

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гайдукова, Т. М. Цветообозначения во фразеологии немецкого языка / Т. М. Гайдукова. – М. : Российский университет дружбы народов, 2016. – 82 с.
2. Мерзлякова, А. Х. Типы семантического варьирования прилагательных поля «Восприятие» (на материале фил. рус. и др. языков) / А. Х. Мерзлякова. – М. : Едиториал, 2003. – 252 с.
3. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik, 3., überarbeitete und aktualisierte Aufl. – Mannheim, 2008. – Bd. 11. – 928 S.
4. Neologismenwörterbuch [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.owid.de/>. – Дата доступа: 03.02.2019.
5. Безрукова, В. С. Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога) / В. С. Безрукова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spiritual_culture.academic.ru/2021/%D0%A1%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%86%D0%B2%D0%B5%D1%82. – Дата доступа: 20.10.2018.

К. В. МАРИСИЧ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет имени

А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. А. Пилипенко

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Языковеды дают разное определение термину заимствование. Одним из наиболее популярных является определение российского лингвиста И. Г. Ольшанского. Он понимает под заимствованием перенятие иноязычной языковой единицы, то есть как процесс заимствования, так и саму заимствованную языковую единицу [1, с. 123].

Пути заимствования, по мнению Е. В. Гордишевой, могут быть устными и литературными. Во-первых, через непосредственный контакт представителей разных языковых общностей, во-вторых, посредством торговых связей. В современный немецкий язык большинство слов приходит в первую очередь литературным путем: через средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение и сеть Интернет), художественную и научную литературу. Таким способом в языке оказывается несравнимо большее количество иностранных слов, чем при устных контактах, и адресованы они не узкоспециализированной группе, а всему населению [2, с. 124].

Лингвисты выделяют несколько причин заимствований. Так, например, Ю. А. Шаповалов выделяет внутреннеязыковые факторы, психические, этические и эстетические. К внутреннеязыковым факторам лингвист относит: во-первых, стремление носителей языка уточнить определенное понятие, разграничить понятийные элементы и отнести их к различным словам;

во-вторых, стремление образовать аналогичные по структуре слова в заимствующем языке; в-третьих, существование заимствований, имеющих определенное инвариантное значение, связанное с конкретными структурными элементами. К психическим, этическим и эстетическим факторам Ю. А. Шаповалов относит случаи, когда некоторые носители языка стараются употреблять слова иностранного происхождения, считая их престижными формами [3, с. 11–12].

В наше время, в эпоху глобализации, по мнению ряда ученых, проблема взаимовлияния и взаимопроникновения языков особенно актуальна. Заимствование является результатом языковых и культурных контактов [4, с. 23]. В конце XX – начале XXI века глобализация, переплетение интересов разных народов во всех сферах жизни, потребности широких международных контактов в условиях расширяющейся международной торговли, развития средств массовой коммуникации, интернационализация научной терминологии и т. п. сделали необходимым наличие языка глобального использования, мирового языка. Сегодня таким языком межкультурной коммуникации признается английский язык [5, с. 51–52]. Изменение статуса английского языка (американского варианта) провоцирует увеличение англо-американских заимствований в каждом языке [6, с. 19].

На сегодняшний момент, по мнению ряда ученых, только английский язык в состоянии удовлетворить всем требованиям «рынка интернациональных лингвистических обменов» [6, с. 16]. Среди языков стран нынешнего Европейского Союза, имеющих признанный международный авторитет, в особо сложной языковой ситуации оказался немецкий язык, обладающий в Западной Европе наибольшим числом носителей [6, с. 17].

По сравнению с другими языками английский язык довольно поздно стал источником заимствования в немецком языке. Говоря о периодах вхождения англоязычной лексики в немецкий язык, А. А. Патрикеева, ссылаясь на труды Манфреда Герлаха, выделяет 6 этапов:

1. XVIII век – влияние английской литературы, исторических и философских трудов, культурное влияние в архитектуре, гончарном деле, садоводстве.

2. XIX век – достижения английской промышленной революции, распространяемые Британией по всему миру.

3. В конце XIX века в европейских странах отмечено влияние новых явлений в области общественной жизни, пришедших из Англии: названия новых видов спорта, таких как *football*, *tennis*, *horse-racing*, название пород собак, напитков, одежды и др.

4. В начале XX века отмечено появление названий в области авиа- и автомобилестроения, музыки, танцев на американском английском языке.

5. В период после окончания Второй мировой войны в 1945 г. англо-американское влияние было отражено в газетах, журналах, театральных спектаклях и фильмах, популярной музыке. Поражение во Второй мировой войне нанесло большой удар по национальному самосознанию немецкого народа. Использование заимствований являлось определенной возможностью дистанцироваться от собственной культуры и языка, которые напоминали о нацистском режиме, поэтому их число значительно возросло в этот период. Использование английских слов позволяло говорящему чувствовать себя частью цивилизованного мира, Германия открыла себя американскому влиянию, следовательно, и американскому лексикону [2, с. 127–128]. Так, например с 1949 года в газетных публикациях появляются такие слова как *fair, job, city, news*; 60-е годы – это период «модернизации общества», которая пришла из США, и носителями новых тенденции являлись многочисленные студенческие движения, что привело к появлению в языке таких понятий и выражающих их слов, как, *Establishment, Teach-in, Happening, Hippie*, лозунгов типа *Make Love, Not War*; в 80-е годы тематика англо-американизмов была обусловлена прежде всего научно-техническим лидерством США, поэтому в немецком языке появляются такие слова, как: *Quasar, Antiskating, Equalizer, Absorber, Adapter*, обозначающие новые понятия.

6. Начиная с 1990-х годов, под влиянием американской культуры был отмечен значительный приток лексических заимствований, в особенности в языке бизнеса и коммерции, компьютеров, рекламы и в языке молодежи. Появились такие слова как *die Ins* – 'члены Евросоюза', *die Outs* – 'не участвующие'. Также в немецкий язык проникли слова, связанные с развитием феминистского движения, такие как *bad girls, riot girls, girl power* [4, с. 23 – 24].

Под наплывом заимствований из английского языка на территории современной Германии сформировался особый вид говорения, *Denglish*, в котором ярко выражен неоправданный коммуникативно переизбыток выражений из английского языка, которые по значению понятны лишь немногим. Наиболее ярко *Denglish* проявляет себя в рекламных компаниях, в наименовании товаров или в телепередачах. Мотивами стремительного распространения такого стиля говорения в Германии многие критики считают недостаточно глубокие знания родного немецкого языка и желание повысить свой статус в обществе за счет английского языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ольшанский, И. Г. Лексикология: Современный немецкий язык. Учебник для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений / И. Г. Ольшанский, А. Е. Гусева. – М. : Академия, 2005. – 416 с.
2. Гордишевская, Е. В. К вопросу о влиянии английского языка и его американского варианта на языковую ситуацию в современной Германии: дис. ... канд. филол. наук / Е. В. Гордишевская. – М., 2005. – 209 с.

3. Шаповалов, Ю. А. Взаимодействие культурно-исторических и собственно языковых факторов в процессе заимствования языковых единиц (на материале англо-американских заимствований в современной русской и немецкой прессе): дис. ... канд. филол. наук / Ю. А. Шаповалов. – Саратов, 2003. – 221 с.

4. Патрикеева, А. А. Англицизмы в немецком языке (на материале языка рекламы): дисс. канд. филол. наук / А. А. Патрикеева. – М., 2008. – 183 с.

5. Щербакова, А. В. Активные процессы в современном немецком письменном языке: дисс. док. филол. наук / А. В. Щербакова. – Тамбов, 2001. – 402 с.

6. Жабина, Е. В. Англо-американские заимствования в лексике современного немецкого языка: дис. ... канд. филол. наук / Е. В. Жабина. – Барнаул, 2001. – 272 с.

И. О. МЕЛЬНИЧУК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет имени

А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Л. Зозуля

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ ПРОФЕССИЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Объектом данного сообщения стали наименования профессий в современном немецком языке. Отбор лексических единиц осуществлялся методом сплошной выборки из авторитетного немецкого толкового словаря Duden в 10-ти томах [1], который наиболее полно отражает современное состояние знаний немецкоговорящего социума об окружающей действительности, зафиксированных в системе современного немецкого языка. В результате была составлена лексико-семантическая группа (далее ЛСГ) «Наименования профессий», под которой понимается «объединение слов одной части речи с сопоставимыми и взаимосвязанными лексическими значениями, имеющими в содержании единый общий компонент и связанными между собой отношениями уточнения, дифференциации и обобщения близких или отдельных значений» [2, с. 198].

Так, методом сплошной выборки нами были отобраны все слова, отдельные лексико-семантические варианты которых содержали маркеры *Berufsbezeichnung* (обозначение профессии) и *berufsmäßig* (профессионально; по профессии; по должности), в общем количестве 511 единиц. Первичный анализ отобранных 511 единиц показал, что среди них 37 единиц являются многозначными словами, т. е. содержащими два и более лексико-семантических варианта, например, *der Operator* 1) (средство) ‘Mittel, Verfahren, Symbol o.Ä. zur Durchführung linguistischer, logischer oder mathematischer Operationen’, 2) (специалист) ‘Fachkraft für die selbstständige Bedienung von elektronischen Datenverarbeitungsanlagen (Berufsbez.)’. Подавляющее большинство