

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

*А.Л. Игишев, студент группы 10730, Н.О. Басалаева, студент группы 17В30,
научный руководитель Мельникова Е.В.*

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

Заимствования из английского языка – наиболее многочисленный пласт лексики, появившийся за последние годы в современном немецком языке. Начало интенсивной экспансии англицизмов пришлось на время Второй мировой войны и послевоенные годы, когда появились непосредственные контакты населения с представителями оккупационных армий, когда в результате осуществления плана Маршалла произошло тесное сотрудничество западных капиталов и возрождающейся германской промышленности. В это же время – в 50-60 годы XX века происходит массированное наступление американской и британской массовой культуры на многие сферы общественной жизни, а, следовательно, и на формирование сознания жителей германоязычных стран посредством художественных фильмов голливудского производства и миллионного тиражирования грампластинок современной англо-американской музыки.

Заимствования из английского и американского английского языков привносятся в немецкий язык, как известно, в силу ряда причин. Таковыми могут быть отсутствие названия подобного предмета (явления) в немецком языке, переосмысление процесса (явления) в связи с новыми тенденциями общественного (промышленного) развития, тенденции моды (престижа), характерные для того или иного периода в истории страны, и ряд иных причин как лингвистического, так и экстралингвистического характера. Несомненно, интенсивное включение англицизмов связано с ростом политического, экономического и военного влияния США в мире. Образ США в сознании большинства жителей германоязычного пространства, как правило, положительный и связан с представлением об идеальном обществе, в котором уважается свобода личности, развиваются новые современные технологии и где наблюдается высокий уровень жизни.

Особый вопрос заключается в употреблении заимствованных англицизмов в языковой системе немецкого языка, в которой данные заимствования должны адаптироваться и принять соответствующую форму для успешного и частого употребления носителями языка этих чужеродных элементов. Данная статья посвящена в первую очередь заимствованным именам существительным, завоевавшим прочные позиции в лексическом словаре современного немецкого разговорного языка, в частности, рассматривается проблема отнесения их к тому или иному грамматическому роду.

Общеизвестно, что образ имени существительного даже в тех языках, в которых нет формального причисления имен существительных к тому или иному грамматическому роду, имеет своеобразную особенность соотноситься в сознании носителей языка с тем или иным биологическим родом. Данная ассоциация настолько своеобразна для разных этнических групп, что является одним из отличительных черт национальной картины мира, отражающейся в языковой системе того или иного народа. Так, своеобразной тендерной особенностью немецкого языка является отнесение некоторых имен существительных, обозначающих представительниц биологического женского рода к грамматическому среднему роду (*das Fräulein, das Mädchen, das Frauenzimmer*).

Таким образом, концептуальная картина мира является мощным фактором, обуславливающим причисление заимствованных имен существительных к тому или другому грамматическому роду.

Так, например, в сознании германцев такие имена существительные, как *Avantgarde* (frz.), *Avance* (frz.), ассоциируются в первую очередь с явлениями женского рода; имена существительные *Tranquillizer* (lat.-eng.), *Fan* (eng.), *Eklat* (frz.mask.) – с мужским; *Café* (le café, frz. mask., dt.: *das Kaffeehaus*), *Palais* (le palais, frz.mask.), *Genre* (frz.mask.), *Cash* (engl.) – со средним родом.

Лингвистическим фактором, влияющим на отнесение имени существительного к тому или иному грамматическому роду, является уже имеющийся в родном языке аналог, т. е. то имя существительное, которое может быть взаимозаменяемым:

средний род:

das TV	das Fernsehen
das Shirt	- das Hemd (ein meist kurzärmeliges Hemd aus Baumwollstoff)
das T-Shirt	- das Sporthemd
das Top-Model	- das Modell

das Internet	- das Netz
das Jo -Jo	- das Spiel (ein Geschicklichkeitsspiel)
das Center	- das Zentrum
das Highlight	- der Höhepunkt eines Ereignisses

женский род:

die Bowie	- die Punschschale
die CD	- die Kompaktdiskette
die Softwear	- die Software
die Underwear	- die Unterwäsche
die Sportswear	- die Sportkleidung
die Jeans	- die Hose
die Shorts	- die kurze Kniehose
die Sciencefiction	- die (eine) Literaturgattung
die Show	- die Vorführung

мужской род:

der Level	- der Rang
der Outlaw	- der Verbrecher
der Outcast	- Geächteter, von der Gesellschaft Verstoßener
der Seal	- der Seehund
der Legwarmer	- fußloser, knielanger Strumpf aus Wolle
der Boom	- plötzlicher wirtschaftlicher Auftrieb

Однако эта закономерность прослеживается не всегда четко, например: der Pool, der Swimmingpool, der Wirlpool, хотя в немецком языке данным заимствованиям соответствуют существительные среднего рода – das Bad, das Becken, или такие популярные ныне, как der Job – die Gelegenheitsarbeit, или der Sex, в немецком языке – das Geschlecht, но корреспондирует с существительным мужского рода der Geschlechtsverkehr.

Другим лингвистическим фактором, влияющим на выбор грамматического рода, является формальный образ самого заимствованного существительного. Форма такого существительного значительно влияет на выбор грамматического рода в связи с наличием у носителей языка определенных клишированных образов аффиксов, с помощью которых они и определяют род заимствованного существительного в родном языке:

der Manager
der Recorder
der Pullover
der Babysitter
der Joker (eine Spielkarte).

Суффикс -ing, казалось бы, должен способствовать принадлежности заимствованного имени существительного к мужскому роду (хотя бы по аналогии еще с ранее заимствованным именем существительным der Smoking), однако этого не происходит:

das Jogging - das Laufen
das Scratching (Erzeugung besonderer Laute, indem eine sich drehende Schallplatte mit der Hand angehalten oder zurückgedreht wird)
das Shopping
das Bowling
das Brainstorming (Konferenz zur Ideenfindung durch spontane Vorschläge)
das Merchandising (Verkaufsförderung).

Особое распространение в немецком языке посредством рекламы получило в последнее десятилетие английское слово Styling. Оно отнесено носителями языка к среднему роду по аналогии с другими заимствованиями на -ing. Значение данного имени существительного довольно широко: Carstyling, Hairstyling – обозначение всего, что связано с индивидуальным дизайном.

К среднему роду примыкают и заимствования, оканчивающиеся на -ent:

das Management (die Leitung eines größeren Unternehmens)

das Attachment (der Anhang)

Род имен существительных, обозначающих названия крепких напитков, определяется словом мужского рода *der*: *der Wein*; *der Brandy*, *der Scotch*, *der Whisky*.

Однако в современном немецком языке существуют некоторые имена существительные, пришедшие из английского языка уже сравнительно давно, но адаптация которых к категории рода все еще находится в стадии становления:

der, *das*, *die* *Jogurt* (*Joghurt* - eine Speise aus Milch)

der, *die*, *das* *Jus* (der Saft)

das, *der* *Script* (das Drehbuch).

Обилие англицизмов в словаре современного немецкого языка говорит не только об обогащении его языковой системы, но и о некотором засорении языка. Речь идет о совершенно неоправданном обращении, особенно в среде молодежи, в разговорном языке, в языке современных средств массовой информации – к лексическим единицам чужого языка, что дает повод лингвистам констатировать появление некоего новообразования под названием «*Engleutsch*».

Литература.

1. Duden. Fremdwörterbuch. – Mannheim/Wien/Zürich: Dudenverlag, 1990.
2. Розен Е.В. Немецкая лексика: история и современность: Учеб. пособие. – М.: Высшая школа, 1991.
3. Смирнов И.Б. Англоязычные заимствования в современном немецком языке // Иностранные языки в школе, 2008. – №5. – С.58-60
4. www.study.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОЙ ПОЗИЦИИ УЧАЩИХСЯ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Д.В. Гнедаш, студент группы 17В41,

научный руководитель: Гричин С.В., канд. филол. наук

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

Изменения, произошедшие в экономической, политической и культурной жизни как внутри страны, так и в области международных отношений, существенно расширили функции иностранного языка. Включение России в мировую политико-экономическую арену, расширение возможностей прямой связи с зарубежными странами, значительно увеличили возможность контактов для различных социальных и возрастных групп. Все эти изменения диктуют новый подход к обучению иностранным языкам, суть которого заключается в формировании нового взгляда на место зарубежной и отечественной культуры в учебном процессе[1].

Процесс становления глобального информационного общества, взаимопроникновение культур и языков в условиях взаимозависимости мира, предъявляют сегодня новые требования к человеку. Последние события в мире показывают, как бурное развитие информационно-телекоммуникационных технологий способствует росту информационного влияния западной культуры на молодежь - самую активную и нестабильную часть общества, что порождает комплекс социальных и политических проблем. Все это в совокупности с нарастающей напряженностью в международных отношениях, определяет необходимость патриотического воспитания учащихся, их своевременного знакомства с отечественной культурой и историей.

В современных условиях будущие граждане России должны быть независимыми; адекватно оценивающими свои возможности; осознающими и гордящимися своим культурным наследием; способными выступить в защиту своих прав и интересов и в то же время с уважением относящимися к правам и интересам окружающих; готовыми представлять свою страну и её культуру с учетом возможной культурной интерференции со стороны слушателей, предупреждая причины возможного недопонимания и снимая их за счет выбора адекватных средств речевого взаимодействия; признающими права на существование разных культурных моделей, а значит, и формируемых на их основе представлений/норм жизни/верований; готовыми конструктивно отстаивать собственные позиции, не унижая других и не попадая в прямую зависимость от чужих приоритетов. Формирование у молодежи