreihe, Partyraum, Partylöwen, Partymeile, Partyzelte, Partymusik, Partystimmung, Partyslogan, Pijama-Party, Rosenmontagsparty, Silvesterparty, Uniparty, Glühweiparty, Iglu-Party, Kinderparty, Skiparty* и т.д. – заимствованный элемент *party* встречается не только на первом, но и на втором месте. Если проанализировать количество примеров обоих вариантов расположения заимствованного элемента *party* за 2013 г., например, в «*Mannheimer Morgen*», то можно констатировать, что случаев, когда элемент *party* выступает в качестве определяемого слова, в пять раз больше, чем случаев, в которых *party* является определяющим. Это свидетельствует об ассимиляции английского заимствования в немецком языке: все рассмотренные нами примеры демонстрируют, что лексема *party* имеет женский род, а образование множественного числа происходит путем присоединения заимствованного суффикса *-s* без изменения корневого гласного, как это наблюдается в английском языке (*Sg. party – Pl. parties*).

В немецком языке нередко встречаются случаи соединения двух заимствованных элементов, образующих сложное слово. Большинство подобных сложных слов образуется посредством соединения двух существительных, однако есть лексемы, в образовании которых участвуют прилагательные и глаголы. Примерами соединения двух заимствованных существительных могут служить такие сложные слова, как *Partygirls, Partytipps, Party-Hits, Shabby-Chic, Kung-fu-Manier, Kung-fu-Idole,*

Carruccino-Fan и т.д. Приведенные примеры свидетельствуют о том, что в подобной модели могут сочетаться существительные разных языков, причем заимствованные в разное время. Характерной чертой этих образований является использование дефиса, хотя в таких словах как *Partygirls*, *Partytipps* он отсутствует, при том, что в *Party-Hits* он может использоваться (нами также отмечены случаи слитного написания данного слова: *Partyhits*).

Гибридные слова чаще всего образуются в результате сдвига. Сдвигами называются застывшие предложения, построенные по правилам синтаксиса соответствующего языка. Нами не было зафиксировано ни одного сдвига с немецким первым компонентом, хотя В. Фляйшер и И. Барц [17: С.177-178] в своем исследовании приводят примеры подобных образований (*Wie-werde-ich-noch-schöner-Software*, *Ach-das-wäre-dochwirklich-nich-nötig-gewesen-Effekt*, *Wer-gut-schmiert-der-gut-fährt-Affäre*), однако данные примеры относятся к началу 21 века. Вместе с тем нередко в качестве первого компонента выступает заимствованный элемент *Do-it-yourself*: *Do-it-yourself-Druck*, *Do-it-yourself-Anlage*, *Do-it-yourself-Laden*, *Do-it-yourself-Charme* – этот элемент может сочетаться как с немецкими, так и с заимствованными элементами, причем не обязательно это будут элементы, пришедший в немецкий язык из английского языка.

В заключение отметим, что использование многочленных композитов соответствует требованиям языковой экономии, которые устанавливает большой поток информации в современном мире.

Заключение

Наблюдаемая в последнее время интенсификация процесса заимствований английской лексики в немецком языке связана с рядом культурно-исторических факторов (усиление влияния американской и британской культуры в Германии; распространение предметов американской материальной культуры и др.).

Заимствование несет процесс многогранности; оно имеет определенные причины, виды и результаты. Причины заимствования лежат как внутри определенной языковой системы, так и вне ее. Возникающая внутри языка потребность в заимствовании иноязычного элемента объясняется неточностью имеющегося названия или его отсутствием вследствие новизны обозначаемого объекта для культуры, пользующейся данным языком. Внешние причины появления заимствований возникают в результате контактов людей, говорящих на разных языках. Заимствованные слова облегчают общение, а также часто несут социально-психологическую нагрузку в виде коннотаций, отсутствующих в соответствиях принимающего языка. Заимствование может происходить между различными языками, как близкими, так отдаленными в плане родства. Процесс распространения одного элемента может затрагивать два или более языков, что происходит в случае опосредованных заимствований.

Говоря о современном этапе развития немецкого языка заимствования из английского стали трендом в лексике. Англицизмы вошли в систему немецкого языка быстрым потоком, целым рядом видоизменений и одновременно своими особенностями. Что касается ассимиляции англицизмов в немецкий язык, то этот процесс имеет свои особенности и общие сложности. Особенности ассимиляции проявились в разных аспектах языка: в лексике, в морфологии, в графике. Заимствованная лексическая единица присвоила функции и свойства принимающего языка, тем самым интегрировала в язык-рецептор по его правилам. Полная ассимиляция дала

возможность англицизмам не только быть активно использованным в коммуникации, но и участвовать в новообразованиях принимающего языка и создавать лексические гнезда, что мы и пронаблюдали на наших примерах, тем самым расширяя лексикон и создавая новые лексические средства для общения.

Таким образом, ассимиляция англицизмов расширяет и актуализирует немецкий язык. С помощью различных средств принимающего языка в виде суффиксов, окончаний, артиклей, англицизмы постепенно соответствуют правилам немецкого языка, что показывает в большей мере доминирование немецкого и безопасность англицизации немецкой речи. Рассмотрев особенности ассимиляции можно сказать, что поставленная нами цель достигнута и все задачи выполнены.

Говоря о лексическом заимствовании последних десятилетий, негативно влияют на состояние речевой культуры. Многие из них, отражая особенности чужой культуры, способствуют размыванию исконных ценностей русского и немецкого народов, преобразуют структурную основу их ментальности.

Тем не менее, анализ печатных и электронных немецких СМИ показывает, что английские заимствования интенсивно внедряются в повседневный немецкий язык и являются наиболее многочисленными и продуктивными.

Анализ материала показал, что, говоря о роли заимствований в развитии словарного состава языка, указывает на внешнее и внутреннее влияние иностранных лексем, под которыми стоит понимать не только количественное, но и качественное изменение словарного фонда языка-реципиента.

Лексико-семантический анализ английских заимствований, функционирующих в немецком языке, показывает, что при заимствовании новое слово, как правило, получает меньший семантический объём, чем оно имеет в языке-основе. В большинстве случаев это первое и основное

значение английского прототипа. При последующей адаптации и взаимодействии заимствованного слова с лексикой принимающего языка (в нашем случае немецкого) оно получает дополнительные значения и стилистическую окраску.

Список использованной литературы

1. Вахницкая Н.И. Роль заимствования в создании неологизмов современного немецкого языка (на материале неологизмов 90-х гг. XX в.): Автореф. дисс. канд. филол. наук: 10.02.04 - М.: Издательство МГУ, 2013.
2. Гусева Е.А., Ольшанский И.Г. Лексикология. Современный немецкий язык. - М.: Академия, 2015.
3. Денисова Ю.Н. Английские заимствования в немецких рекламных текстах / Ю.Н. Денисова, Е.В. Корнева. – Воронеж: ВГТУ, 2016.
4. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный.- М.: Рус. яз. 2000.
5. Заимствования в немецком языке – URL: <https://ru.wikipedia.org/> (дата обращения: 12.12.2016).
6. Классификация англо-американских заимствований в немецком языке// Журнал «Вестник Брянского Государственного Университета». 2010. №2. с. 208-209. <http://www.e-library-ru/> (дата обращения: 10.12.2016).
7. Кононова, А. Интеграция англицизмов в современном немецком языке //ИЯШ. – 2010. -№7.
8. Коротких Ю.Г. Лексические заимствования в современном немецком языке. - Воронеж: Издательство Воронежского университета, 2014.
9. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни / Л.П. Крысин // Русский язык в школе. М., 2011, №. 6.
10. Место заимствований в современном немецком языке// Журнал «Историческая и социально-образовательная мысль». 2014. №5.
11. Некоторые экстралингвистические аспекты заимствования англо-американизмов в русском и в немецких языках//Журнал «Вестник МГПУ». 2013. № 4.
12. Ноу-хау- URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ноу-хау> / (дата обращения: 16.04.2017).

- 13.Омельченко, М.С. Особенности функционирования заимствованной лексики в текстах СМИ: на материале немецкоязычной прессы: Автореф. дисс. канд. филол. наук/ М.С. Омельченко. – Москва, 2010.
- 14.Ольшанский И. Г. Лексикология: Современный немецкий язык: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений/ И.Г. Ольшанский, А.Е. Гусева. – М.: Издательский центр «Академия», 2013.
- 15.Озолина М.Н. Англо-немецкие гибридные образования экономической терминосистемы современного немецкого языка: Автореф. дисс. канд. филол. наук: 10.02.04 / Озолина Мария Николаевна. - М.: 2011.
- 16.Палкова А.В.- Англо-американские заимствования в языке пользователей Интернета // Terra linguae: сб. науч. тр. / отв. ред. А.Д. Травкина. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2011.
- 17.Паморозская Н.И. Актуальные проблемы словообразования в немецком языке / Н.И. Паморозская. - Калинин: Калининский государственный университет, 2012.
- 18.Панкратова С.М. Системность в развитии словарного состава современного немецкого языка / С.М. Панкратова // «...За каждым словом стоит целый мир». Сборник научных статей. - СПб: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2013.
- 19.Патрушев А.И. Германская история / А.И. Патрушев. - М.: Весь мир. 2003.
- 20.Первухина И.Ю. Новообразования с заимствованными компонентами в средствах массовой информации / И.Ю. Первухина // Вестник Нижегородского университета. Серия «Филология». Вып. 1(5). – Нижний Новгород: Издательство Нижегородского университета: 2007.
- 21.Поливанов Е.Д. – цит. по Серебренников Б.А. Общее языкознание. Внутренняя структура языка – М.: Наука, 2013.
- 22.Розен Е. В. Новое в лексике немецкого языка /Е.В. Розен. – 2-изд.- М.: Просвещение, 2010.
- 23.Розен Е.В. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке / Е.В. Розен. – М.: Просвещение, 2013.

- 24.Россихина Н. новый англо-немецкий язык: угроза или реальность/Н. Россихина// Филологические науки. – 2014.-№2.
- 25.Серебренников Б.А. Общее языкознание. Внутренняя структура языка. – М.: Наука, 2013.
- 26.Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. // Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 2011.
- 27.Степанова М.Д. Лексикология современного немецкого языка: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений/ М.Д. Степанова, И.И. Чернышева. – М.: Издательский центр «Академия», 2015.
- 28.Степанова М.Д. Словообразование современного немецкого языка. М.: КомКнига, 2007. - 378 с.
- 29.Трошкина И. Новые заимствования в лексике современного немецкого языка/ И. Трошкина// ИЯШ. – 2013.- №6.
- 30.Филичева Н.И. История немецкого языка: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений//Н.И. Филичева. - М.: Издательский центр «Академия», 2013.
- 31.Хантимиров С.М. Lexikologie der deutschen Sprache. Лексикология немецкого языка / С.М. Хантимиров. Уфа: Изд-во БГПУ, 2012.
- 32.Хауген Э. Процесс заимствования / Э. Хауген // Новое в лингвистике: Языковые контакты. Вып. 6. – М.: Прогресс, 2010.
33. Amerikanismen im deutschen Alltag- (www.google.com).
34. Der Duden in 12 Banden. Das Standardwerk zur deutschen Sprache. In 12. т. Т. 5. DUDEN. Fremdworterbuch[Дуден. В 12 т Т 5. Словарь иностранных слов]: словарь. - Mannheim ; Leipzig ; Zurich : Dudenverlag, 1990.
35. Englisch im Deutschen- (www.deutsch-forum-klett.de).
- 36.Fleischer W. Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Berlin/Boston: de Gruyter, 2012.
- 37.Langenscheidt Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache, Berlin, 2013
- 38.Weinrich H. Textgrammatik der deutschen Sprache. Leipzig, Wien, Zürich, 2012.

39. Wimmer R. Wortbildung und Phraseologie / R. Wimmer, F.J. Berens. -
Tübingen: Narr, 2010.