

## АНГЛІЦИЗМИ В НІМЕЦЬКІЙ ПРЕСІ

Процес запозичення слів є цілком природним у будь-якій мові при розумінні мови, як живого організму. Особливої уваги заслуговує інтенсивність цього процесу, семантична адаптація іншомовних слів у мові-реципієнті та їх функціонування. Актуальність даної проблеми визначається насамперед безпосередньою роллю англіцизмів у німецькій мові та їх використання у засобах масової інформації зокрема.

**Англіцизм** – запозичена з британської чи американської англійської мови одиниця (слово, комбінації слів) різного ступеня освоєності. За твердженням Х. Ціндлера, **англіцизмами** є будь-які зміни значень німецьких слів або їхнього контекстного вживання за британським чи американським зразком [3, 247].

Крім того, існує поняття «**псевдо англіцизми**» («**Pseudo-Englisch**») – це запозичення, які утворились з англійських складових частин, але в німецькому мовному просторі вживаються в іншому значенні. Відомий приклад такого псевдоангліцизму: в німецькій мові використовується іменник *das Handy* (мобільний телефон), а в англійській мові це прикметник і означає зручний, практичний, слово *der Twen* (особа, якій вже виповнилось 19, але вона ще не досягла 30 років) в такому значенні взагалі не існує в англійській мові [5, 384].

Питання мовних змін одним із перших порушив Г. Пауль у своїй роботі «Принципи історії мови» (1880). Джерелом всіх мовних змін дослідник вважав «звичайну мовну діяльність» [4]. Так як лексичний склад німецької мови наразі перебуває під стійким впливом англійської мови, це викликає неабияке зацікавлення німецьких лінгвістів. Серед найвідоміших дослідників варто згадати Р. Келлера, Р. Бергманна, Я. Г. Шнайдера, Х. Фатера, Ф. Штарка. [1, 33].

Часто словники не фіксують англіцизмів, незважаючи на їх досить широке вживання. Очевидно, маємо справу зі співвідношенням між мовою та мовленням, між мовною системою та слововживанням. Можливо, йдеться про той випадок, коли частотність уживання слова пов'язана лише з певними обставинами, що спонукають його використовувати, або йдеться про так звані «денгліші».

**«Denglisch» (Deutsch + Englisch)** — сучасний німецько-англійський суржик, що непомітно і практично нестримно заповнює німецьку мову. Численні англіцизми та цілі фрази постійно потрапляють у мову, фактично шар сучасної англійської стає частиною німецької мови. Слід відрізнити англіцизми від денглішу.

Денгліш, як правило, – нелітературний варіант мови, від якого застерігають мовознавці. Наприклад, речення *«Ich habe dir gestn eine E-Mail geschrieben»* («Я написав тобі вчора імейл») містить англіцизм, а речення *«Ich habe dir gestern ge(e)mailt»* є прикладом денглішу [2, 87].

Аналізуючи процес функціонування запозичень з англійської в німецькій мові, можна зазначити, що зазвичай запозичується основне значення того чи іншого слова. В процесі запозичення відбувається різке звуження семантичного об'єму запозиченого слова, нерідко до одного, основного значення. Проте є слова англійського походження, які функціонують в німецькій мові з переліком значень, як і в англійській мові. Візьмемо для прикладу англійське *lobby*. *Die Lobby* в німецьких газетах та журналах зустрічається з різними визначеннями. Зі значенням вестибюль (*Vestibül, Hotelhalle*) це слово з'являється в німецькому журналі «Der Spiegel»: *Um Mitternacht hatte Franco die Gäste in die Hotelloobby gebeten, wo ein Fünfziger-Jahre-Kino aufgebaut war. Er zeigte dort einen halbstündigen Kurzfilm, den er für die «Rebel»-Ausstellung gedreht hatte* («Опівночі Франко запросив гостей у фойє готелю, де було створено кінотеатр п'ятдесятих років. Він показав там півгодинний короткометражний фільм, який він зняв для виставки «Rebel»») [4].

Англіцизми, що їх використовують автори статей, покликані зосередити особливу увагу читача на певних моментах. Вони виконують функцію впливу, що виражається у маніпулюванні свідомістю, створенні стереотипів в отримувача інформації. Англіцизми несуть певне функціонально-стратегічне навантаження, наприклад, є засобом вираження іронії, виконують експресивну функцію [3, 248]. Розглянемо відоме і широкоживане слово

англійської мови «Fan». Наразі це слово розширило рамки свого вживання, і тепер вживається не лише тоді, коли йдеться:

1) про фанатів футболу: *Es ist Schicksal und Glück, dass ich Borussia-Dortmund-Fan bin.* (Це доля і удача, що я фанат Борусії Дортмунд) [4].

2) про прихильників творчості чи шанувальників таланту актора, любителів кіно: *Die Potter-Fans sind ein Publikum, das sich gerne gruselt, jede Art von Mysterium oder Rätsel liebt und sich für literarische Vorlagen interessiert* (Фанати Поттера – це глядачі, які люблять лякати, обожнюють будь-яку таємницю або загадку і цікавляться літературними моделями) [4].

Нині «Fan» вживається і тоді, коли йдеться про читачів газети. Внизу на першій сторінці газети «WELT КОМПАКТ» бачимо: *Treffpunkt für Fans: www.facebook.com/weltkompakt; Abo & mehr: www.sind-wir-reif.de* [4].

Отож, слід зазначити, що тільки відчуваючи потребу в найменуванні нових понять, мова запозичує нові слова і при цьому намагається абсорбувати саме ті значення та відтінки значень запозичень, яких їй на певному етапі розвитку не вистачає [3, 251].

Ми спостерігаємо широке використання англіцизмів у сучасній німецькій мові, і цей процес запозичення торкається різних сфер життя. Провідним джерелом інтеграції англіцизмів є німецькомовна преса. Перспективним у вивченні цієї проблеми є дослідження позитивного впливу запозичень, значення англіцизмів у німецькій публіцистиці та розвиток тематичної і вікової лексики.

#### Список використаної літератури:

1. Бунтурі Ю. В., Полянська Т. В., Ніконов С. І., Лугай Н. В. Англіцизми в німецькій мові: плюси та мінуси – // Ю. В. Бунтурі, Т. В. Полянська, С. І. Ніконов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ddru-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomegov/2018/NV\\_2018\\_9/9.pdf](http://ddru-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomegov/2018/NV_2018_9/9.pdf)

2. Дундїй П. Н. Англійські лексичні та термінологічні запозичення в німецькій мові – // П. Н. Дундїй. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9937/07-Dundiy.pdf?sequence=3>

3. Котвицька В. А. Особливості семантичної адаптації та функціонування англіцизмів у сучасній німецькій публіцистиці – // В. А. Котвицька. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://philology.knu.ua/library/zagal/Movni\\_i\\_konceptualni\\_2013\\_43\\_2/246\\_251.pdf](http://philology.knu.ua/library/zagal/Movni_i_konceptualni_2013_43_2/246_251.pdf)

4. Котвицька В. А. Специфіка функціонування деяких англіцизмів у сучасній німецькій мові (на матеріалі німецькомовної преси) – // В. А. Котвицька. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2012/spetsyfika-funktsionuvannya-deyakyh-anhlitsyzmiv-u-suchasnij-nimetskij-movni-materiali-nimetskomovnoji-presy/>

5. Тимчишин Л. С. Англіцизми в сучасній німецькій мові – // Л. С. Тимчишин. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:iQ-wgmJ6hKMJ:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD%3D1%26Image\\_file\\_name%3DPDF/Nznuoaf\\_2013\\_35\\_119.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:iQ-wgmJ6hKMJ:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/Nznuoaf_2013_35_119.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua)

**Науковий керівник:** викладач кафедри німецької філології Снісар А. В.

**М. А. Саліх**

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

## КОМУНІКАТИВНИЙ ВПЛИВ НА КОМУНІКАНТІВ (НА ПРИКЛАДІ ВИСТУПУ АНГЕЛІ МЕРКЕЛЬ У БУНДЕСТАЗІ)

У сучасній лінгвістиці дедалі більшу увагу привертають когнітивні процеси, які є наслідком комунікації, постають нові галузі, які досліджують регуляторні механізми і чинники впливу на свідомість людини у процесах мовної комунікації. Однією з основних галузей, що досліджують ці питання, є теорія комунікативного впливу, ключовим поняттям якої є мовленнєвий вплив. Визначення мовленнєвого впливу формулювали у своїх працях такі вчені як А. Баранов, Р. Блакар, О. Іссерс, О. Леонтєва, І. Стернін. Ми послуговуємось визначенням О. О. Селіванової, яка характеризує мовленнєвий вплив як мовленнєву дію адресанта, керовану цільовою установкою міжособистісного спілкування, спрямовану на