

4. Steriopolo, O. I. Theoretische Grundlagen der deutschen Phonetik: Winnytsa : Nowa knyha, 2004. 320 S.  
5. Білоус О. М., Євгененко Д. А. Практична фонетика німецької мови. Вінниця : Нова книга, 2004. 208 с.

**Науковий керівник:** к. філол. наук, доцент Поліщук Н. М.

**Барнякова В. М., Бондаренко А. В.**

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

## **СФЕРИ ВЖИВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ**

Німецька мова належить до всесвітніх мов і є однією з поширених мов у Європейському Союзі. Це офіційна мова в Німеччині, Швейцарії, Австрії, а також у Ліхтенштейні та Люксембурзі і, звичайно, вона постійно змінюється. Найсуттєвіші зміни відбуваються саме в останні роки, особливо з розвитком процесу глобалізації та запозичення слів з інших мов, переважно з англійської. Англіцизми трапляються сьогодні як у побуті, так і в професійних галузях діяльності, на які здійснено постійний їх вплив. Це такі галузі: наука, спорт, транспорт, туризм, телебачення, а також молодіжний та комп'ютерний сленг.

Кожна мова перебуває у процесі постійного розвитку. Німецька мова в цьому аспекті пройшла цілу низку етапів і на кожному з них її лексичний склад зазнавав суттєвих змін як під впливом зовнішніх факторів, так і в результаті внутрішніх фонетико-морфологічних процесів. Відомо, що процес оновлення в лексиці проходить постійно шляхом запозичень. **Запозичення** – це природний процес в історії будь-якої мови і важливе джерело поповнення її лексики. Цей процес є невід'ємною частиною розвитку мови [1, 56].

Сьогодні важливим фактором, який визначає мовну ситуацію в Німеччині, є засоби масової інформації. Вони виступають як основна рушійна сила в процесі запозичень англіцизмів. Під **англіцизмами** розуміють вплив різних варіантів англійської мови (американський, британський, канадський, австралійський) на інші мови [2, 142]. Англіцизми використовуються у всіх сферах мовної системи (у фонетиці, морфології, синтаксисі) і у повсякденній мові.

Англіцизми набули розповсюдження у всіх сферах життя, особливо у галузях: **економіки:** *Merchandising, Foundation, Cosmogate identity*; **техніки:** *Display, Mouse, E-Mail, Online, Chip, Software, Laptop*. Проте технічні поняття з інших галузей техніки вже раніше існували в німецькій мові: *Airbag, Display, Playstation, Gameboy, Joystick* тощо; **засобів масової інформації:** *News, Design, Insider, Show, Image, Message, Intervie*; **моди:** *Blazer, Cardigan, Fashion, Dress, Jeans*; **політики:** *Political Corrtectness, Hardliner, Pairing, Peacekeeping*; **спорту:** *Fan, Match, Freestyle, Penalty, Sprint, Snowboard, Trainer*; **культури:** *Bestseller, Casting, Dancing, Superstar*; **музики:** *Popmusic, Hip-Hop, Jazz, Pop, Rap, Song*; **кулінарії:** *Hamburger, Cheeseburger, Fast Food, Cracker, Hot-dog*; **косметики:** *Cleanser, Hair-Shampoo, Make-up, Body-Lotion* [3, 165].

Також у **рекламі** широко застосовуються англійські й американські поняття з метою пропаганди іншого способу життя та віддаленого світу. Тому люди й купують *Lotion, Snacks, Shorts, Conditioner*, усім відому рекламну лексику: *Slogans, Marketing, Corporate Identity, Promotion, Image, Message* [3, 165].

У **косметичній індустрії:** *Fluid, Eyeliner, Strip*; у **світі моди:** *Foundation, Cover*; у **галузі моди:** *Fashion, Dress, Look, Top, Boots* [3, 165].

Галузі техніки, які пов'язані з **комп'ютером**, з **інформатикою** дійсно посідають перше місце: *Palmtop, Laptop, handheld, upgrade i scrollen* [3, 165].

Ці сфери зазнають великого термінологічного впливу, оскільки виникають нові терміни на основі нових технологій [4, 112]. Такі слова як *Scanner, Computer, DVD, SMS* вже давно увійшли до повсякденного вжитку і ніхто не задумується, чи вживати складні і багатослівні німецькі слова, такі як, наприклад, "*Lichtabtaster*" чи англійське запозичення "*Scanner*", "*digitale, vielseitig Scheibe*" чи "*DVD*" [5, 86]. Т. В. Адорно зауважив, що краще використовувати іноземні слова там, де є неможливим дослівний переклад [6, 89].

Зміни значення слова, сенсу, жартівливі слова і взагалі тенденція до неологізмів – усе це є істотними ознаками особливої молодіжної лексики. Тому іноді молодь називає щоденні речі й ситуації через англіцизми, щоб надати своїй мові оригінальності та екзотики, адже належні англіцизми у слововживанні серед молоді – це не специфічні поняття, а такі, які можуть бути вживаними у будь-якій ситуації, наприклад *okay, cool, heavy, easy, kids, handy* тощо [3, 165].

Отже, англломовні запозичення стали невід'ємним компонентом німецької мови й частотність їх уживання постійно зростає. З одного боку, процес запозичення англіцизмів призводить до збагачення німецької мови, з іншого – негативно впливає на її словниковий стан, витісняючи німецькомовні еквіваленти.

Англійські слова трапляються сьогодні як у побуті, так і в професійних галузях діяльності, на які здійснюється постійний вплив. Це наука, спорт, транспорт, туризм, телебачення, а також молодіжний та комп'ютерний сленг.

Німецькі науковці створюють різні програми, дискусійні клуби з метою поваги народу до його материнської мови й позбавлення англіцизмів у німецькій мові. Ведуть також активну боротьбу проти запозичень і виступають за чистоту німецької мови, оскільки подібний процес може бути загрозою втрати мовної та культурної ідентичності. Дослідження німецьких еквівалентів англійських запозичень є перспективним у галузі лексики мови молоді.

#### Список використаних джерел і літератури:

1. Fink H. *Echt cool-Überlegungen zur Amerikanisierung der Allgemein- und Jugendsprache in der Bundesrepublik Deutschland* / Hermann Fink. – Köln: du Mont, 2000. – 56 S.
2. Gentner M. *Integrationen des Englischen in die deutsche Sprache* / Markus Gentner. – München: GRIN Verlag, 2002. – 142 S.
3. Розен Е. В. На пороге 21 века. Новые слова и словосочетания в немецком языке. / Е. В. Розен. – Москва: Менеджер, 2000. – 165 с.
4. Денисова Ю. Н. Английские заимствования в немецких рекламных текстах / Ю. Н. Денисова, Е. В. Корнеева. – Воронеж: ВГТУ, 2000. – 112 с.
5. Winke H. *Akademie für Sprache: Anglizismen keine Bedrohung für Deutsch* / Helmut Winke. – Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2009. – № 11.–86 S.
6. Adorno Th. W. *Wörter aus Fremde* / Theodor W. Adorno. – München, 2009. – 89 S.

**Науковий керівник:** викладач Ковтун Я. П.

**Берліменко А. В.**

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

## ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОЇ НОМЕНКЛАТУРИ ОРНІТОФАУНИ

Орнітологічна номенклатура, як і будь-яка інша номенклатура, є ядром терміносистеми і результатом взаємодії наукової та наївної картин світу певного етносу. Особливістю організації німецької орнітологічної номенклатури є наявність впорядкованої латинської номенклатури, найбільш вживаної в науковій літературі. Латинські номени вважають міжнародною номенклатурою, яка сприяє взаєморозумінню різних національних наукових спільнот орнітологів, співіснуючи з національною термінологією. Народні назви мають базовий рівень категоризації, підкреслюючи важливість не на конкретних видових найменування, а саме на назвах класу, ряду, родини. Це, в свою чергу, суперечить національній німецькій номенклатурі. Національна орнітологічна німецькомовна номенклатура – системно організована, та має орієнтацію на латинську номенклатуру: так, наприклад, одна назва може використовуватись для позначення різних видів одночасно (назва *Nandu* позначає такі види латиною: *Rhea, Americana* [3, с. 22]). Це змінює єдність і стабільність орнітологічної номенклатури, адже за кожним представником закріплюється лише одна назва. Підбір назви визначається правилом пріоритету, відповідно до якого дійсною вважається старіша назва.

Номенклатура орнітофауни є структурною системою, яка входить до складу класифікації тварини, тому найвищим рівнем категорії є царина «Тварини». Птахи знаходяться на п'ятому