

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО**

**Факультет лінгвістики
Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови**

«На правах рукопису»
УДК 811.112.2'25(043.3)

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
_____ Лисенко Г. Л.
(підпис) (ініціали, прізвище)
“ ___ ” _____ 2018 р.

**Магістерська дисертація
на здобуття ступеня магістра
зі спеціальності 035 Філологія
на тему: Функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного
публіцистичного дискурсу (в перекладацькому аспекті)**

Виконав: студент б курсу, групи ЛН-71мп

Плесконос Ростислав Анатолійович (підпис)

Науковий керівник: зав. кафедри, професор Лисенко Г. Л. (підпис)

Рецензент: доц., к. пед. н., доц. Федоренко С. В. (підпис)

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних посилань

Студент

(підпис)

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»
імені Ігоря Сікорського**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність – 035 «Філологія»

Затверджую

Завідувач кафедри

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«__» _____ 2018 р.

Завдання

на магістерську дисертацію студенту

Плесконосу Ростиславу Анатолійовичу

1. Тема дисертації: «Функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу (в перекладацькому аспекті)»
науковий керівник дисертації зав. кафедри, професор Лисенко Г. Л.
затверджені наказом по університету від «__» _____ 20__ р. № _____
2. Термін подання студентом дисертації _____
3. Об'єкт дослідження: Англіцизми, що функціонують у сучасній німецькій мові; газетні і журнальні статті.
4. Предмет дослідження: Функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу (в перекладацькому аспекті)
5. Перелік завдань, які потрібно розробити: детально вивчити оновлення лексики в німецькій мові; розглянути особливості німецької преси; описати особливості утворення англіцизмів; охарактеризувати вживання англіцизмів в німецькій пресі; визначити особливості перекладу англійських слів на німецьку мову.
6. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: 70 статей з німецькомовної преси

7. Консультанти розділів дисертації

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|--------|---|----------------|------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| I | Зав. кафедри, професор Лисенко Г. Л. | | |
| II | Зав. кафедри, професор Лисенко Г. Л. | | |
| III | Зав. кафедри, професор Лисенко Г. Л. | | |
| | | | |
| | | | |

8. Дата видачі завдання _____

Календарний план

| № з\п | Назва етапів виконання магістерської дисертації | Строк виконання етапів магістерської дисертації | Примітка |
|-------|---|---|----------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Студент

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Науковий керівник дисертації

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

ЗМIСТ

| | |
|--|----|
| РЕФЕРАТ | 5 |
| REFERAT | 7 |
| ВСТУП | 9 |
| РОЗДІЛ I. АНГЛIЦИЗМИ. ВЖИВАННЯ АНГЛIЦИЗМIВ В НIМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ | 11 |
| 1.1. Поняття англiцизмiв..... | 11 |
| 1.1.1. Денглiш, як мовне явище..... | 11 |
| 1.1.2. Види Denglisch (DEUTSCH + ENGLISCH)..... | 12 |
| 1.2. Процес оновлення лексики у нiмецькiй мові..... | 14 |
| 1.3. Перенасичення англiцизмiв у нiмецькiй мові..... | 15 |
| 1.3.1. Причини проникнення англiйських слiв i виразiв у нiмецьку мову..... | 17 |
| 1.4. Друкована преса в сучаснiй Нiмеччині..... | 18 |
| 1.4.1 Публiцистичнi жанри та їхнi мовнi особливості..... | 20 |
| 1.4.2 Мовнi особливості нiмецької молодiжної преси..... | 23 |
| 1.5. Особливості утворення англiцизмiв..... | 26 |
| 1.6. Вживання англiцизмiв в пресі мови перекладу..... | 28 |
| 1.7. Лексичнi трансформації при перекладі англiцизмiв..... | 30 |
| 1.7.1. Передача англiйських особових та географiчних назв українською..... | 36 |
| Висновки до роздiлу 1..... | 43 |
| РОЗДІЛ II. ФУНКЦIОНУВАННЯ АНГЛIЦИЗМIВ В НIМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ ТА ЇХНІЙ ПЕРЕКЛАД | 44 |
| 2.1. Особливості перекладу англiцизмiв у нiмецькiй пресі на основі проаналiзованих статей..... | 44 |
| Висновок до роздiлу 2..... | 66 |
| РОЗДІЛ III. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ | 67 |
| ВИСНОВКИ | 72 |
| ZUSAMMENFASSUNG | 74 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ | 76 |

РЕФЕРАТ

Робота присвячена комплексному дослідженню перекладу англiцизмiв у нiмецькомовнiй пресi. Під терміном «англiцизм» у роботі розглядаються лексичні особливості перекладу нiмецької преси та проблеми їхнього перекладу.

З середини ХХ століття спостерігається помітне збільшення припливу лексичних запозичень у нiмецьку мову, переважно з англійської мови. Це, в першу чергу, пояснюється глобальним поширенням англійської мови і престижністю її використання. Дана робота присвячена використанню англiцизмiв в нiмецькiй пресi та проблемам їхнього перекладу. Тема англійських запозичень у нiмецькiй мові досить популярна і стала об'єктом вивчення для багатьох як вітчизняних, так і закордонних лінгвістів. Інтерес до даної проблеми з плином часу не слабшає, що свідчить про її цікавість та невичерпність. Мова преси тісно пов'язана з мовними змінами і відображає основні тенденції розвитку мови. Мова нiмецької преси увiбрала в себе велику кількість англiцизмiв, що особливо помітно на прикладах, розглянутих у цьому дослідженні, які написані англійською мовою або включають в себе англійські слова і вирази. Англiцизми – це не просто запозичені з британської чи американської мови слова або незвичні комбінації слів, а й будь-які зміни значень нiмецьких слів або їхнього контекстного вживання за британським чи американським зразком.

Актуальність дослідження визначається, по-перше, необхідністю комплексного лінгвістичного висвітлення способів і засобів вербалізації сучасних знань у системі сучасної нiмецької мови; по-друге, роллю англiцизмiв у нiмецькомовнiй пресi у збагаченні словникового складу нiмецької загальноживаної мови; по-третє, необхідністю теоретичного узагальнення системних змін у лексичній системі нiмецької мови під впливом англiцизмiв; четверте, проблемою перекладу англiцизмiв. Усе вищезазначене вимагає вивчення позамовних чинників запозичень англiцизмiв у

німецькомовній пресі, шляхів їхнього надходження, способів запозичень та інтеграційних процесів у системі німецької мови.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що здійснено спробу дослідження шляхів і способів збагачення німецької загальноживаної мови англіцизмами німецькомовної преси.

Предмет дослідження становить проблема перекладу англіцизмів у німецькомовній пресі, а також динамічні процеси в лексичній системі загальноживаної німецької мови під впливом англіцизмів в засобах масової інформації.

Об'єктом дослідження є використання англіцизмів в засобах масової інформації і у німецькій загальноживаній мові.

Матеріалом дослідження є публіцистичні тексти, зокрема статті з журналів «Der Spiegel», «Cosmopolitan», «Die Zeit», «Deutschland», «Elle».

Структура роботи: в першому розділі розглядається теоретична частина питання, а саме поняття англіцизм, причини їхнього проникнення і німецьку мову та особливості вживання в німецькомовній пресі. Другий розділ дипломної роботи, ґрунтується на результатах дослідження першого розділу, в ньому представлені можливі способи перекладу англіцизмів в німецькій мові та особливості їхнього функціонування у німецькій пресі на основі 85 розглянутих статей.

Мета дослідження полягає у встановленні проблем перекладу англіцизмів в німецькомовній пресі. Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань:

- 1) Детально вивчити оновлення лексики в німецькій мові
- 2) Особливості німецької преси
- 3) Особливості утворення англіцизмів
- 4) Вживання англіцизмів в німецькій пресі
- 5) Особливості перекладу англійських слів на німецьку мову

REFERAT

Die Arbeit widmet sich der umfassenden Untersuchung der Übersetzung von Anglizismen in der deutschsprachigen Presse. Unter dem Begriff "Anglizismus" werden die lexikalischen Besonderheiten der Übersetzung der deutschen Presse und das Problem ihrer Übersetzung in der Zeitung berücksichtigt.

Ab der Mitte des zwanzigsten Jahrhunderts nimmt der Fluss der lexikalischen Anleihen in deutscher Sprache, hauptsächlich aus der englischen Sprache, zu. Dies ist vor allem auf die weltweite Verbreitung von Englisch und das Prestige seiner Verwendung zurückzuführen. Diese Arbeit widmet sich dem Einsatz von Anglizismen in der deutschen Presse und den Problemen ihrer Übersetzung. Das Thema englische Kreditaufnahme auf Deutsch ist sehr beliebt und für viele als inländische und ausländische Linguisten Gegenstand von Studien geworden. Das Interesse an diesem Problem nimmt mit der Zeit nicht ab, was auf seine Neugier und Unerschöpflichkeit hindeutet. Die Sprache der Presse ist eng mit sprachlichen Veränderungen verbunden und spiegelt die wichtigsten Trends in der Sprachentwicklung wider. Die Sprache der deutschen Presse hat eine Vielzahl von Anglizismen aufgegriffen, was sich insbesondere an den in dieser Studie erörterten Beispielen bemerkbar macht, die in englischer Sprache verfasst sind oder englische Wörter und Ausdrücke enthalten. Anglizismen sind nicht nur aus der britischen oder amerikanischen Sprache entlehnte Wörter oder ungewöhnliche Wortkombinationen, sondern auch Änderungen in der Bedeutung deutscher Wörter oder deren kontextabhängigen Gebrauch nach britischem oder amerikanischem Modell.

Die Dringlichkeit der Forschung wird zum einen durch die Notwendigkeit einer umfassenden sprachlichen Erfassung der Wege und Mittel der Verbalisierung des modernen Wissens im modernen deutschen Sprachsystem bestimmt. zweitens die Rolle der Anglizismen in der deutschsprachigen Presse bei der Bereicherung des Vokabulars der deutschen Landessprache; Drittens die Notwendigkeit einer theoretischen Verallgemeinerung systematischer Veränderungen im lexikalischen System der deutschen Sprache unter dem Einfluss englischsprachiger Anleihen;

viertens das Problem der Übersetzung von Anglizismen. All dies erfordert die Untersuchung von außersprachlichen Faktoren, die Anglizismen in der deutschsprachigen Presse nutzen, die Art ihres Erhalts, die Anleiheverfahren und Integrationsprozesse im deutschen Sprachsystem.

Die wissenschaftliche Neuheit der Studie besteht darin, dass versucht wurde, die Mittel und Wege der Bereicherung der allgemein verwendeten deutschen Sprache durch Anglizismen der deutschsprachigen Presse zu untersuchen.

Gegenstand der Forschung ist das Problem der Übersetzung von Anglizismen in der deutschsprachigen Presse sowie der dynamischen Prozesse im lexikalischen System der gebräuchlichen deutschen Sprache unter dem Einfluss von Anglizismen in den Medien.

Gegenstand der Studie ist der Einsatz von Anglizismen in den Medien und in der deutschen Sprache.

Das Forschungsmaterial besteht aus journalistischen Texten, darunter Artikel aus den Zeitschriften Der Spiegel, Cosmopolitan, Die Zeit, Deutschland und Elle.

Struktur der Arbeit: Im ersten Kapitel wird der theoretische Teil der Frage, der Begriff des Anglizismus, die Ursachen ihrer Durchdringung sowie die deutsche Sprache und die Besonderheiten der Verwendung in der deutschsprachigen Presse betrachtet. Der zweite Abschnitt der Dissertation, der auf den Ergebnissen der Studie des ersten Abschnitts basiert, zeigt die Möglichkeiten der Übersetzung von Anglizismen in die deutsche Sprache und die Besonderheiten ihrer Arbeitsweise in der deutschen Presse anhand der 85 untersuchten Artikel.

Ziel der Studie ist es, die Probleme der Übersetzung von Anglizismen in der deutschsprachigen Presse zu identifizieren. Um das Ziel zu erreichen, müssen folgende Aufgaben gelöst werden:

- 1) Lernen Sie die Vokabeln auf Deutsch im Detail
- 2) Merkmale der deutschen Presse
- 3) Merkmale der Bildung von Anglizismen
- 4) Die Verwendung von Anglizismen in der deutschen Presse
- 5) Merkmale der Übersetzung englischer Wörter in die deutsche Sprache

Вступ

Сьогодні відкритість суспільства приводить до значного розширення кругозору та обсягу знань в області іноземних мов. Мова являє собою живу рухливу систему, яка змінюється і розвивається разом із зміною і розвитком історії та мислення народу – носія цієї мови.

Взаємозбагачення мов – це один із шляхів еволюції мов світової спільноти. Воно характеризує розвиток мовних систем з найдавніших часів і, природно, не може виявити себе зараз – в епоху суттєвих зрушень у гуманітарній, науково-технічній та інших сферах.

Екстралінгвістичними чинниками актуальності теми слід вважати загальну проблематику з опрацювання німецьких текстів публіцистичного характеру, в яких спостерігається вживання запозичених слів. Також необхідність в інтенсивному спілкуванні з людьми, які користуються іншими мовами. А це важлива умова не тільки для безпосереднього запозичення лексики із цих мов, але й для прилучення носіїв української та німецької мови до інтернаціональних термінологічних систем.

В останні роки в німецьку та українську мови стало проникати все більше англійських слів. Англійська мова збагатила обидві мови численними синонімами і новими поняттями.

Метою дослідження є:

- 1) Визначити місце запозичень з англійської мови у німецькій та українській пресах
- 2) Зробити вибірку слів іншомовного походження та встановити, яка тематика англіцизмів переважає в обох мовах
- 3) Визначити яка з двох мов більш схильна до інтегрування слів іншомовного походження.

Об'єктом нашого дослідження є англіцизми, що функціонують у сучасній німецькій мові.

Практична значимість полягає в тому, що в даній роботі можна ознайомитися із сферами життя, до яких належать англіцизми та зрозуміти

походження іншомовних слів.

Під час написання нашої роботи використовувалися наступні методи:
вивчення теоретичної літератури, контекстуальний метод (вивчення
газетних і журнальних статей) та їх аналіз.

РОЗДІЛ 1. АНГЛІЦИЗМИ. ВЖИВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ В НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ

1.1 Поняття англіцизмів

Англіцизм (англізм) – різновид мовного запозичення: слово, його окреме значення, вислів тощо, які запозиченні з англійської мови або перекладені з неї чи утворені за її зразком [82]. Різновидом англіцизму є американізм – запозичення з американського варіанта англійської мови. Для запозичень з англійської мови характерні:

Звукосполучення дж: *бюджет, джаз, джентльмен, джемпер*;

Звукосполучення ай, ей: *гайморит, інсайд, тролейбус, хокей*;

Суфікс –инг (-інг): *мітинг, пудинг, демпінг, тубінг*;

Основними сферами запозичень є:

- 1) **Техніка:** *комбайн, комп'ютер, конвеєр, принтер, радар, тендер, трактор, тунель, файл, фільм.*
- 2) **Мореплавання:** *аврал, ватерлінія, дрейф, катер, мічман, трап, шквал, шлюпка, шхуна, яхта.*
- 3) **Політика, економіка, торгівля:** *банкнота, бізнес, блеф, бойкот, бос, бюджет, гангстер, долар, лідер, маркетинг, менеджер, мітинг, рекет, чек.*
- 4) **Спорт:** *аут, бокс, волейбол, гол, голкіпер, нокаут, раунд, рекорд, спорт, спортсмен, старт, теніс, трек, тренер, фініш, футбол, хокей.*
- 5) **Одяг, тканини:** *вельвет, джемпер, піджак, піжама, плед, смокінг.*
- 6) **Їжа, напої:** *біфштекс, кекс, пудинг, ром, сандвіч, торт.*
- 7) **Культура:** *гумор, джаз, клуб, комфорт [56].*

1.1.1. Денгліш, як мовне явище

Денгліш (нім. *Denglisch*) – мовне явище, сучасний німецько-англійський «суржик», саме слово «денгліш» складається із назв цих мов – нім. Deutsch + ENGLISCH. Існують також інші, менш вживані слова для цього поняття:

енгльойч (нім. Engleutsch) та герміш (нім. Germisch). Процес поширення денглішу з роками дедалі прискорюється. Численні англіцизми та цілі фрази постійно потрапляють до мови, фактично шар сучасної англійської стає частиною німецької мови. Варто зауважити, такому односторонньому запозиченню в значній мірі сприяє спорідненість мов (германська група індоєвропейської мовної сім'ї). Проти надмірного вживання не німецьких слів, коли існують відповідні німецькі, є Спілка німецької мови (нім. Verein Deutsche Sprache), котра намагається зменшити постійний вплив денглішу на німецьку громадськість, що вживає денгліш дедалі частіше. Незважаючи на це і німецькі рекламні плакати, написи, статті і вся сучасна німецька мова переповнені англіцизмами.

До англіцизмів, що часто вживаються в німецькій мові належать як *e-mail, messenger, bag, laptop*, так і фрази-кальки на кшталт «*Liebe machen*» від «*you make love*» [12;40]. Поняття «англіцизм» - доволі нейтральне й визнане мовознавцями, а «денгліш» натомість – поняття вченими не вживане та чітко не визначене. Можна навести кілька прикладів, коли англійські дієслова та іменники перейшли до денглішу:

Wie im Meeting (англіцизм) *mit den Consultants* (англіцизм) *besprochen, wird unsere Awareness-Kampagne* (англіцизм) *dann nächstes Jahr gelauncht* (денгліш).

Речення «*Ich habe dir gestern eine E-Mail geschrieben*» містить англіцизм, а речення «*Ich habe dir gestern ge(e)mailt*» є прикладом денглішу [23].

1.1.2. Види **Denglisch (DEUTSCH + ENGLISCH)**

Багато німецьких лінгвістів переконані: якщо поширення лінгвістичного гібриду під назвою «Denglisch» не зупинити, німецька мова ризикує в ньому повністю розчинитися. І це не перебільшення – населення Німеччини вже практично розучилося говорити літературною німецькою мовою, яку більшість молоді зневажливо називають «мовою бабусь и дідусів»(36). На думку вчених-філологів існують п'ять видів так званого Denglisch:

1. *Споконвічно англійські слова*

Ці слова з'явилися у мові без змін в орфографічній структурі, тобто в написанні, але в німецькій часто вимовляються вже не по-англійськи і змінюють своє значення. Наприклад (від англ. Audit, лат.- Auditus(Anhörung), audire(an) hören)- слово, що позначає перевірку або повторну перевірку, а також оцінку тої чи іншої особи, організації, системи, процесу, проекту або продукту. Наприклад слово «Ticket» (квиток) взагалі витіснило цілий ряд німецьких слів, таких як «Fahrkarte», «Flugschein», «Strafzettel»[23;138;24;43].

2. *Адаптовані англійські слова*

В англійських словах спостерігається тенденція адаптування їхньої граматичної структури до німецьких правил граматики. Але все ж звучать вони в своїй більшості, ще досить незвично для німця. Наприклад: Chapter, Import, overdraft, break-even-point.

3. *Змішання англійських і німецьких слів*

Змішані слова складаються наполовину з англійської та наполовину з німецької мови. Наприклад: Backenshop (від нім. Backen – піч і англ. Shop - магазин) – пекарня, булочна.

4. *Наслідування англійським мовним оборотам*

Для не фахівця в галузі філології ці вирази здаються споконвічно німецькими, але при досконалому розгляді їхньої граматичної та лексичної структури виявляються деякі протиріччя. Наприклад: sense haben (від англ.. to make sense замість sinn haben), einmal mehr (від англ.. once more замість wieder einmal), sex haben (від англ. to have sex замість miteinander schlafen). [44;56].

5. *Псевдоанглійські слова*

Англійські слова, які є псевдо англіцизмами. Німецька мова, можна сказати, сама створила їх, керуючись граматичними правилами англійської мови, здійснивши змішення мов: поява німецьких слів, зовні схожих на англійські. Наприклад: англ. twenty (числівник двадцять) – нім. twen (молодий чоловік віком від 20-29 років). [27;59].

1.2. Процес оновлення лексики у німецькій мові

Як відомо, процес оновлень у лексиці за допомогою запозичень відбувається постійно, але є періоди в розвитку мови, коли він особливо інтенсивний. Таким періодом в історії лексики німецької мови стала друга половина ХХ століття, починаючи з травня 1945 року. За минулі більш ніж півстоліття в німецькій дійсності сталися радикальні зміни: змінилися політичні умови життя носіїв мови, спостерігаються значні успіхи економіки і вдосконалення соціальної системи. Все це у поєднанні із загальними для європейської культури технічними і матеріальними новинами не могло не позначитися на кількісному зростанні сучасного вокабул яру, на формуванні окремих його ділянок [75]. Крім того, життя суспільства – це постійний рух. Це великі, малі і зовсім непримітні зміни і події, поява значних або малозначних або навіть, здавалося б, зовсім неважливих, але раніше зовсім не існуючих або непомітних фактів будь-якого роду – починаючи від нових предметів вжитку і закінчуючи новими культурно-історичними і соціально-політичними ідеями. Всі ці зміни, що усвідомлюються суспільством, вимагають і отримують відповідне словникове оформлення у вигляді назв (номінацій). Такий основний мотив запозичення нової лексики – від окремих слів до розгорнутих назв, словосполук. При цьому відношення до запозичень і в широких має носіїв мови, окремих невеликих пар груп людей і у лінгвістів вельми відрізняється. З позиції мовної культури прийнято розрізняти «необхідні запозичення» і «надлишкові». До перших відносять такі нові найменування, які з'являються у зв'язку з новими об'єктами позначення – новими предметами, технічними винаходами, новими ідеями і так далі. Надлишковою вважають появу нових позначень, синонімічних що вже є, а також запозичень з чужих мов. Зазвичай найемоційніше реагують на появу «непотрібних», «непривабливих», «неправильних» слів лінгвісти. Особливе обурення викликають іноземні запозичення, а для сьогодення це в першу чергу англіцизми. Кажучи про англіцизми в сучасній німецькій мові, слід зазначити, що в кінці ХХ – початку

XXI століття на німецьких громадян буквально обрушився шквал запозичень з англійської та американської, причому різного вигляду, в різних проявах і в різні сфери життя німецького суспільства [7;145].

Таким чином стає очевидним, що німецька мова у всіх сферах сучасного суспільного життя (від простого візиту в магазин до складних наук) замінена нечуваною кількістю англійських слів і навіть повністю ними витиснена. У такій тенденції лінгвісти бачать небезпеку, оскільки німецька мова може втратити свою виразність і експресивність, а можливо і взагалі майбутнє існування [7;56].

1.3. Перенасичення англіцизмів у німецькій мові

Проблема надмірного вживання англіцизмів хвилює не лише фахівців, але й простих громадян. Тенденція збільшення словникового складу німецької мови за допомогою англійських запозичень прийняла поширені форми. Дана проблема вийшла на державний рівень. Причому важливо підкреслити, що так звана «мовна політика» - це явище, характерне не лише для Німеччини. Вчені намагаються з'ясувати шляхи і причини такого масштабного проникнення англійської лексики в німецьку мову. Головною причиною вони вважають настирливість реклами по радіо, телебаченню та в пресі. Крім цього в самій пресі – газетах і журналах різної тематики – люди постійно натрапляють на англіцизми [30, 44;16]. Причому зазначено, що нові запозичення мають схвалення й підтримку саме у людей, які є обличчям засобів масової інформації (радіо, телебачення, преси), й у молодих носіїв мови. Мабуть ці слова відповідають духові часу. Найбільш «молоді» англіцизми слід шукати у сфері сучасних видів комунікації, інтерактивних зв'язків та інтернету. Багато предметів побуту увійшли в мову під іноземними назвами. Так, англіцизм *das Cover* регулярно став використовуватися для позначення ілюстрації на обкладинці журналу або конверта, футляра для диска, його можна зустріти і в словниках сучасної німецької мови. Від нього пішло і слово *Covergirl* (зображення дівчини на конверті ком пакт диска) і т.д. Саме такі англіцизми

потравляють в німецький вокабул яр досить швидко. Їх морфологічний склад відомий, модель їх будови стандартна, а позначення легко зрозуміле із структури слова (Наприклад: *Modelmacher*, *Theatermacher*, *Medienmacher*) [14;45]. І все таки хотілося б з'ясувати, чому ж більшість німецьких громадян віддають перевагу англіцизмам? Давно відомо, що іноземні слова часто мають перевагу рідними синоніми. За допомогою таких слів людина підтверджує свій культурний і громадський авторитет. Їх вживання диктує бажання підкреслити рівень інформованості у новому і сучасному. [4;56].

Це може пояснити низка випадків переходу німецьких найменувань до англійських. Деякі групи носіїв мови вважають, що вжити в розмові англійські слова *happy*, *fashionable* престижніше або «елегантніше», ніж німецькі *glücklich*, *modisch*. А сама розмова на загальні теми, те, що перш називалось *Konversation*, нині в ситуаціях (коли йдеться про урочисті прийоми гостей, про невимушені бесіди високопоставлених осіб тощо) називають *Small Talk*. Про престижність позначень свідчить перенесення його з області дипломатичних і світських розмов у сферу обслуговування. Нерідко можна зустріти престижні англійські слова – найменування гастрономії, вжиті замість більш «скромних» німецьких. Наприклад, *Porridge* замість *Haferbre*, *Meat* замість *Krabbenfleisch*. У молодіжних носіїв мови престижно використовувати такі англіцизми, як *mein Dad* або *my family*. Отже, запозичення позначають щось актуальне у сучасному житті суспільства. Вони досить швидко потрапляють у німецьку мову і вживаються носіями в різних видах комунікації. І більше того, ці запозичення швидко вступають в акти подальшого інноваційного процесу. Так, вони слугують новими позначеннями, аббревіацією і т.д. В результаті виникають, наприклад:

1. *Software* (матеріальне забезпечення комп'ютера) – *Software – Entwicklung*, *Software – Spezialist*, *Software – Ingenier*.
2. *Rock* (музика в стилі рок) – *Rockmusik*, *Rockoper*, *rocken*, *rockig*.
3. *Jogging* (біг підтюпцем) – *joggen*, *dewr Jogger*, *der Jogger – Dress* [13;30].

Можна зустріти і жартівливі, пародійні слова: *Absurdical, Metaphysical, Interhaltical, Knastical, Erotical, Frostical*. Причиною їхнього запозичення як більш «престижних», «красномовних», «виразних» слів є експресивна новизна [4;78].

1.3.1 Причини проникнення англійських слів і виразів у німецьку мову

Існує безліч причин проникнення іноземних слів в будь-яку мову. В цьому існують, як позитивні, так і негативні фактори.

1. Всі країни світу знаходяться в тісному зв'язку один з одним. Події (війни, революції, нові політичні режими), які переживають одні країни, впливають на політичне життя в інших країнах і приносять з собою нову лексику, поняття і вирази в інші мови. Німецька мова збагатила свій словниковий запас грецькими та латинськими словами в епоху гуманізму в 15-16 століттях. Завдяки цьому виникло багато інтернаціоналізмів. У 17-18 століттях великий вплив на німецьку мову мала французька мова. У період Другої світової війни в німецьку мову прийшло багато нових слів з англо-американського мовного простору [21].

2. Можна знайти багато англіцизмів в різних професійних сферах і насамперед у спорті, музиці, економіці і техніці. Наприклад: Fan, Match, Job, Team, Computer, Know-how, Holding і так далі. Ці сфери піддаються величезному термінологічному впливу, тут виникають нові терміни на основі нових технологій, в основному з США. Професіоналізми являють собою багатий матеріал для розвитку мовної системи. Багато термінів сьогодні приходять і в повсякденну мову: Probleme managed, Vorbestellungen cancel, Preise scannen [4;76].

3. Відомо також, що англо-американський словниковий запас більше і має близько 700 000 лексичних одиниць. Німецька лексика охоплює тільки близько 400 000 слів. Тому ж багато таких понять, для яких у німецькій мові немає еквівалентів. Можливо, справа в тому, що англійська вже давно стала

мовою світового спілкування завдяки його інтернаціональному значенню і його поширенню в економіці, науці, техніці, культурі, моді та спорті [36;180].

4. Таким чином виходить, що 100 мільйонам людей, для яких німецька мова є і рідною, і державною, протистоять близько 1.4 мільярдам, яким англійська доводиться рідною мовою, або вони чудово володіють нею як іноземною мовою. Майже кожен підліток на Заході проходить через вивчення англійської як першої іноземної мови, і для молодіжної культури значне місце на музичній сцені займають англомовні виконавці.

5. Вживання англіцизмів відіграє велику роль, щоб співрозмовники могли краще розуміти один одного, без труднощів і однозначно. Англіцизм може вживатися у разі непорозуміння.

6. Суперечним є вживання англіцизмів та англоамериканізмів, якщо вони не мають особливої змістовної, стилістичної або синтаксичної функції. У таких випадках англіцизми використовують часто для хвастощів або створення іміджу, коли співрозмовники хочуть підкреслити свій соціальний або інтелектуальний рівень. Або ж їм хочеться показати свою приналежність до молоді і сучасності. При докладному розгляді можна помітити, що до численних англіцизмів є точні і виразні німецькі відповідності: Lover не набагато краще Liebhaber, замість Loser не гірше Verlierer. Feeling – це Gefühl, Airport залишається Flughafen, Deal – це Handel [28].

Отже, існує безліч причин використання англіцизмів. І з кожним роком їхнє вживання збільшується.

1.4. Друкована преса в сучасній Німеччині

У Німеччині споконвіків було шанобливе і серйозне відношення до друкарського слова. Інформація, опублікована в пресі, була і залишається надійним джерелом відомостей про те, що відбувається всередині країни і за її межами. Опитування, проведене соціологічним центром в 2006 році показує, що 41% німців черпає інформацію зі щоденних газет і лише 1% з Інтернету. У цьому – причина популярності та різноманітності друкарських видань у ФРН.

Для Німеччини характерне відповідальне ставлення до преси. Історія розвитку газетної справи в Німеччині частково це підтверджує. Існує цікавий факт: до 1918 року абсолютно всі газети, не кажучи про книги, друкувалися поточним шрифтом, який був малозрозумілий, а зараз викликає особливу повагу. Звичайний шрифт з'явився лише після 1918 року. Так німецькі інтелектуали намагалися розмежити культуру простих і освічених людей. Людина, яка вміє читати, тим більше, яка може це написати – це серйозна людина. Можливо, це було пов'язано з тим, що до кінця 19 століття Німеччина була практично поголовно освіченою [47].

На щастя, з тих пір ситуація змінилась. Увага в пресі приділяється тепер високій якості поліграфії, верстаків, роботі редакторів. Інтереси практично всіх груп читачів знаходять своє віддзеркалення в газетах і журналах. До тепер читання газет у ФРН є найбільш ефективним методом здобуття інформації про події у світі. Оскільки міра обізнаності преси політичним життям країни досить велика, вона також формує громадську думку, визначає тенденції, а також відображає позицію експертів, офіційних осіб і простих читачів. Завдяки закону про свободу преси, у німецьких видань є можливість висловлювати свою думку з різних писань незалежно від офіційної позиції уряду [14;365]. Журналісти ФРН також мають можливість проводити розслідування і доступ до різних джерел інформації. Замість того вони гарантують дотримання журналістської етики і коректність публікованих матеріалів. З останніми роками почастишали випадки порушення свободи преси, зокрема з боку суду і прокуратури, які виражаються в прослуховуванні переговорів журналістів, а також контролі їхніх дій в Інтернеті. Це викликає критику журналістської громадськості. Однією з вимог законодавства до преси всіх федеральних земель є істинність інформації, що повідомляється. Щоб йому відповідати, німецькі газети користуються даними авторитетних інформагентств, що надаються, такими як, Die Deutsche Presseagentur GMBH(dpa), der Deutsche Depeschendienst (ddp) і Die dpa-afx Wirtschaftsnachrichten GMBH, а також агентствами інших країн. Ці інформагентства мають свої офіси у багатьох містах ФРН, що дозволяє їм

оперативно повідомляти регіональні новими. Ринок німецьких щоденних газет надзвичайно різноманітний. Німецький читач може вибрати між серйозними виданнями (die Welt), розважальними (Bild) і поєднувати і те, і інше (Sueddeutsche Zeitung) [42;226]. Пресу Німеччини можна класифікувати за принципом ареалу поширення. Виділяються місцеві, регіональні і надрегіональні видання. Мережа місцевих газет дозволяє дізнаватися не лише локальні новини, але й світові, оскільки кожне видання містить над регіональну частину. Велику кількість регіональних видань обумовлена розвиненою федеральною системою держави. Завдяки надійності пошти й її чіткому функціонуванню більшість газет поширюються по підписці. Це основний спосіб фінансування видань. В той же час будь-яку мають також он-лайн версії, проте це не заважає німецькій пресі мати дуже високі накладди в світі [24].

1.4.1. Публіцистичні жанри та їхні мовні особливості

Газета має справу з масовим і різноманітним читачем і повинна задовольняти кожного з них як змістовно, так і стилістично. Масовий читач вимагає від газети постійного різноманіття оформлення, стилістичних і жанрових прийомів. Однак, незважаючи на різноманіття, існує певна повторюваність прийомів, стандартність, за якою і визначається жанр і тип тексту.

Жанр – це не сукупність одиниць, а спосіб їхньої організації в тексті, охоплює смислові композиційні й мовні сторони тексту, це функціонально-структурний тип втілення теми [55].

Жанрами в пресі прийнято називати форми організації матеріалу, відображення фактів, подій, явищ освітлення. Жанри преси склалися протягом довгої практики і мають, крім загальних рис, деякі національно-традиційні особливості. Навряд чи є необхідність розділяти газетні і журнальні жанри, тому що вони багато в чому співпадають, якщо мати на увазі не наукові, а масові суспільно-політичні видання. У порівнянні з ними в газеті переважають

жанри хронікального типу (Nachrichten, Berichte), власне газетні жанри у вузькому сенсі (journalistische Texte im engeren Sinn) і так звані напівхудожні жанри – великі за обсягом статті, огляди і т.п. [1;67].

У німецькомовній пресі фахівці виділяють не менше десяти жанрів: кореспонденція, стаття, коментар, репортаж, фейлетон, інтерв'ю, рецензія. Кожен із зазначених мовних жанрів – це унікальна смислова (комунікативна) модель тексту, це і прагматична модель диференціації функції переконання, а також конструктивна модель тексту, що визначає загальну синтаксичну схему його оформлення.

Відзначається, що газета об'єднує статті, що розрізняються, як за жанрами, так і за стильовими ознаками. Однак загальна система екстралінгвістичних факторів, що визначають специфіку мови ЗМІ, а також лінгвістичні дослідження, дозволяє говорити про існування єдиного функціонального стилю газети.

Під функціональним стилем розуміється функціональна система, система внутрішніх, прихованих відносин і зв'язків явищ, в якій виявляються функції призначення та впливу словесного твору. У цій системі зазначені функції мовного твору не реалізуються [45;56].

Розглядаючи стильову сторону мови газети як цілісну сукупність стильових явищ, виділяють єдиний стилістичний конструктивний принцип газети – діалектичне об'єднання її провідних ознак – експресії й стандарту, що розуміються в широкому сенсі слова як оцінні в протиставленні одне одному. Зазначені ознаки співвідносяться із взаємодією двох провідних функцій газети: інформаційної та впливової, які нерівномірно розподіляються за газетними жанрами і знаходяться у відповідності з двоїстою природою газети, покликаної як інформувати, так і переконувати, впливати [7;301].

Перші за характером використання мовних засобів наближаються до науково-ділового стилю, володіючи рисами факто логічності, документальності в передачі інформації. Інформаційний матеріал складають статті, в яких присутність авторського «я» зведено до мінімуму, тобто нерідко навіть не

вказується прізвище творця. За класифікацією сюди можна віднести такі газетні жанри, як кореспонденція, репортаж, інтерв'ю, рецензія, стаття, хроніка. Такі типи текстів мають завдання гранично стислої, об'єктивної, достовірної, точної і відповідної офіційного етикету передачі фактологічної, перш за все, дієвої інформації. Офіційно-інформаційна мова відрізняється відсутністю емоційності, суб'єктивності, образності [49].

Другі мають відкрито оцінний, яскраво публіцистичний характер і спрямовані на агітаційний вплив, за певними параметрами зближуючись з художньою прозою. У таких типах жанрів сюди ми відносимо коментар, фейлетон, глоси, фактори суб'єктивної оцінки мають вирішальний вплив на використання мовних засобів, що реалізують комунікативні завдання читача. Мовні засоби набувають тут яскраво виражений експресивний характер, що особливо позначається на синтаксисі, який спрямований на формування мови з різко і ясно позначеними акцентами [41; 122].

Функціональна спрямованість служить тут сприятливим фактором для розкриття мовностилістичних ресурсів, створення експресивності, використання контрастного поєднання елементів книжкової і розмовної мови, метафор та інших засобів створення образності мови, а також великої різноманітності прийомів експресивного синтаксису: інверсії, антитези, паралелізму, повторів та ін. [1;82].

В інформаційних статтях елементи суб'єктивної оцінки не мають вирішального впливу на використання мовних засобів. Одиниці мови приймають тут звичайне значення, тобто мають лише один рівень розуміння – семантичний, у той час як у передових статтях до цього змістового рівня розуміння додається рівень додаткових значень, «конотацій», що присутні у широкому контексті, наприклад, функціональних значень директиви, критичної оцінки, спонування та дії, заклику тощо. На перший план при виборі мовних засобів у газетній інформації, в інформаційних матеріалах виникає необхідність вигідним чином представити повідомлення в найкоротший час і по можливості в стислому вигляді. Форми, в яких подаються мовні повідомлення, вже не

несуть експресивно-функціонального навантаження, але мають бути зручні для сприйняття інформації. Таким чином, у газеті існують дві якісно різні функціональні єдності: тексти передових статей, орієнтовані на соціальний вплив і тексти інформаційних повідомлень, спрямовані на передачу про різностильові мови газети, скільки про її екстралінгвістичні функціональності, спрямовані на досягнення функціонального єдиного ефекту впливу. Своєрідним джерелом створення експресії слугує протиставлення експресивної мови передових статей на тлі нейтральної інтелектуальної мови інформаційних повідомлень [1;20].

1.4.2. Мовні особливості німецької молодіжної преси

Сучасна молодіжна преса має мовностилістичну специфіку, що відрізняє її від художньої чи наукової літератури, від усних висловлювань у повсякденному житті. Ця своєрідність – наслідок тривалого відбору мовно-виразних засобів, найбільш відповідних тому соціальному завданню, яке виконує преса як певний вид масової інформації [10;300].

Важливою властивістю преси є прагнення до стислості, до економії журнально-газетної площі, супроводжується своєрідним мовним процесом. Універсальною рисою німецькомовної молодіжної преси є також експресивний акцент, тобто пошук нових, свіжих засобів вираження – слів, образів, стилістичних прийомів. Разом з тим, як вже зазначалося, мова преси збагачена величезною кількістю стандартних виразів і кліше. «Нове» в газеті дуже швидко стає відомим, перетворюється на старе [38;109].

Аналізуючи німецькомовну молодіжну пресу, не можна не помітити очевидного зниження мовного стандарту, що супроводжується активним вторгненням елементів розмовної мови. Наприклад: *geil, Tussi, erziehungskiste, outen, Banker, absahnen.*

На перший план при виборі мовних засобів у газеті виступають фактори знаходження оптимального способу передачі інформації, стимулювання до неї

інтересу читача. І одним із засобів створення експресивності є стійкі вирази. Наприклад: *Lover – Liebhaber, Loser – Verlierer, Feeling – Gefühl, Airport – Flughafen, Deal – Handel* [18;275].

Усього можна виділити кілька тем, яким присвячено статті, опубліковані в молодіжних німецьких журналах: музика, здоров'я, дружба, кохання, кумири, освіта, мода, спорт, фільми, інтернет, живопис, радіо та телебачення, бізнес [27].

1. Музика: *Als wir noch klein waren und die US-Rockband "Cold" hunderttausende Platten verkaufte, konnten wir Schneemänner bauen* [3;53]. Назва рок-гурту "Cold" – слово англійського походження, в реченні воно створює національний колорит, тому що є позначенням реальної музичної групи. *Heute höre ich vor allem Underground-Hip-Hop*. Англіцизм створює локальний колорит, відомо, що музичний стиль Hip-Hop виник в англійській країні [37;222].

2. Освіта: *Welche Rolle spielt der Mittelstand heute in Deutschland und in Russland? Diese Frage diskutierten 50 junge deutsche und russische Führungskräfte im Juni auf dem sechsten "Russian German Young Leaders Forum"* [48]. Англійська назва форуму "Russian German Young Leaders Forum" у реченні створює два види колориту: національний (можливо, цей форум проходив у стінах англійської організації та за її підтримки) і соціальний (людина, яка писала про цю подію, може бути учасником такого форуму, що свідчить про її високий соціальний стан у суспільстві). *Während des Studiums werden die Studierenden auch durch zwei Coaches betreut*. Слово Coach створює професійний колорит, повідомляє спеціаліст у галузі освіти, який працює у вузі.

3. Мода: *Angelehnt an den Rebellenslook der Rocker und Punkszene in den 80ern erlebt das Jahrzehnt mit Röhrenjeans und XXL-Pullovers in knalligen Farben ein neues Revival*. Численні слова англійського походження *Rebellenslook, Punkszene, Röhrenjeans* і *Revival*, вжиті в контексті, створюють професійний колорит.

4. Фільми: *“What a feeling!” – Ganz im Stile Jennifer Beals im Film “Flashdance” (1983) warden knalligen Farben, weite Oberteile, enge Unterteile nah Lust kombiniert* [54].

Англійський вираз “What a feeling!” створює іншомовний колорит, тому що стає зрозуміло, що поставлений фільм – англійського походження. “Flashdance” створює національний колорит.

5. Інтернет: *Im Zentrum der Szene stehen die Anbieter von Warez, die auf eigenen Internetportalen ihre Angebote zum Download anbieten.* Інтернет-терміни англійського походження Warez, Internetportal створюють професійний колорит, оскільки їх вживають у мові упорядники та користувачі сайтів [52].

6. Живопис: *Es ist das Kunstwerk “fairytale” der chinesischen Künstlers Ai Weiwei.*

Слово “fairytale” створює соціальний колорит. Його поява в мові свідчить про грамотність мовця і знання іноземних мов [45].

7. Радіо: *Die Geräte empfangen digitale Radiosignale und verfügen meist über eine “Timeshifting” – Funktion.* “Timeshifting” – Funktion – позначення однією з функцій радіосистем, створюється професійний колорит.Г

8. Спорт: *Es hat mich gefreut, dass Parkour auch den Deutschen Spaß macht. Kitesurfen ist seit einigen Jahren eine populäre Sportart in Deutschland* [22].

В обох прикладах англіцизми створюють локальний колорит, вказуючи на те, що ці види спорту виникли на території англійських країн. Отже, можна знайти багато англіцизмів в різних сферах і перш за все в спорті, музиці, політиці, інтернет мережі, моді, економіці і техніці. Ці сфери випробовують величезний термінологічний вплив, тут виникають нові терміни на основі нових технологій. Використання англіцизмів є дуже популярним у німецькій пресі. Англіцизми збагачують мову, надаючи їй модного колориту, збільшення синонімічного ряду того, чи іншого слова, що допомагає уникати тавтологій.

1.5. Особливості утворення англiцизмiв та їхні властивості

Складні іменники-англiцизми діляться за своєю структурою на такі три групи:

- 1 – нiмецьке слово, 2 – англійське слово (*Büro-Worker, Abend-Look, Apfel-Pie, Reiseboom*);
- 1-англійське слово, 2 – нiмецьке слово (*Powerfarbe, Bussines-Mode, AllroundTalent, Powerfrau, Livesendungen, Dressman*);
- Обидва є англійськими словами (*Trendlabel, Body-Feeling, Covergirl, Airbag, Tolkshow, Oldtimer*) [51].

Складні прикметники-англiцизми мають таку структуру:

- 1 – англійське слово, 2 – нiмецьке слово (*citytauglich, funny-frisch*) [53].

Хідні англiцизми утворюються за допомогою певних суфіксів. Найпродуктивнішими суфіксами є –er, -ty, -y тощо (*der Insider, die Beauty, das Body*), а також афікси (*bombe-bombing, trendy-trendig*) [50]. Більшість похідних прикметників – англiцизми утворюються за допомогою суфікса –y (*trendy, sexy*) та значно менше прикметників – за допомогою суфікса –ish (*stylish*) [46].

Граматичний рід іменників-запозичень з англійської мови визначається за їхніми значенням і формою, тобто так само, як і в нiмецькій мові (*die Stadt – die City, die Geschichte – die Story*), але не завжди граматичний рід збігаються з нiмецькими синонімами (*die Kraft – der Power*) [15;328].

Термінологічні синоніми існують поряд з наявними в мові назвами і складають конкуренцію нiмецьким синонімам: *leasing – Vermietung, marketing – die Massnahmen eines Unternehmens, consulting – der Berater, investor – der Investitionstrager, slang – die Umgangssprache, user – Nutzer* [17;224].

Запозичені дієслова можуть перетворитися згідно з нiмецькою граматиною: до них приєднується інфінітивне закінчення –en, -n. Це дає можливість легко відмінювати дієслово і утворювати Partizip: *to trade – traden, to swap – swapen, to manage – managen* [16].

Проблемою є стійкі вирази, які перекладаються з англійської на німецьку слово в слово як запозичені переклади. Замість “*Es gibt keinen Sinn*”, “*Ich wünsche Ihnen keine Sinn*” (engl. *It makes no sense*), “*Haben Sie einen schönen Tag*” (engl.), “*Have a nice day*”, “*in 1988*”. Тут є спроби перенести конструкцію пропозицій з англійської в німецьку, але вони не узгоджуються з німецькою граматиною. Приклади : *Standing ovations – stehende Ovationen, we call you back – wir rufen Sie zurück* [31].

Що стосується кореневих слів, то саме вони викликають найбільші труднощі у визначенні граматичного роду, бо не завжди семантичний критерій є самодостатнім [2;310].

Що ж до властивостей використання англіцизмів, то в деяких випадках вони є дуже корисними.

1) Мовознавство обґрунтовує впровадження іноземних слів в німецьку мову тим, що для деяких предметів, що приходять з-за кордону, в німецькій мові немає спеціальних назв, їх можна позначити лише за допомогою опису, використовуючи при цьому словосполучення або навіть цілі пропозиції *Public Relations* позначається німецькою: *Offentlichkeitsarbeit, offentliche Beziehungen, Kontaktpflege und Meinungspflege*. Або поняття *Manager* можна пояснити німецькою лише наступним чином: *mit weitgehender Verfügungsgewalt und Entscheidungsbefugnis ausgestattete leitende Personlichkeit eines Grossunternehmens*. Тут, звичайно, краще використати англіцизм, оскільки німецькі еквіваленти описують ці поняття дуже складно і багатослівно [25].

2) Кожна мова прагне до стислості. Телеграмний стиль використовується не лише в E-mail повідомленнях, але і в буденній мові. Багато англійських слів коротше і зручніше у вимові, ніж німецькі. Наприклад, порівняємо такі слова як *Trucker* (2 склади і 7 букв) і *Lastwagenfahrer* (5 складів і 15 букв). Ще приклади: *Jointventure – Gemeinschaftsunternehmen, Management – Unternehmensleitungen*. Отже, бачимо, що англіцизми мають коротшу форму порівнянню з аналогічними за значенням німецькими словами [40;476].

3) Англіцизми уникають частого використання, при використанні німецьких термінів. Наприклад: *Banker* звучить сучасніше ніж *Bankier* і має коротшу форму ніж *Bankfachman*. У одному і тому ж контексті можна використовувати різні варіанти англійських позначень: замість *Dollar* часто уживається *Greenback* (також і в російській мові часто вживаються жаргонізми бакси, гріни) [8;140].

1.6. Вживання англіцизмів в пресі мови перекладу

Радикальні зміни в соціально-економічній і суспільно-політичній сферах українського соціуму кінця 20 ст. початку 21 ст. викликали «неологічний бум» на сторінках преси. Саме в цей переломний період є закономірними масові запозичення, що означають нові поняття. Газетно-публіцистичний стиль слугує новим поняття, яке одночасно з'являється у багатьох авторів публікацій і справляють враження «колективного словника». У ньому чільне місце посідають назви нових явищ суспільного життя, нових предметів, кодексів (6;295). Гортаючи сторінки газети «Урядовий кур'єр», натрапляємо на «холдинг» та «холдингова компанія». Такі слова все частіше вживаються замість звичних українських слів і для більшості українців вони незрозумілі. Слово *холдинг* англійського походження має таке значення – компанія, що сама не має виробничих підприємств, а володіє акціями інших компаній. Тому замість речення найбільший будівельний холдинг країни – Київміськбуд цього року святкує свій 55-річний ювілей, можна сказати, що найбільша будівельна компанія країни Київміськбуд, яка сама не має виробничих підприємств, а володіє акціями інших компаній, цього року святкує свій 55-річний ювілей [26;142].

Орієнтація на іншомовні слова насаджується завзято і послідовно, що може ілюструвати зниження частоти вживання української лексики. Так, замість керівників з'явилися менеджери, плану прибутків і видатків установи – бюджет, повідомлень – СМС або меседжі, короткочасного піднесення промисловості й торгівлі – бум.

Переглядаючи статті українського та німецького журналу «Cosmopolitan», натрапляємо на слова, утворені афіксальним способом від слів англійського походження, наприклад: комфортний – від англ. Comfort – зручність; складні слова, такі як яхтсмен, бетмен, спайдермен, та складені: міні-спідниці, spa-курорти, spa-процедури, spa-центри та fashion-смак, fashion-винахід. Широкого вжитку набувають такі слова, як релакс – відпочинок; фреш – свіжий; інтерв'ю – співбесіда; тренд – тенденція; шопінг – купівля; шоу – вистава; дизайнер – художник-конструктор; мікс – поєднання; хіт – популярна пісня [19;25].

Навіть шукаючи кулінарний рецепт, можемо натрапити на такі слова, як пікнік – розважальна прогулянка компанією (звичайно із закускою на лоні природи); тост – підсмажений хліб, міксер – від англ. Змішувати; джем – продукт з не перетертих плодів або ягід, уварених у цукровому сирові до желеподібного стану; бекон – малосольна свинина з туш спеціально відгодованих молодих свиней; стек – страва з підсмаженої телятини; біфштекс – шматки яловичини. Пояснення цим поняттям можна знайти в лексичних шарах англійської мови чи просто на сторінках словників, але їх вживання говорить про мовленнєву «моду» на запозичення в сучасній українській мові. Багато носіїв української мови не розуміють значення цих слів чи з зусиллям здогадуються про них, відштовхуючись від контексту, але поява цих слів в українській мові необхідна для відбиття змін у суспільстві: як для позначення нових явищ, так і для вираження думок. Відкритість українського ринку для товарів іноземних виробників зумовила виникнення цілої мережі торговельних представництв, а відповідно й рекламних агенцій. Рекламні тексти стали обов'язковою складовою майже всіх друкованих видань [9].

Оскільки головною метою реклами є привернення уваги покупців, то у мові реклами часто трапляються слова, вживання яких не завжди виправдане. Оскільки на українському ринку багато імпортованих товарів, то рекламодавці маскують усім зрозумілі речі іноземними словами [11;120]. Так, в одному з рекламних оголошень читаємо: «ТОВ Євросервіс» постійно реалізує

м'ясорубки, картоплечистки, овочерiзки, кавомолки, фритюрницi електросковорiдки, кiоски. Характерним для рекламних оголошень є вживання запозичень паралельно iз власне українськими вiдповiдниками. На сторiнках рекламних оголошень досить часто трапляються рiзні варiанти позначень однiєї реалiї за допомогою синонiмiв: CD-плеєр. Це свiдчить про те, що мова намагається вiдшукати найкращий варiант для позначення iснуючої реалiї [11; 120,5;298].

Англiцизми використовуються також у рекламi. Вона несе в собі «iлюзiю унiкальностi», тобто враження неповторностi, значимостi товару, що рекламується, чи певної послуги. «Зараз у модi джемperi, мiнi та максi спiдници, шорти та топи...» [5;57, 13; 162].

1.7 Лексичнi трансформацiї при перекладi англiцизмiв

Переклад є зiставленням двох мовних систем на всiх рiвнях. Лiнгвiстичний рiвень перекладу є найнижчим в iєрархiї перекладацьких завдань, тим не менше, вiн вкрай необхідний для повноцiнної передачі змiсту тексту оригiналу. Зрозумiло, що перекладачу знадобиться передати не тiльки суму смислiв, закодованих у реченнях, але й iнформацiю, що вiдноситься до культури, традицiй, смакiв нацiї, що потребує виходу за суто лiнгвiстичну мовну систему (вищий рiвень перекладу) i називається екстралiнгвiстичною iнформацiєю, або фоновими знаннями. Але починається переклад з суто лiнгвiстичного рiвня.

Я вiдомо, лексико-семантичнi системи мов, що контактують при перекладi, суттєво вiдрiзняються за обсягом, мотивацiєю вживання певних слiв та картинами свiту, що формують синтагматичнi та парадигматичнi вiдносини слiв мiж собою. В процесi перекладу часто стає неможливим використання внутрiшньої форми слова чи словосполучення або ж його повної заміни, тобто до перекладацької трансформацiї. При лексичних перекладацьких трансформацiях робиться заміна окремих лексичних одиниць мови - джерела такими лексичними одиницями мови перекладу, якi не є їх словниковим еквiвалентами, але саме вони забезпечують адекватне розумiння перекладу.

Лексичні перекладацькі трансформації необхідні, тому що обсяг значень лексичних одиниць мови – джерела і мови – перекладу рідко співпадає у всьому об'ємі значень. Так, російське слово «час» співпадає з українським у значеннях виміру великих часових відрізків: час Пушкіна, літній/вільний час, тощо, але не співпадає з позначенням відрізка часу у 60 хвилин. В цьому випадку треба вжити слово «година». Англійське слово «flat» співпадає з українським значенням «квартира», але зовсім не має відповідника для такого свого значення, як «нависаюча над чимось частина будь якого предмету». Вміння замінити слово синонімічним елементом важливе як у мові, на яку перекладається, так і в рідній мові [85].

За визначенням А.В.Федорова існують три найбільш характерних причини лексичних трансформацій:

1. В мові перекладу немає словарного відповідника тому чи іншому слову оригіналу – взагалі чи в даному його значенні. Наприклад: у деяких африканських мовах відсутні слова, які позначають назви пір року. Замість цього вживають вислів: «Час, коли тепло» і «Час, коли холодно». Тому перекласти слово «весна» на ці мови є просто неможливим. В мові папуасів племені аснат є слово з таким значенням: «пливучи на каное, пристати до берега, щоб лягти на ньому спати». У мові ескімосів є 15 назв моржів: «морж, сплячий з головою під водою», «морж, сплячий у воді, у якого видно тільки ніс», «морж, плаваючий з місця на місце», «морж, який от-от має уплисти», «морж, пливучий без визначеного напрямку», «морж, пливучий на північ» (а також в напрямку всіх інших частин світу), і так далі. Англійське дієслово «fetch» потребує аж два українських дієслова для перекладу «піти і принести». Відсутність слова у мові називається лакуною. Вияв і фіксація лакун є важливою справою для Теорії перекладу, тому що важко уявити, що в мові перекладу відсутнє слово, яке існує в рідній мові, і що шукати його в словнику – марна справа.
2. Співпадіння є неповним, лише частково покриваючи значення слова мови – джерела. Так, при перекладі українського слова «палець» на англійську треба

бути впевненим, про яку частину тіла йдеться, тому що «палець руки» буде перекладатися – «finger», а «палець ноги» - «toe». Знайоме сьогодні багатьом англійське слово «weekend» також не має повного відповідника в українській мові, бо воно в оригінальному значенні має на увазі «вечір п'ятниці, суботу і неділю разом», а в нас є тільки поняття «вихідні», до яких п'ятниця не входить. Вирази «перейти міст» і «переїхати міст» в англійській мові будуть перекладатися «cross the bridge», а отже не дають уяви про засіб пересування через міст.

3. Різними значеннями багатозначного слова оригіналу відповідають різні слова у мові перекладу, в тій чи іншій мірі передаючи ці значення. Наприклад: маючи на меті перекласти слово «вал (фортеці)», перекладач зіткнеться з варіантами перекладу: bank, rampart, shaft, breaker, і тільки виявивши різницю у значеннях цих слів, він відбере слово «rampart» [45;103].

Типи лексичних трансформацій:

У своїй роботі «Теорія перекладу» В.Н.Комісаров виділяє такі типи лексичних трансформацій, що застосовуються у процесі перекладу:

- транскрибування і транслітерація;
- калькування;
- лексико – семантичні заміни: генералізація, конкретизація, модуляція, експлікація, адаптація, компенсація, ампліфікація;
- антонімічний переклад.

Транскрибування і транслітерація – способи перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом відтворення її форми за допомогою букв мови перекладу. При транскрибуванні відтворюється звукова форма іншомовного слова, а при транслітерації – його графічна форма (буквений склад). Ведучим способом у сучасній перекладацькій практиці є транскрипція зі збереженням деяких елементів транслітерації. Найчастіше такий спосіб перекладу застосовується для передачі власних назв і імен, що не змінюють своєї форми при переносі в іншомовний текст.

Оскільки фонетичні і графічні системи мов суттєво відрізняються, передача форми слова мови – джерела на мові перекладу, як правило, завжди трохи умовна і приблизна. Відсутність в українській мові таких англійських звуків, як [w], [], [] призводить до варіативності передачі англійських власних імен з такими звуками у складі. Наприклад William – Уільям і Вільям. Разом з тим, в англійській мові відсутні українські звуки [и], [ц], [г], [ї], що також ускладнює відтворення українських слів англійською мовою.

Калькування – переклад лексичної одиниці шляхом заміни її складових частин – морфем чи слів – їх лексичними відповідниками у мові перекладу; при цьому нове слово копіює структуру лексичної одиниці мови – джерела. Так, до англійського словнику ввійшли кальки українських слів «словосполучення» - «word – combination», «консерви» - «conserves» та ін. В деяких випадках використання калькування супроводжується змінами порядку слідування калькових елементів: «population – stifled city» - перенаселене місто.

Генералізація – це заміна одиниці оригіналу, яка має більш вузьке значення, одиницею перекладу з більш широким значенням. Генералізація застосовується в тих випадках, коли:

а) конкретне найменування якогось предмету нічого не говорить адресату перекладу;

Наприклад: «Рвала Женя золотунці» - діалектну назву краще просто замінити словом «квіти».

Б) є зайвим в умовах данного контексту;

Наприклад, у російській мові не прийнято вказувати зріст і вагу персонажів (якщо це не спорт або медицина), тому вислів young man of 6 feet буде замінено у перекладі на вислів «молодий чоловік високого зросту».

в) загальне значення є більш прийнятним зі стилістичних причин.

Наприклад: Britain has various dealings with the rest of the world – Британія має широкі економічні зв'язки з іншими країнами світу.

Конкретизація – це процес, протилежний генералізації – заміна слова або словосполучення з широким предметно – логічним значенням на одиницю мови

перекладу з бiльш вузьким значенням. В результаті одиниця мови – джерела виражає родове поняття, а одиниця мови – перекладу – бiльш вузьке видове поняття, яке входить до складу даного роду. В багатьох випадках застосування конкретизації пов'язане з тим, що у мові перекладу відсутнє слово з таким же широким значенням. Так, слово *thing* має дуже абстрактне значення і при перекладі на українську має конкретизуватися через звуження значення: предмет, факт, випадок, створіння, та ін.

She was a slenderthing in large spectacles. – Вона була тендітним створінням у великих окулярах.

Модуляцією, або смисловим узгодженням називається заміна слова/словосполучення мови – джерела одиницею мови перекладу, значення якої впізнається не на базі словарних відповідностей, а логічно виводиться із контексту.

His offer was so unusual. I had to think over once more. - Його пропозиція була такою незвичайною. Я повинен був ще раз подумати над нею.

Друге речення з цієї пари доцільніше доповнити словом «нею» згідно контексту [25; 47].

Експлікація (описовий переклад) – коли лексична одиниця мови оригіналу замінюється словосполученням, яке дає пояснення чи визначення цього значення. Часто застосовується для пояснення термінів або екзотизмів.

Eggnog – традиційний американський напій зі збитого молока, цукру, яєць та алкоголю. Недоліком цього виду трансформацій є багатослівність, тому треба намагатись дати найкоротше пояснення.

Адаптація – заміна невідомого відомим, незвичного звичним. Часто застосовується при перекладі фразеологізмів, сленгу, усталених фраз, які передбачає суспільна традиція.

bad egg – паршива вівця;

loony – псих.

Jack: Meet my colleague Mike, Mum. – Джек: Знайомся з моїм колегою Майком, мамо.

Mother: How do you do, Mike? – Мати: Дуже приємно, Майк.

Mike: How do you do? Pleased to meet you. – Майк: Дуже приємно. Радий бачити Вас (25; 36).

Компенсація – елементи смислу, об'єктивно втрачені при перекладі через різниці культур, які передаються іншим лексичним одиницям, при чому необов'язково у тому ж самому місці тексту, що і в оригіналі. Таким чином компенсуються іронія, гумор, каламбури, або емоційні висловлювання:

Bingo! – Отакої! Оце то да!

Ампліфікація – заміна скороченої назви якоїсь організації чи місця мови-джерела на повну назву мови перекладу. Прийом вимагає добрих краєзнавчих знань.

UK Ambassador – Посол Великобританії.

Nuclear power stations – АЕС (атомні електростанції)

Антонімічний переклад – заміна стверджувальної форми в оригіналі на заперечну в перекладі чи навпаки. В рамках антонімічного перекладу одиниця мови оригіналу може замінюватись не тільки прямо протилежною одиницею мови перекладу, але й другими словами і словосполученнями, виражаючими протилежну думку. Антонімічний переклад не є обов'язковим і вибір його застосування залежить від бажання перекладача, але бувають ситуації, де антонімічний переклад звучатиме більш природно:

Could you do me a favour, please? – Чи не зробили б ви мені послугу? - Чи могли б ви зробити мені послугу?

They failed to explain it. – Вони не змогли пояснити це.

I am not kidding. – Я вам серйозно кажу [25; 40].

В процесі перекладу інформації перекладач відшукує потрібне значення слова серед всіх можливих, якщо це слово полісемантичне. Зміст слова не автономний; він залежить від контексту, тому перекладач повинен вміти аналізувати контекст. Часом перекладачу достатньо аналізу самого слова, щоб відібрати потрібне значення, часом треба вийти на рівень словосполучення чи речення, а часом знадобиться прочитати весь текст, щоб зрозуміти всі нюанси

значень незнайомих слiв. Отже, перекладацька праця потребує терпiння, мовної догадки та широкої освiти [25; 203].

1.7.1. Передача англiйських особових та географiчних назв українською

В нiмецькомовнiй пресi часто зустрiчаються власнi назви, тому необхідно чiтко знати, як передавати їх рiдною мовою. В такому випадку доводиться часом використовувати наближенi фонеми (й графеми), оскiльки повних еквiвалентiв на орфографiчному, а тим бiльше на орфографiчному рiвнi майже не буває.

Так, при передачi англiйських голосних та приголосних фонем українською мовою iнколи iснують кiлька наближених варiантiв. Щоб здiйснити правильний вибiр перекладу, слiд звернути увагу на фактори, якi спричиняють такi розбiжностi:

- Позицiя фонеми в англiйському словi, яке виражає певну власну назву;
- Оточення фонеми в словi (з якими фонемами вона межує);
- Походження власної назви;
- Традицiя перекладу назви на українську мову.

Таким чином, наступнi звуки англiйської мови можуть передаватися такими українськими буквами чи буквосполученнями:

[æ] як [a] i [e]: Angela – Анджела / Енджела, Abel – Ейбел / Абель, Alicisa – Елiс / Алiса, Amelia – Амелiя / Емiлiя, Clarence – Клеренс / Кларенс, Dan – Ден / Дан, Pat – Пет / Пат, Wallence – Уоллес / Уоллас.

[l] як [a], [y] або й [o]: Ulrica – Алрiка / Улрiка / Ульрiка, Justin – Джастiн, Dough – Даг, Douglas – Дуглас, Ulster – Ольстер, Yuyana – Гайана, Durham – Дарем.

[ə] в ненаголошенiй позицiї має вiдповiднi еквiваленти в українськiй мовi: Abudja – Абуджа, Accra – Аккра, Rita – Рiта, Septimus – Септимус, Suffolk – Суффолк, Victoria – Вiкторiя.

[o] як [o]: Oslo – Осло, Olivia – Олiвiя.

Подовженi голоснi фонеми в англiйських власних назвах при перекладi на українську мову змiнюються короткими вiдповiдниками голосних:

[a:] як [a]: Arnold – Арнольд, Vaduz – Вадуч, Charles – Чарльз, Clerke – Карл;

[o:] як [o]: Augustus – Огамес, Cora – Кора, Osaka – Осака;

[u:]: iнкoли як [ju:] як [y]: Cooper – Купер, Julia – Джулія / Юлія, Ukraine – Україна;

[i:] як [i]: Eton – Ітон, Bikini – Бікіні;

[ə :] як [e]: Ernie – Ерні, Bert – Берт, Palermo – Палермо, Hamburg – Гамбург, Burma – Бірма;

Англійські дифтонги, як правило, в українській мові змінюються подібними звукосполученнями, хоча й тут є деякі винятки:

[ai] як [aj]: Ira – Айра, Brighton – Брайтон;

[au] як [au]: Down – Даун, Howell – Гауел;

[ei] як [ej]: Mabel – Мейбл, Beirut – Бейрут, Jane – Джейн;

[oi] як [oy]: Joy – Джой, Roy – Рой, Troy – Троя;

[əu] як [ou]: Rose – Розе, Snow – Сноу, Owen – Оуен.

Однак, деякі англійські власні назви, до складу яких входять дифтонги [əu] не мають відповідних звукосполучень [ou] в перекладі на українську Joseph – Джозеф, Romeo – Ромео, Roland – Роланд, Toronto – Торонто, Buffalo – Буффало; [eə] замінюється [e]: Arshire – Ершір, Gary – Гері, Delaware – Делавер, але: Ontario – Онтаріо;

[iə] [i, ej, iя]: Madeira – Мадейра, Nigeria – Нігерія, Silvia – Сільвія, Virginia – Вірджінія;

[uə/juə] як (у, ю): Muriel – Мюрієль, Amur – р. Амур, Moor – Мур, Huron – оз. Гурон, Missouri – Міссурі, Murmansk – Мурманськ, Zurich – Цюрих.

Не завжди, також, легко підбирати відповідні замітники англійських приголосних фонем в українській мові. Але в більшості випадках переклад приголосних здійснюється за встановленими традиціями:

[ð] замінюється на [m] чи [g], [z]: Cathie – Кеті, Carmarthen – Кармартен, Netherlands – Нідерланди, West-Lothian – Уест-Лотіан, Caruthers – Карудерс, Sutherland – Сатерланд;

[θ] на [m] [c] та [f] (в грецьких іменах): Edith – Едіт, Dorothy – Дороті, Theodore – Теодор, Ruth – Рут, Kathleen – Кетлін, Faith – Феїт/ Феїс, але: Carthage – Карфаген, Thebes – м. Фіви, Athos – Афон, Korinth – Корінф;

[ŋ] на [ng]: Angus – Ангус, Angola – Ангола, Bangui – Бангі, Bandung – Бандунг;

[ŋk] на [nk]: Sinclair – Сінклер, Spink – Спінк, Bronx – Бронкс;

[r] на [p]: Ralph – Ральф, Romeo – Ромео, Victoria – Вікторія, Austria – Австрія;

[l] на [л] чи [л’]: Wales – Уельс, Norfolk – Норфолк, Laos – Лаос, Linda – Лінда;

[w] на [в], [y]: William – Уільям/ Вільям, Walter – Уолтер/ Вальтер, Warsaw – Варшава, Wales – Уельс, Tweed – Твід.

2. Транскрибування і транслітерування при перекладі власних назв

Ці та інші голосні і приголосні фонемі англійської мови, знаходячись в різних комбінаціях, у більшості випадках передаються на українську мову відповідно до загальних правил читання. Саме тому англійські власні імена також транскрибуються на українську мову.

Транскрипція лише ті англійські імена та прізвища, до складу яких входять специфічні голосні фонемі англійської мови, які утворюються за допомогою різних звукових буквених комбінацій: Abel – Ейбел, Aileen – Ейлін, Bab – Беб, Paula – Пола, Chauncey – Чонсі, Eli – Ілай, Lewis – Льюїс, Laura – Лора, Лаура, Mabel – Мейбл, Pius – Пій, Ralph – Ральф/ Рейф, Sadie – Сейді, Theobald – Тієбальд, Wallace – Уоллес/ Уоллас.

Не дивлячись на значні розбіжності, які існують між фонетичними системами двох мов, ряд англійських власних імен передаються українською мовою способом транслітерації: Bart – Барт, Bill – Білл, Barbara – Барбара, Diana – Діана, Em – Ем, Flo – Фло, Linda – Лінда, Leo – Лео, Nikola – Нікола, Veronica – Вероніка, Victor – Віктор, Viola – Віола, Barker – Баркер, Collins – Коллінс, Cronin – Кронін, Adams – Адамс.

В деяких англійських власних іменах при транслітерації на українську мову упускаються або добавляються літери. Такий вид перекладу застосовують, коли справа стосується англійських власних назв зі специфічними орфографічними формами для того, щоб уникнути порушень традиційно встановлених правописних норм української мови: McIntosh – Макінтош, McDonald – Макдональд, Dinah – Діна, Longfellow – Лонгфело, Williamson – Вільямсон, McEnroe – Макенро.

В деяких випадках англійські власні імена та географічні назви перекладаються на українську мову частково способом транслітерації, а частково – транскрибування: Bellingshausen Sea – море Беллінсгаузена, Brooklyn – Бруклін, Cameroen – Камерун, Huntington – Гантінгтон, Libreville – Лібревіль, Jackson – Джексон, Aberden – Абердін, Valentine – Валентайн, Newton – Ньютон.

Окрім того, точність перекладу англійських власних назв на українську мову може зумовлюватися деякими лінгвістичними факторами, а саме: відсутність в українській мові точних фонематичних та орфографічних засобів передачі специфічних англійських звуків і буквосполучень; встановлені традиції, відповідно до яких перекладаються деякі власні назви. Наприклад: Ethan – Ітан, Theodora – Теодора, Thomas – Томас, Thorne – Торн, Fitzdarence – Фітцкларенс, Ghoorka – Гурка, Hugon – Гюгон, Hutchinson – Гачінсон, Ptolemy – Птолемей, Roxburgh – Роксбро, Wriothsley – Райтелі.

3. Нововведення щодо перекладу особових і географічних назв

Слід відмітити, що останнім десятиріччям в радянському перекладі існувала тенденція не перекладати іноземні назви, а передавати їх способом транслітерації чи транскрибуванням. На сьогоднішній день до українського правопису було внесено деякі зміни щодо перекладу іноземних власних назв. Так, деякі власні імена людей та географічні назви, які раніше перекладалися нині транслітеруються або транскрибуються. Наприклад: Michael Faraday більше не Михайло Фарадей, а Майкл Фарадей, George Washington – Джордж (а не Георг) Вашингтон, Salt Lake City більше не місто Солоного Озера, а місто Солт Лейк Сити тощо. Дана тенденція перекладу може бути поміченою і при перекладі інших власних назв, включаючи географічні назви: Arkansas – Арканзас (ріка і штат США), Belfast/ Chicago – Белфаст/ Чикаго, San Francisco – Сан-Франциско; Kaniv – Канів, Ismail – Ізмаїл.

Значна кількість англійських географічних назв перекладаються на українську мову також за транскрипцією: Buckinghamshire – Бакінгемшир, Chile – Чілі, Capetown – Кейптаун, Ohio – Огайо, Dashwood – Дешвуд, Freetown – Фрітаун, Jersey – Джерсі.

В деяких випадках при перекладі власних назв може одночасно використовуватися і транскрипція, і транслітерація. Це можна прослідкувати на нижче поданих прикладах.

Birmingham – Бірлінген, Brighton – Брайтон, Kingstown – Кінгстаун, Sheffield – Шефїлд, Wyoming – Вайомінг, Paraguay – Парагвай, Blackpool – Блекпул, Tobruch – Тобрух.

Деякі географічні назви та власні імена мають традиційно встановлені форми, які не передаються ні відповідним звуковими, ні орфографічними еквівалентними формами англійської мови: Gus Hull – Гес Холл, Maine – Мен, New Orleans – Новий Орлеан, Texas – Техас, Babylon – Вавилон, Cyprus – Кіпр.

Назви морів, океанів, заток, архіпелагів, перешийків, проток, каналів, адміністративних територій, складних назв країн, завжди перекладаються: the Pacific, Atlantic, Indian Ocean – Тихий, Атлантичний, Індійський океан; the Gulf of Mexico – Мексиканська затока; North Sea – Північне море; North Cape – мис Нордкат; Balkan Peninsula – Балканський півострів; the Carpathians – Карпатські гори; Sea of Azov, the Caspian Sea, Black Sea, Red Sea – Азовське, Каспійське, Чорне, Червоне море.

Географічні назви, які утворилися за допомогою загальних іменників мають звичайний переклад з однієї мови на іншу: *Cape of Good Hope*, *Cape May*, *Cape Horn* – Мис Доброї Надії, Мис Горн; *Great Bear* – Велике Ведмеже озеро; *Dead Sea* – Мертве море.

Слід також пам'ятати, що деякі англійські національні географічні назви мають історично встановлені варіанти: *Kola Peninsula* – Кольський півострів, *Ladoga* – Ладозьке озеро, *Hindustan* – півострів Індосан, *Borneo* – острів Борнео.

Отже, проаналізувавши правила, принципи і способи перекладу особових та географічних назв з української мови на англійську і навпаки, ми прийшли до наступних висновків.

У процесі суспільної діяльності люди вступають у різні стосунки, обмінюються досвідом з усіх сфер життя, передають інформацію, від покоління до покоління. Це спілкування відбувається за допомогою мови. «Мова – це форма нашого життя, життя культурного й національного, це форма нашого організування. Мова – душа кожної національності, її святощі, її найцінніший скарб. У мові наша стара й нова культура, ознака нашого національного визнання. Мова – це не тільки простий символ розуміння, бо вона витворюється в певній культурі, в певній традиції. В такому разі мова – найясніший вираз нашого психічного Я. І поки живе мова – житиме й народ».

І саме за допомогою перекладу людство має змогу знайомитись з життям, культурою, традиціями, літературою, поезією, науковими досягненнями інших народів. Сьогодні Україна перебуває у тісних стосунках з багатьма країнами світу і тому проблема перекладу є нині надзвичайно актуальною. Справа в тому, що коли якась особова/географічна назва або назва української реалії суспільно-політичного життя (кутя, гопак, гривня, дума тощо) з'являється у відповідному написанні англійською мовою, більшість інших, навіть престижних у відповідному регіоні мов, сприймають цю назву в такій чи близькій до неї лінгвістичній формі.

Звичайно, абсолютних еквівалентів на орфографічному, а тим більше на фонологічному рівні у таких випадках майже не буває, тому що звуки того самого класу у різних мовах часом зовсім не схожі між собою. Звідси випливає, що тотожних трансформів на рівні звукового відтворення всіх українських власних та інших назв англійською мовою не може бути. Тому при перекладі власних назв англійською мовою (як і англійських – українською) доводиться інколи використовувати наближені фонemi (й графеми).

На сьогодні ще не встановлено чітких правил перекладу власних назв з української мови на англійську та навпаки. В більшості випадків переклад здійснюється способами транслітерації. Досі залишається не врегульованим відтворення деяких українських голосних звуків англійською мовою.

Звук [u] передається через [i] та [y]; афікси –ий, –ій змінюються графемою у та афіксом –іі; афікси –іів, –іів змінюються на –уів, –іів;

[йа] передається буквосполученням уи чи графемою и;

[йі] може передаватися буквосполученням уі та іі; звукосполучення [ай] відповідає дифтонгові [aj];

Наступні голосні звуки англійської мови можуть передаватися такими звуками та звукосполученнями:

[æ] як [а] і [е]; [ʌ] як [а], [у], [о]; [ə] як [а], [у], [о]; [o] як [о]; [a:] як [а]; [o:] як [о]; [u:] інколи [ju:] як [у]; [i:] як [і]; [ə:] як [е]; [ai] як [ай]; [au] як [ау]; [ei] як [ей]; [oi] як [ой]; [əu] як [оу]; [eə] як [е]; [iə] як [і, ей, іай]; [əu], [jue] як [у, йу].

Переклад приголосних з англійської мови, як правило, здійснюється за встановленими традиціями:

[ð] змінюється на [т], [д], [з]; [θ] на [т], [с], [ф]; [ŋ] на [нк]; [r] на [р]; [l] на [л]; [w] на [в], [у],

Англійські власні імена транскрибуються чи транслітеруються на українську мову. Транскрибуються лише ті власні імена, прізвища чи географічні назви, до складу яких входять специфічні фонemi даної мови. В деяких англійських назвах зі специфічними орфографічними формами на українську мову упускаються або добавляються літери. Фактори, які спричиняють власні назви перекладаються на українську мову частково способом транслітерації, а частково – транскрибування. Фактори, які спричиняють розбіжності при перекладі:

- 1) позиція фонemi в слові, яке виражає певну власну назву;
- 2) оточення фонemi в слові;
- 3) походження власної назви;
- 4) традиція перекладу назви.

Прізвиська людей, як правило, перекладаються безвідносно до мови з якої вони походять. Деякі власні імена та географічні назви, які раніше перекладались тепер транскрибуються чи транслітеруються і навпаки, ті які транскрибувались тепер транскрибуються. Іноді при перекладі власних назв

може одночасно використовуватись і транскрипція, і транслітерація. Назви морів, океанів, заток, проток, архіпелагів, островів, каналів тощо завжди перекладаються. Географічні назви, які утворилися за допомогою загальноживаних іменників мають звичайний переклад з однієї мови на іншу. Деякі національні географічні назви мають історично встановлені варіанти.

Головним принципом адекватного відтворення цих одиниць національної номінації має бути передача якомога ближче до оригіналу їх звукової структури. Це можуть бути різні способи – і транскрипція, і комбінований спосіб відтворення цих засобів лексичної номінації. Допустимими можуть бути і два способи передачі того самого ймення чи географічної назви англійською мовою.

Висновок до роздiлу I

Англiцизм – рiзновид запозичення; слово, його окреме значення, вислiв тощо, якi запозиченi з англiйської мови або перекладенi з неї чи утворенi за її зразком. У переважнiй бiльшостi – це слова, що стосуються: технiки, полiтики, економiки, торгiвлi, спорту, культури. Родове оформлення англiцизмiв на нiмецькому ґрунтi вiдбувається за рiзними законами нiмецької граматичної системи. Процес запозичення iншомовних слiв неоднозначно впливає на розвиток нiмецької мови. З одного боку, вiдбувається її збагачення, але, з iншого боку, витiсняються власнi елементи, що замiнюються на слова за побiдним значенням. Вони виконують роль збагачення словникового складу загальноживаної мови. Процес впливу англiйської мови на мову нiмецької преси був незначний до 90х рокiв ХХ столiття. Збiльшення частки англiйської лексики в нiмецькiй пресi з 1990х рокiв може пояснюватися тим, що цей перiод характеризується дедалi бiльшим процесом глобалiзацiї мiжнародних зв'язкiв, наростанням мовних контактiв та всесвiтньої популяризацiї англiйської мови. У перiод з 2000 по 2007 роки процес прогресуючого проникнення англiцизмiв в нiмецьку мову посилився. Робота основана на проблемi перекладу англiцизмiв в нiмецькiй пресi. Дослiджена проблема перекладу англiцизмiв та їх функцiй: привернути увагу читача, вони служать для номiнацiї нових предметiв i явищ, слугують економiї мовних засобiв i точностi висловлювання, виступають в якостi рiзних стилiстичних засобiв, є модними словами, надають тексту мiсцевий колорит, а також постачають до нiмецької мови синонiми, надаючи тексту семантичну варiативнiсть.

РОЗДІЛ II. ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ В НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ ТА ЇХНІЙ ПЕРЕКЛАД

2.1. Особливості перекладу англiцизмiв у нiмецькомовнiй пресi на основi проаналiзованих статей

Проаналізувавши велику кількість журналів та газет різної тематики німецькою мовою, а саме спорт, автомобілі, мода, психологія, комп'ютерні технології та медицина, можна зробити висновок, що англiцизм є досить поширеним явищем. Читання статей з подiбною термiнологiєю дуже цікаве та пiзнавальне. З одного боку вони збагачують мову та роблять інформацію більш модерною, а з іншого вимагають від читача знання та розуміння того чи іншого терміну. Для дослідження використано 86 статей, в кожній з яких зустрічається запозичення з англійської, для перекладача є дуже важливим передати влучно та коректно англiцизм в певному контексті на рідну мову. Під час аналізу друкованих матеріалів німецької преси, майже в кожній вживався один або ж більше англiцизмiв. У роботі перекладені всі речення з 85 статей, де використані запозичення. Кожний англiцизм має свій спiсiб перекладу на українську мову, а саме транслітерація, транскрибування, калькування, дослівний переклад, описовий переклад, упушення інформації, використання семантичних аналогів, дослівний переклад з поясненням реалій. Функціями англійських слів є зменшення тавтології та поширення синонімічного ряду, влучне використання терміну, який не має аналогу в німецькій мові та прагнення до стислості.

1. „Laut einer Umfrage, die das Magazin „Stern“ beim Forsa-Institut in Auftrag gegeben hatte, sind 42 Prozent der Bundesbürger dafür, den Klassiker einzustellen.“ (див. дод. А, 1) [79].

«Згідно з опитуванням, яке провів журнал „Stern“ в Форс інституті – 42% громадян ФРН, слухають класичну музику». Слово das Magazin є термінологічним синонімом die Zeitschrift і має буквальний переклад – журнал.

2. „Im Herbst des letzten Jahres verschlechterte sich Maries Zustand. „Der Organismus war nicht mehr so belastbar“, weiß Sabine Rösler. Die Ärzte rechneten mit dem Schlimmsten. „Ich hab meine Tochter quasi erpresst“, sagt Maries Vater lächelnd. Er versprach ihr einen Shopping-Tag, wenn sie weiter durchhalte.“ (див. дод. А, 2).

«Восени минулого року погіршувався стан Марі. «Організм більше не міг боротися з хворобою» - каже Сабіна Ресле. Лікарі готувалися до гіршого. «Я

ніби шантажував мою дочку» - каже батько Марі, посміхаючись. Він обіцяв їй один день шопінгу, якщо вона далі витримає.» Англіцизм Shopping-Tag є частково асимільованим словом, і перекладається, як день шопінгу - способом транскрибування.

3. „Alle lieben Bob! Und auch Kelly Rowland hatte sich Anfang 2014 die trendige Kurzhaarfrisur zugelegt, die ihr wirklich ausgezeichnet steht. Allerdings nicht ganz freiwillig, wie die Sängerin jetzt gegenüber dem „People“ – Magazin verraten hat. In Wirklichkeit musste die Bob-Frisur her, weil Kelly nach einem Färbeunfall keine andere Wahl blieb. Klingt dramatisch? Ist es auch!“ (див. дод. А, 3) [80]. «Ми всі любимо Боб-каре! І Келлі Роланд зробила на початку 2014 року модну коротку зачіску, яка личить їй дійсно чудово. Проте, не зовсім добровільно, як дізнався журнал „People“. Насправді, Боб-каре був необхідний, тому що після невдалого фарбування у Келлі не було іншого вибору. Звучить драматично? Чи не занадто!»

Bob – це вид зачіски, перекладається як Боб-каре способом транслітерації з поясненням термін.

4. „Ein charmanter Abend war es mit dieser vor-vor-vor-letzten Sendung von „Wetter, dass...?“ aber im Grunde doch: Der “Shoppingqueen”- König und Designer Guido Maria Kretschmer plauderte von seinen Windhunden, Hollywood-Schauspielerin Cameron Diaz blieb länger als erwartet und machte sogar bei dem Spielchen mit, so zu tun, als würde sie tatsächlich einer der Wetter mit einem Cabrio zum Flughafen Lahr fahren – und nicht ihr Bodyguard in einer Limousine.“ (див. дод. А, 4) [76].

«Це був чарівний вечір перед-перед-перед останньої передачі «Суперечки, про ...»: Король «Шоппінгкоролеви» і дизайнер Гуїдо Марія Кретчмер базикав про його собаку Борзаю, актриса Голлівуда Камерон Діаз залишилась на шоу довше ніж очікувалося і брала участь навіть у маленькій грі, начебто б вона їхала одна в погану погоду на кабріолеті до аеропорту Лар і з нею не було особистого охоронця на лімузині.»

Слово Shoppingqueen перекладаємо дослівно, так як це назва телевізійної передачі. Designer – дизайнер, людина яка пов'язана з модою, це найбільш влучний переклад у цьому контексті способом транслітерації. Англійське слово Bodyguard – охоронець, маж лише одне значення і має дослівний переклад.

5. „YouTube bleibt in der Türkei gesperrt. Das Videoportal YouTube bleibt in der Türkei trotz Druck aus dem In-und Ausland weitersperrt. Ein Gericht in Ankara korrigierte einen Beschluss zur Aufhebung der Sperre, nachdem die Staatsanwaltschaft Widerspruch eingelegt hat ...“ (див. дод. А, 5) [82]. «YouTube залишається забороненим в Турції. Відеоportal YouTube залишається далі забороненим в Турції всупереч тиску своєї країни та за

кордоном. Суд в Анкарі скасував рішення щодо заборони після того як виникли протиріччя з прокуратурою, повідомляє радіостанція СНН тюрк.» В даному випадку має місце графічне відображення запозичення без будь-яких змін оригінального написання YouTube. Слово Videoportal – транслітерується на українську мову.

6. „, Die Fußball-Bundesliga regt sich auf: Trainer Pep Guardiola hat beim Gastspiel des alten und neuen Meister FC Bayern München beim FC Augsburg die Stars geschont, drei Nachwuchsspieler eingesetzt und 0:1 verloren. Andere Klubs wittern Wettbewerbsverzerrung, aber Guardiola hat richtig gehandelt. Kennen Sie Alessandro Schöpf, Patrick Wehrauch und Daniel Wein? Nicht? Und mir der Hilfe: Alle drei haben etwas mit dem FC Bayern München zu tun? Nein, es sind nicht die Spieler aus der Regionalliga-Reserve, die Trainer Pep Guardiola gegen den FC Augsburg statt der Bayern-Stars eingesetzt hat.“ (див.дод. А, 6) [59].

«Футбольна Бундесліга захвилювалася: під час виїзного матчу старої і нової футбольної команди Баварія Мюнхен з футбольним клубом Аугсбург, тренер Пеп Гуардіола використав трьох гравців підлітків і програв 0:1. Інші клуби відчують конкурентну боротьбу з порушенням правил, Гуардіола діє вірно. Чи Гуардіола проти футбольного клубу Аусберг замість зірок Баварівців.» Розглянемо термін Regionalliga, який має дослівний переклад регіональна ліга. А термін Reserve відноситься до соціальної сфери. І має переклад зберігати або резервувати. В нашому контексті влучно використати «резервна» - Регіональна резервна ліга.

7. „,Die Durchschnitts-Barbie heißt Lammily. Klingt komisch, ist aber so, weil sie von Nickolay Lamm erdacht wurde. Der Künstler hatte schon im Juli 2013 eine Barbie im klassischen Look mit durchschnittlichen Frauenproportionen vorgestellt, sie bei Medien und Öffentlichkeit auf positives Interesse stieß. So positiv, dass Lamm sich daran machte, eine eigene Plastikdame zu entwerfen, mit der sich ganz normale Frauen beziehungsweise Mädchen identifizieren können.“ (див. дод. А, 7) [79].

«Різновид Барбі Ламілі. Звучить дивно так як її придумав Ніколай Лам. Художник представив в середині липня 2013 року Барбі з класичним луком з середніми жіночими пропорціями, яка, на думку засобів масової інформації та громадськості, викликала позитивний інтерес. Настільки, що Лам почав проектувати власну пластикову даму, з якою себе можуть ідентифікувати звичайні жінки та дівчата.»

Термін Look – має термінологічний синонім Aufmachung (зовнішність), але в даному контексті його використання не є влучним, так як описується весь зовнішній вигляд, манера одягатися, тому перекладаємо способом транслітерації – лук.

8. «Millionen E – Mail – Adressen sollen möglichst rasch informiert werden. Das

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) will das Verfahren am Montag in Bonn vorstellen. Von dem jüngsten Diebstahl von 18 Millionen E – Mail – Adressen sind mindestens drei Millionen deutsche Nutzer betroffen. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik will am Montag um 11.30 Uhr über das Vorgehen beim jüngsten Datenklau von 18 Millionen E – Mail – Adressen informieren. Damals hatte das BSI einen Sicherheits – Check im Netz eingerichtet. Nutzer konnten dort ihre Mail – Adresse angeben und prüfen, ob sie betroffen waren. Die Website war mehrfach unter dem Ansturm der Nutzer zusammengebrochen.» (див.дод.А,8) [73].

«Мільйони E – mail повинні інформуватися скоріше. Федеральне відомство надійності в інформаційній техніці хоче представити процес в понеділок у Боні. Мінімум 3 мільйони німецьких користувачів зазнали крадіжки 18 мільйонів електронних адрес. Федеральне відомство надійності в інформаційній техніці хоче повідомити, в понеділок об 11.30 про недавні крадіжки 18 мільйонів електронних адрес тоді компанія встановила захисний чек по мережі. Користувачі можуть вказувати свою поштову адресу і перевіряти чи були на ній порушення.»

В даному випадку має місце графічне відображення запозичення без будь – яких змін оригінального написання E – mail. Термін Netz (скорочено від Internet) – мережа інтернет – перекладається способом транслітерації.

9.»Mehrerer dieser Ballons gehören zum «Project Loon» , das Google ins Leben gerufen hat. In gut Wochen hat einer der Google – Ballons von «Project Loon» den Erdball umrundet. Google will mit dem Projekt das Internet in entlegene Regionen der Welt bringen. Mehrere solcher Ballons in rund 30 Kilometern Höhesollen das Signal zur Erde funken. Facebook arbeitet an einer ähnlichen Idee. Google hat einen Ballon für sein Internetzugangs – Projekt Loon mit einer Erdumrundung getestet.»(див.дод.А,9) [67].

«Більшість таких повітряних куль належить до Проджект Лун, який створив Google. За 3 тижні одна з куль Google облетіла земний шар. Google хоче проводити інтернет у віддалені регіони світу. Деякі з таких куль на висоті приблизно 300 км повинні передавати по радіо сигнал до землі. Facebook працює над схожою ідеєю. Google випробував кулю для Інтернет проекту Лун по всій Землі.»

В даному випадку має місце графічне відображення запозичення без будь – яких змін оригінального написання google, facebook.

10. „Das muss nicht sein! Er ist der hierzulande der einzige, der in Form eines Börsendienstes aus Übernahmen Profit schlägt. Gemeinsam mit dem Herausgeber seines Dienstes, Rolf Morrien, erreicht Gravenkötter Resultate, von denen andere nur träumen können: Seine Anleger erzielen alle paar Wochen zwei- und dreistellige Prozentgewinne.“ (див. дод. А, 10) «Цього не може бути! Він тут єдиний, хто отримує прибуток з біржі, взятої під свій контроль і управління. Разом з редактором його служби Рольм Морін, досягає великих результатів, про які інші можуть тільки мріяти: його інвестори отримують за декілька тижнів двохзначний та трьохзначний прибуток у відсотках.» Термін Profit-прибуток, використовується замість нiмецького Gewinn, і має дослівний переклад.
11. „Die Frisuren der Oscars 2013. Edle Hochsteckfrisuren, schimmernde Wellen: Stars wie Jennifer Lawrence und Reese Witherspoon präsentierten bei den Academy Awards Hollywood-Glamour. Heimliches Highlight waren allerdings die kurzen Haare von Charlize Theron. Wir zeigen die schönsten Oscar-Frisuren.“ (див. дод. А, 11) [79]. «Зачіски Оскару 2013. Елегантні вискові зачіски, мерехтливі хвилі: зірки, представили Дженніфер Лоуренс і Різ Уізерспун на Всесвітньої Академії голлівудського гламуру. Проте, несподіванкою було коротке волосся Шарліз Терон. Ми покажемо вам кращі зачіски Оскару.» Термін Highlight має термінологічний синонім в нiмецькій мові Überraschung – дослівний переклад, якого несподіванка. Слово Оскар є власною назвою і перекладається способом транслітерації.
12. „Doch vor Ort ist er geschockt. Nur zwei Tage nach der Eröffnung sind die ersten Graffiti-Schmierereien nicht zu übersehen. Es ist nicht das erste Mal, dass Neues in der Stadt so schnell beschädigt wird. Auch gleich nach Eröffnung des neu gestalteten Bahnhofvorplatzes waren die Wände über Nacht verunstaltet worden.“ (див. дод. А, 12) «Він шокований. Тільки через два дні після відкриття, він побачив перше графіті. Це не вперше, коли щось нове пошкоджують у місті. Після відкриття нової фасади вокзалу стіни були розмальовані вночі.» Термін Graffiti-графіті, є модним молодіжним словом, що означає малюнки на стінах і перекладається способом транскрибування.
13. „Wenn Sie zukünftig einen Tippspieler als Favorit hinzufügen wollen, müssen Sie lediglich im Menüpunkt „Tippübersicht“ in der Einzelwertung auf den jeweiligen Alias-Namen des Mitspielers klicken, dann öffnet sich eine zweite Zeile unterhalb des gewünschten Mitspielers. Klicken Sie dort auf „Favorit“, erscheint ein kleines, grünes Bestätigungs-Fenster. Von da an wird dieser

Mitspieler zusätzlich zu den Top 10 und den direkt hinter bzw. vor Ihnen im Ranking stehenden Mitspielern mit aufgelistet – gekennzeichnet durch einen kleinen gelben Balken am linken.“ (див. дод.А, 13) [68].
«Якщо Ви хочете додати до майбутнього гравця вказівку фаворита, Ви повинні натискати в пункті меню «огляд вказівок», в індивідуальній оцінці відповідне ім'я партнера, тоді розкривається другий рядок. Натисніть там «фаворит», з'явиться маленьке, зелене підтвердуюче вікно. З цього цей партнер доданий до Топ-10 і безпосередньо знаходиться позаду або перед Вами в таблиці партнерів – позначених маленькою жовтою смугою зліва.»
Термін Favorit має термінологічний синонім в нiмецькій мові Günstlich і перекладається, як фаворит способом транскрибування.

14. „Am Ende saßen die Spielerinnen gegen die Wand gelehnt, blickten ins Weite und dabei ins Leere. Und während ihnen die Tränen die Wangen hinad kullerten, wurde ihnen bewusst: Die Damenmannschaft des Club Raffelberg ist gerade aus der Hallenhockey-Regionalliga abgestigen.“ (див. дод. А, 14) [80].
«В кінці гравці сиділи притулившись до стіни, дивилися в далеч, в порожнечу. І в той же час сльози котилися вниз, вони знали: Жіноча команда клубу Раффелберг спустилася з регіональної ліги хокею нижче.»
Термін des Club – клуб перекладається способом транслітерації. Раффелберг є власною назвою і перекладається способом транслітерації.
15. „An Hollands Küste können Hunde mit allen Sinnen genießen: Im Meer tollern, mit Strandgut spielen. Laden Sie hier Ihr liebstes Foto von Ihren Hund als „Spürnase“ hoch und gewinnen Sie einen Ferienhausurlaub auf Texel.“ (див. дод. А, 15) [63].
«На узбережжі Голландії собаки можуть насолоджуватися життям: Вони бешкетують у морі, грають з пляжним майном. Відправте Вашу найулюбленішу фотографію собаки і виграйте відпустку у літньому будинку на Тексель.»
Holland – це власна назва, яка перекладається способом транслітерації Голландія. Foto має термінологічний синонім Abbildung, перекладається як фото, фотографія способом транскрибування.
16. „Smartphones und Tablet Computer gehören immer selbstverständlicher zum Allteg“, meint Thomas Detterberg, Vertriebs- und Marketingchef der Stadtwerke Gelsenkirchen GmbH.“ (див. дод. А, 16) [72].
«Смартфони і планшети належать на сьогоднішній день до найбільш вживаних приладів» - вважає Томас Деттерберг, менеджер збуту і маркетолог фірми з обмеженою відповідальністю.»
В даному випадку має місце графічне відображення запозичення без

будь-яких змiн оригiнального написання Smartphone та Tablet-Computer. Термiн Tablet-Computer також мають пряме значення – планшет або таблетка.

17. „Ganz bequem von Zuhause aus: Ein Drittel der Deutschen plant den Urlaub online und verbringt dafür Stunden vor dem Bildschirm. Worauf Verbraucher achten müssen. Die Reiselust der Deutschen ist ungebrochen: 78 Prozent wollen dieses Jahr mindestens eine Urlaubsreise von fünf Tagen oder länger antreten. %% Millionen Menschen werden dabei unterwegs sein und geschätzte 64 Milliarden Euro ausgeben. Ein neuer Rekord, wie die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen berichtet. Hinzu kommen fast 80 Millionen Kurzreisen bis zu vier Tagen, für die Reisende dieses Jahr noch mal rund 20 Milliarden Euro locker machen werden. Mächtiger Treiber dabei ist – wie in so vielen Branchen – das Internet. Buchte 2005 nur jeder zehnte Deutsche seinen Urlaub mit der Maus, macht das heute schon jeder dritte. Der Klick vor Reiseantritt ist längst Standard, das Reisebüro an der Ecke wird zur bedrohten Spezies.“ (див. дод. А, 17) [78].

«Досить зручно робити це з дому: третина нiмцiв планує вiдпустку в режимi онлайн i проводить для цього годину перед екраном. На що споживачi повиннi звертати увагу. Пристрастi нiмцiв до подорожей: 78% хочуть побувати цього року мiнiмум в однiй вiдпустцi на 5 днiв або бiльше. Так 55 млн. чоловiк будуть вiдпочивати i витратять близько 64 млрд. євро. Це новий рекорд, як повiдомляють дослiдники. Сюди вiдносяться майже 80 млн. короткострокових подорожей до 4 днiв, для мандрiвок буде витрачено приблизно 20 млрд. євро. Якщо тiльки кожен десятий нiмець бронював в 2005 його вiдпустку клiком мишею, сьогоднi це робить вже кожен третiй.» Термiн online – використовується в сферi комп'ютерних технологiй, а саме мережi Інтернет. Перекладається способом транскрибування онлайн.

18. „Reiseplanungen im Web und mit einer App nehmen stark zu Tippen, klicken – schon ist der nächste Urlaub fertig organisiert. Zumindest für diejenigen. Die online buchen. Oft verschiebt sich damit die Suche nach der Traumreise vom Reisebüro aufs Sofa. Die Vorteile der Online-Reiseplanung liegen auf der Hand: Das Angebot ist riesig und noch nie gab es so eine große Preistransparenz und so viele günstige Angebote wie heute.“ (див. дод. А,18) [69].

«Планування вiдпочинку в Інтернетi i з мобiльного зростає. Введення даних, натискання, - i вже наступна вiдпустка оргiнована. Щонайменше, для цього потрiбне бронювання в режимi онлайн. Часто пошуком чудесної подорожi займаються на диванi. Переваги

туристичного планування онлайн очевидні: Асортимент величезний і ніколи ще не мали такої великої цінової різноманітності і багатьох сприятливих пропозицій як сьогодні.» Термін App – мобільний телефон марки Apple виконується переклад з використанням семантичних анаголів.

19. «Der Dienst Zattoo ermöglicht über ein kostenpflichtiges Abo-Modell den Fernsehempfang auf Smartphones oder etwa Tablets». (див. дод.А,19) {67}.

«Служба Затто робить можливим прийом телепередач на Смартфони або наприклад, планшети згідно тарифікації абонента».

Назва фірми Zattoo-власна і може мати оригінальне написання або перекладатися способом транслітерації. В даному випадку має місце графічне відображення запозичення без будь-яких змін оригінального написання Smartphone та Tablet-Computer. Термін Tablet-Computer також мають пряме значення – планшет або таблетка.

20. „Das ZDF behält die Rechte – und denkt auch über eine Wiederaufnahme der Show nach. Und Markus Lanz hat ausgerechnet jetzt die Quotenwende geschafft“. (див. дод. А, 20)

«Друге Німецьке телебачення зберігає права – і розмірковує також над відновленням шоу. І Маркус Ланц зробив для цього частковий крок».

Термін die Show – перекладається способом транскрибування шоу.

21. „Vor Jahren schon zeigten Show und Showmaster Abnutzungserscheinungen. Beides stand im Zusammenhang“. (див. дод. А,21) [71]

«Вже багато років тому вже шоу і ведучий втратили інтерес глядачів. І те й інше перебувало у зв'язку».

Der Showmaster – термін англійського походження, має дослівний переклад ведучий шоу-програм.

22. „Ohne Angst vor der Klischee-Falle trat Türkin Elif mit einem Tarkan-Hit an und überzeugte.“ (див. дод. А, 22) [74].

«Без страху перед засідкою стереотипів туркеня Еліф виступила і виконала хіт Таркан.»

Термін der Hit використовується в музиці і означає якусь відому пісню, перекладається способом транслітерації хіт. Tarkan – імя відомого турецького співака перекладається способом транслітерації.

23. „Am 6. Februar 2014 startet die neunte Staffel von „Germanys next Topmodel“ – und wir sind schon so gespannt auf die neuen Kandidatinnen in Heide Klums Modelshow! Ein paar der Mädchen sind schon auf Instagram. Dark Instagram, Facebook und Twitter konnten wir Heide Klums neue Mädchen schon vor dem offiziellen TV-Start von GNTM am 6. Februar 2014 kennenlernen.“ (див. дод. А, 23) [70].

«6 лютого 2014 стартує дев'ятий сезон «Наступна Топмодель Німеччини» і ми в напруженні чекаємо на нових кандидаток в шоу моделей Хайді Клум! Кілька дівчаток активно користуються Instagam. Завдяки Instagam, Facebook і Twitter ми побачимо нових дівчат Хайді Клум перед офіційним телевізійним стартом НТН блютого 2014.» Назва розважального шоу Germanys next Topmodel – наступна топ модель Німеччини - має дослівний переклад або ж може зберігатися в оригінальному вигляді. В даному випадку має місце графічне відображення назв мереж комунікації без будь-яких змін оригінального написання Instagram, Twitter, Facebook.

24. „Der Schuss traf sinnbildlich eine ganze Generation. Es war eine der dunkelsten traurigsten Tage meines Lebens, sagt der Journalist und Buckautor Charles R. Cross der Nachrichtenagentur dpa in New York. Cross arbeite mehr als fünfzehn Jahre lang als Editor des Musikmagazins „The Rocket“ in Seattle und erlebte den Aufstieg und das Ende von Nirvana mit.“ (див. дод. А., 24) [60].

«Постріл був символічним для всіх поколінь. Це був один з найтемніших, найсумніших днів мого життя, говорить журналіст і письменник Шарль Р. Кросс письмовому виданню ДПА в Нью-Йорку. Кросс працював більш ніж 15 років як редактор музичного журналу „The Rocket“ в Сіетлі і пережив підйом і кінець гурту Nirvana.» Такі власні назви, як назва міста New York, назва журналу The Rocket або назва музичної групи Nirvana можуть зберігатися в оригінальному вигляді або перекладатися способом транслітерації. Термін Editor має термінологічний синонім der Schriftleiter в даному контексті має дослівний переклад редактор.

25. „Musiker Marius Müller-Westernhagen als „Alphatier“ auf die Bühne zurück. Am 25. April erscheint sein neues Album. Auf zwölf Konzerten in Deutschland, Österreich und der Schweiz stellt er sein Album vor der Veröffentlichung vor. Marius Müller-Westernhagen kehrt mit einem neuen Album auf die Bühne zurück. In Hamburg startet der 65-Jährige am Dienstagabend eine Tour, auf der er das neue Album „Alphatier“ vorstellen will. Noch bevor die CD am 25. April erscheint, sollen Fans die Songs zu hören bekommen. Allerdings werden nur wenige „MMW“ – Anhänger dabei sein können: Der ehemalige Stadion-Rocker hat sich eine kleine Kulisse ausgesuckt. Statt in Arenen tritt er in Clubs auf.“ (див. дод. А, 25) [58]. «Музикант Маріус Мюллер-Вестернхаген повертається як «ватажок» на сцену. 25 квітня з'являється новий альбом. На 12 концертах у Німеччині, Австрії та Швейцарії він представляє альбом перед його виходом у

продаж. Маріус Мюллер-Вестернхаген повертається з новим альбомом на сцену. У вівторок ввечері в Гамбурзі 65 річний рушає у турне, де він хоче представити новий альбом «ватажка». Ще перш ніж CD з'явиться 25 квітня, шанувальники можуть почути ці пісні на концерті. Зрозуміло, небагато прихильників ММВ потраплять на виступ співака: Колишній рокер «стадіонів за маленькими кулісами. Замість арен, його зустрічають в клубах.»

Термін *der Fan* має термінологічний синонім *der Anhänger*, але через модні тенденції частіше використовують англiцизм, який способом транслітерації перекладається фак. CD – можна перекласти дослівно як ком пакт диск, або ж залишити як графічне запозичення без змін оригіналу.

26. „Es ist die große Frage für jeden Castingshow-Gewinner: Wird aus dem Erfolg im TV eine dauerhafte Karriere? „Rocket Man“ Andreas Kümmert legt jetzt sein erstes großes Album „Here I Am“ vor. Er spricht von der „medialen Gewalt“, die nach seinem Sieg bei „The Voice of Germany“ im Dezember über ihn hereingebrochen ist.“ (див. дод. А, 26) [61].
«Це важливе питання для кожного, хто виграв кастинг шоу: Чи буде успіх тривати далі на телебаченні? «Рокер» Андреас Кюммер випускає першу велику платівку «Тут я». Він говорить про медіа сили, що вторглися в його життя після перемоги на «Голос Німеччини» у грудні цього року.»

Термін *die Castingshow* є частково асимільованим словом, *casting* перекладається способом транслітерації – кастинг, а *show* має дослівний переклад шоу, тому отримуємо термін кастинг шоу.

27. „Traurige Nachricht für alle Fans elektronischer Musik: Frankie Knuckles ist im Alter von 59 Jahren gestorben. Frankie Knuckles fertige Remixe für Michael Jackson, Diana Ross und die Pet Shop Boys an, gewann einen Grammy und wurde in die „Dance Music Hall of Fame“ aufgenommen.“ (див. дод. А, 27) [66].

«Сумне повідомлення для усіх шанувальників електронної музики: Френкі Нукльз помер у віці 59 років. Френкі Нукльз виконував ремікси для Майкла Джексона, Діани Росс і Pet Shop Boys, вигравав Греммі і був занесений до «Зали музикальної слави». У випадку з іменами Michael Jackson, Diana Ross, Pet Shop Boys або власною назвою Grammy має місце графічне запозичення, яке може зберігати оригінальне відображення або перекладатися способом транслітерації.

28. „Sie sind seit acht Jahren ein Paar, Ellen kennt seine Vorlieben – die Haarfarbe (blond, wie sie), den Frauentyp (sportlich – naja, fast wie sie). Ihre Trefferquote: 80 Prozent! Mark lacht und bestellt noch zwei Tassen Espresso, extra stark – weil auch er weiß, was Ellen mag.“ (див. дод. А., 28) [57].
«Вони вже 8 років разом, Еллен знає його пристрасті до кольору волосся (бiляве, як й неї), тип жiнок (спортивний – ну, майже як вона). Її результативнiсть: 80%! Марк смiється і замовляє ще 2 чашки еспресо, екстра сильний – це він вже знає.»
Назва кави Espresso є власною назвою тому може зберiгати оригiнальне написання або ж перекладатися способом транслiтерацiї.
29. In den bislang 212 Ausgaben von „Wetten, dass...?“ gab es viele denkwürdige Augenblicke. Über die Jahre kam es zu spektakulären Kunststücken, Protesten, einem Kanzler-Besuch und Zoff auf der Couch – eine Rückblende.“ (див. дод. А., 29) [62].
«Протягом 212 випускiв «Суперечок, про ...?» було багато пам'ятних миттєвостей. За роки доходило до сенсацiйних фокусiв, протестiв, вiдвiдування канцлера і занепокоєння тренера на диванi, - тепер це все спогади.»
Термiн der Couch має термiнологiчний синонiм der Trainer, тому використовується дослiвний переклад тренер.
30. „Nack neun Staffeln und sehr viel Herzschmerz ist in den USA die Comedy-Kultserie „How I Met Your Mother“ zu Ende gegangen. Mit einem für viele Fans enttäuschenden Finale.“ (див. дод. А, 30) [65].
«Пiсля 9 сезонiв і переймань культова серiя комедiйного серiалу «Як я зустрiв Вашу маму» закінчилася в США. Це прикра новина для багатьох шанувальникiв.»
Термiн Comedy має термiнологiчний синонiм Komödien, тому був використаний дослiвний переклад комедiйний.
31. „Schlechte Aquoten, mieses Image, irgendwann muss ja auch mal Schluss sein: Markus Lanz hat angeblich keine Lust mehr, „Wetten, dass...?“ zu moderieren. Das berichtet die Zeitschrift „Bunte“ und beruft sich dabei auf Insider.“ (див. дод. А, 31) [71].
«Поганi рейтинги та iмiдж, колись все закінчується: у Маркуса Ланца бiльше немає бажання вести програму «Суперечки, про ...?». Повiдомляє журнал «Bunte» і посилається при цьому на iнсайдера.»
Термiн image англiйського походження і маж безлiч значень, але в даному контекстi вдалим є буквальний переклад з використанням одного зi значень iмiдж.

32. „Es war ihre bislang größte Tour: Die Toten Hosen waren über ein Jahr unterwegs und spielten vor mehr als einer Million Fans. Jetzt erscheint der dazugehörige Konzertfilm „Krack der Republik – Das Tourneefinale.“ (див. дод. А, 32) [73]. «Це було її найбільше турне: Тотен Хозен роз'їжджали протягом року і грали перед більше ніж одним мільйоном фанів. Тепер з'явився приналежний до цього турне концертний фільм «Крах республіки – фінал турне.» Термін der Fan має термінологічний синонім Anhänger, але через модні тенденції частіше використовують англіцизм, який способом транслітерації перекладається фан.
33. „Der futuristische Liebesfilm „Her“ erzählt die Geschichte des Journalisten Theodore (Joaquin Phoenix), der sich in ein Computer-Betriebssystem verliebt – in einer Welt, in der die Menschen vollständig vernetzt sind. Regisseur und Autor Spike Jonze bekam für das Drehbuch einer Oscar.“ (див. дод. А, 33) [81].
«Футуристичний фільм про кохання «Сюди» розповідає історію журналістки Теодори (Хоакін Фенікс), яка закохується в комп'ютерну операційну систему – у світі, в якій люди повністю поєднані. Режисер і автор Спайк Джонце отримали Оскара за сценарій.» Термін Computer перекладається способом транскрибування комп'ютер.
34. „Kippe im Visier: Weggeschnipste Zigaretten gefährden Biker. Viele Autofahrer werfen Kippen oder Müll einfach achtlos aus dem Fenster. Oft denken sie gar nicht darüber nach – obwohl sie so unter Umständen das Leben anderer Verkehrsteilnehmer gefährden.“ (див. дод. А, 34) [59]. «Недопалок в обличчя: збиваючи попіл сигарети з вікна автомобілю є загрозою для байкарів. Багато водіїв кидають недопалки або сміття просто недбало з вікна. Часто вони зовсім не задумуються, що вони загрожують так життю інших учасників дорожнього руху.» Термін Biker означає напрям в культурі і перекладається способом транскрибування байкар.
35. „Autobauer brüsten sich offenbar nicht nur gerne mit Temporekorden ihrer Sportwagen: Honda verkündete jetzt, den schnellsten Rasenmäher der Welt auf die Räder gestellt zu haben. Der Mean Mower genannte Tuning-Gartentraktor raste den Angaben zufolge auf einer Teststrecke im spanischen Tarragona in zwei Durchläufen mit durchschnittlich 187,6 km/h durch einen 100 Meter langen Messbereich und sicherte sich damit einen Eintrag ins Guinness Buch der Rekorde.“ (див. дод. А, 35) [64]. «Автомобілебудівники пишаються очевидно не тільки рекордами їх спортивних автомобілів: тепер Хонда оголосила про вихід надшвидкісної газонокосарки світу на колесах. Тюнінгована Мен Мувер шалена, згідно з показниками на треку в іспанському Таррагоні на 2 колах в середньому зі швидкістю 188,6 км/год

довжиною 100 м, гарантувала собі запис в книгу рекордів Гіннеса.» Назва марки автомобіля Honda або власні назви der Mean Mower можуть перекладатися способом транслітерації або ж залишатися в оригінальному вигляді Хонда, Мен Мувер. Термін Tuning (удосконалення) перекладається способом транскрибування тюнінг.

36. „Warum das derzeit modernste Auto der Welt das Fahren nachhaltig verändern wird. Ein Fahrbericht über das erste echte Stromauto deutscher Produktion, über ganz neue Fahrgefühle, über das Tanken aus der Steckdose, niedrige Fahrtkosten und sogenannte First Movers.“ (див. дод. А, 36) [76]. «Чому найсучасніша машина світу тепер змінить їзду. Повідомлення про першу електричну машину німецького виробництва, про нові рухові почуття, про заправку штепсельною розеткою, низкі витрати на проїзд і так званий Перший Двигун.» Термін First Movers є власною назвою і перекладається дослівно Перший Двигун.
37. „Ein Van für Muttis, Monteure und Manager. Aller guten Dinge sind drei. Dieses Sprichwort passt zur Mercedes V-Klasse. Denn die dritte Generation hat endlich das Zeug zum VW-Bus-Konkurrenten.“ (див. дод. А, 37) «Мікроавтобус для мам, механіків і менеджерів. Бог любить трійцю. Це прислів'я підходить для Мерседесу V- класу. Так як, нарешті, у третього покоління є конкурент для автобуса Фольксваген. Термін der Manager в німецькій мові має лише таке значення – mit weitgehender Verfügungsgewalt und Entscheidungsbefugnis ausgestattete leitende Persönlichkeit eines Grossunternehmens, тому для стислості використали Manager і перекладається дослівно, як менеджер. Власна назва автомобіля Mercedes перекладається способом транслітерації Мерседес.
38. „Der Top-Manager fährt S-Klasse, der Monteur einen Citan und die Mutti vielleicht ein T-Modell der C-Klasse. Doch jetzt bringt Mercedes ein Auto, das so vielseitig ist, dass sich jeder Kunde darin wiederfinden kann: die neue V-Klasse.“ (див. дод. А, 38) «Топ-менеджер керує S-класом, механік Ситан і мама, ймовірно, Т-моделлю С-класу. Все ж, тепер Мерседес випускає машину, яка настільки різноманітна, що кожен клієнт бачить себе в ній: новий V-клас.» Терміни Citan, Mercedes, S-Klasse перекладаються способом транслітерації Ситан, Мерседес, S- клас.
39. „Von 0 auf 300 in 16,5 Sekunden, bis zu 916 PS und mindestens 1 067 000 Euro – nein, die Rede ist nicht von einem Privatjet und auch nicht von einem Rennwagen, sondern von einem Hybridauto: dem neuen McLaren P1.“ (див. дод. А, 39) «Від 0 до 300 за 16,5 секунд, до 916 к/с і мінімум 1 067 000 євро – ні, мова не про приватний реактивний літак, а також не про гоночний автомобіль, а про гібридну машину: новий P1 МакЛарен.»

Термiн *das Hybridauto* належить до автомобiльної тематики i перекладається дослiвно: новий Р1 МакЛарен.

40. „Der Nissan Qashqai war einer der erste CrossOver. Mittlerweile muss er um seine Führungsrolle bangen. Nun kommt die zweite Generation des Qashqai heraus. Dabei hat sich Nissan auf die Stärken des Bestsellers konzentriert. Wenn Nissan zum 15. Februar die zweite Generation des Qashqai in den Handel bringt, werden die Stärken des Bestsellers noch einmal etwas besser herausgearbeitet. Das Design sportlicher, das Platzangebot großzügiger, die Motoren sparsamer und die Ausstattung intelligenter – so soll der Nissan die Konkurrenz auf Distanz halten. Selbst am Preis haben die Japaner noch ein bisschen gedreht und ihn immerhin um 50 Euro auf 19 940 Euro gesenkt.“ (див. дод. А, 40) «Нiссан Кашкай був один з перших кроссоверiв. Тому вiн повинен турбуватися про його iмiдж. Тепер виходить друге поколiння Кашкай. При цьому Нiссан сконцентрувався на бестселерi. Якщо Нiссан пускає в продаж друге поколiння Кашкай до 15 лютого, бестселер треба краще рекламувати. Дизайн спортивний, пасажиромiсткiсть бiльша, мотори економнiшi i устаткування бiльш розумне – так Нiссан повинен тримати на вiдстанi конкуренцiю. Навiть цiну японцi трохи знизили на 50 євро до 19 940 євро.» Власна назва автомобiлю Nissan Qashqai перекладається способом транслiтерацiї Нiссан Кашкай. Термiн CrossOver належить до автомобiльної тематики i перекладається способом транслiтерацiї – кроссовер.

41. „Mercedes ist ein bisschen spät dran und muss besonders auf sich aufmerksam machen. Deshalb haben die Designer für den GLA eine eigene Nische gesucht: Dazu die Powerdomes auf der Motorhaube, die sehnigen Flanken und das coupeartige Heck – so wirkt der GLA wie der Sportschuh unter den Bergstiefeln.“ (див. дод. А, 41) «Мерседес трохи забарився i повинен звернути особливу увагу на себе. Тому дизайнери шукали власну нiшу для GLA: Для цього двигун пiд капотом, масивнi фланги i подiбний купе кузов – так виглядає GLA, як спортивний черевик пiд купою iнших черевикiв.» Термiн Powerdomes (der Motor) є частково асимiльованим словом. Слово power перекладається як сила, а Dom так як це автомобiльна тематика способом дослiвного перекладу визначаємо, що це двигун.

42. „Es hat ein bisschen gedauert, aber jetzt hat es auch Ford erkannt: Kleine Geländewagen sind der große Trend. Deshalb soll ab Mai der EcoSport für mindestens 19 200 Euro gegen Opel antreten.“ (див. дод. А, 42) «Це тривало довго, але Форд нагадав про себе: маленькi автомобiлi пiдвищеної прохiдностi – в трендi. Тому повинен вийти починаючи з травня новий

еко-спорт мiнiмум за 19 200 євро, який складе конкуренцiю Опель.» Термiн *der Trend* має термiнологiчний синонiм *Tendenz* дослiвний переклад – тренд. Термiн *der EcoSport* є власною назвою, *Ford* i *Opel* є назвами автомобiлей i перекладаються, як еко-спорт, Форд та Опель способом транслiтерацiї.

43. „Er ist der Inbegriff des Lifestyle-Flitzers. Kein anderer Kleinwagen treibt es so bunt wie der Mini. Jetzt geht der BMW-Ableger in die nächste Runde.“ (див. дод. А, 43) «Вiн – прояв швидкого стилю життя. Нiякий iнший малолiтражний автомобiль не доводить це так яскраво, як Мiнi. Тепер рiзновид БМВ виходить на новий рiвень.» Слово *Lifestyle* має термiнологiчний синонiм *Lebensstil* i дослiвно перекладається, як стиль життя.
44. „BMW schließt eine der letzten Lücken im Modellprogramm. Der überzeugt mit seinem Fahrwerk und Design.“ (див. дод. А, 44) «БМВ закриває останню прогалину в модельному рядi. Вiн вражає своїм шасi i дизайном.» Назва автомобiлю *BMW* перекладається способом транслiтерацiї БМВ.
45. „Wenn Indianer ihre Kriegsbemalung auflegen, dann vor allem um ihre Gegner zu erschrecken. So gesehen, ist der neue Jeep Cherokee ein ganz stimmiges Autos. Die Sache mit dem Erschrecken ist den Designern des neuen Jeep Cherokee vortrefflich gelungen.“ (див. дод. А, 45) «Якщо iндiанцi накладають вiйськовий грим, щоб лякати, передусiм, противникiв. В такому виглядi, новий Джип Черокi – це дуже вiдповiдна машина. Рiч з вiдлякування чудово вдалась дизайнерам нового Джип Черокi.» Назва автомобiлю *Jeep Cherokee* перекладається способом транскрибування Джип Черокi.
46. „Porsche ist kein puristischer Sportwagenhersteller. Daran sollten sich die Fans mit Cayenne und Panamera gewöhnt haben.“ (див. дод. А, 46) «Порше – це не пуристичний виробник спортивного автомобiлю. Шанувальники Кайена i Панамери повиннi були звикнути до цього.» Назва автомобiлю *Porsche Cayenne* та *Panamera* перекладається способом транскрибування.
47. „Party: Der Ford Mustang wird 50 Jahre alt. Er ist eine Ikone des American Way of Drive, einer der meistverkauften Sportwagen der Welt.“ (див. дод. А, 47)
«Вечiрка: Мустангу Форд 50 рокiв. Вiн – iкона Американських Дорiг, один з найбільш популярних спортивних автомобiлiв свiту.» Термiн *der Party* має термiнологiчний синонiм *geselliger Abend* i перекладається дослiвно, як вечiрка. Назва марки автомобiля *Ford Mustang* перекладається способом транслiтерацiї Форд Мустанг.

48. „Beim Renault Twingo stehen Gebrauchtkäufer vor einem Dilemma: Die technische Zuverlässigkeit des kleinen Franzosen wurde im Laufe der Jahre zwar immer besser. Doch gerade die älteren Exemplare gelten den meisten Twingo-Fans als das weit schönere Auto.“ (див. дод. А, 48) «При використанні Рено Твінго покупці стоять перед дилемою: технічна надійність маленького француза ставала все краще протягом років. Все ж, фани Твінго довіряють старим екземплярам, ніж наступним моделям авто.»

Назва автомобілю Renault Twingo є власною. І може зберігати свій оригінальний варіант або перекладатися способом транскрибування Рено Твінго.

49. „Vor einem Vierteljahrhundert erschien ein Auto auf der Bühne, das ein ganzes Segment wiederbeleben sollte: Der Mazda MX-5 machte den Roadster wieder populär. Der flache Japaner gilt als Preistipp unter den offenen Zweisitzern.“ (див. дод. А, 49) «Чверть століття тому з'явилася машина, яка повинна була оживити весь сегмент: Мазда МХ-5 робить кабріолет знову популярним. Низький японець вважається досить доступним двомісним автомобілем.» Назва автомобілю Mazda MX-5 є власною. І може зберігати свій оригінальний варіант або перекладатися способом транскрибування Мазда МХ-5.

50. „Vielerorts dreht sich in den nächsten Wochen alles um die Kunst. Doch auch Ferrari-Fans dürfen sich freuen: spanien eröffnet einen Ferrari-Vergnügungspark.“ (див. дод. А, 50) «У багатьох місцях все обертається протягом наступних тижнів навколо мистецтва. Однак шанувальники Феррарі можуть радіти: Іспанія відкриває парк відпочинку Феррарі.» Назва автомобілю Ferrari є власною. І може зберігати свій оригінальний варіант або перекладатися способом транскрибування Феррарі.

51. „Laut dem nationalen Statistikinstitut gibt es rund 2900 verlassene Dörfer in den Provinzen Spaniens. Nun sollen neue Eigentümer gefunden werden. Denn die verlassenen und meist renovierungsbedürftigen Dörfer oder Weilen stehen nicht nur zum Verkauf, sondern werden auch zum Nulltarif angeboten.“ (див. дод. А, 51) «Згідно з національним статистичним інститутом є приблизно 2900 покинутих сіл в провінціях Іспанії. Хатинки потребують нових власників. Покинуті села, які в більшості випадків потребують ремонту. Домівки продаються або роздаються безкоштовно.» Термін Nulltarif має термінологічний синонім frei дослівно перекладається, як безкоштовний.

52. „Camping mal anders – mit dem Verleihboot die Flusslandschaften des niederländischen Frieslandes erkunden. Camping mal anders – statt das Zeit auf der Wiese aufzuschlagen, können Urlauber mit dem Hausboot das

niederländische Friesland erkunden.“ (див. дод. А, 52) «Кемпiнг по-iншому – на човнi напрокат, через рiчковi ландшафти нiдерландської Фрисландiї. Кемпiнг по-iншому – замисть того, щоб розкривати намет на лузi, вiдпускники з баржею для житла можуть розвiдувати нiдерландську Фрисландiю.» Слово das Camping має термiнологiчний синонiм Lager, який перекладається дослiвно, як табiр, або ж способом транслiтерацiї – кемпiнг.

53. „Die Krim-Krise verunsichert die Reisebranche weiterhin. DDR bietet daher vorerst keine neuen Reisen auf die Krim oder in die Ost-Ukraine an. Stornierungen bereits gebuchter Trips sind jetzt auch bis Ende April möglich.“ (див. дод. А, 53) «Кримська криза дiл бентежить туристичну галузь. Тому Нiмеччина не пропонує передусiм новi подорожi до Криму або на схiдну Україну. Вiдмовитися вiд уже заброньованих подорожей можливо до кiнця квітня.» Термiн Trips має термiнологiчний синонiм Reisen дослiвно перекладається, як подорожi.

54. „Schicke Küste – Stylistische Hotels an der Nordsee. Spitzengardinen, Teppichböden und Gelsenkirchener Barock. In vielen Unterkünften an der Nordsee scheint die Zeit stehengeblieben zu sein.“ (див. дод. А, 54) «Елегантнi узбережжя – стильнi готелi на Пiвнiчному морi, мереживнi фiранки, килими i церкви у стилi бароко. У багатьох мiсцях на Пiвнiчному морi, здається, зупинився час.» Термiн Stylistische має термiнологiчнi синонiми stilvoll, stilrecht, stilgerecht, якi дослiвно перекладаються, як стильнi.

55. „Es soll Spaß machen: beim Functional Training, hier im Fitnessstudio „Fitness“ – first in Berlin, werden viele Hilfsmittel eingesetzt, um die Übungen abwechslungsreicher zu gestalten. Immer öfter sieht man im Fitnessstudio Menschen, die Liegestütze machen, in die Kniebeuge gehen oder eine kleine Rundhantel schwingen. Denn laut den DW wird das Functional Training, das den gesamten Körper ohne Gewichtsmaschinen beanspruchen soll, immer populärer.“ (див. дод. А, 55) «Це повинно приносити задоволення: при функцiональному тренуваннi, тут у фiтнес-студiї «Фiтнес» вперше в Берлiнi, застосовується багато допомiжних засобiв, щоб робити вправи рiзноманiтнiше. Все бiльш частiше бачать у фiтнес-студiї людей, якi роблять вiджимання в упорi лежачи, присiдаючи або розмахуючи маленькою, круглою гантеллю. Так як згiдно «Нiмецькiй Хвилi» функцiональнi тренування, якi вимагають працi всього тiла без тренажерiв, стають все популярнiшими.» Термiн der Fitness англiйського походження i перекладається шляхом транскрибування – фiтнес.

56. „Ein guter Kinderarzt nimmt sich genug Zeit für die Untersuchung der Kleinen und alle Fragen der Eltern. Der Kinderarzt sieht das Baby im ersten Lebensjahr manchmal häufiger als die Großeltern.“ (див. дод. А, 56) [78]. «Хороший педіатр відводить собі достатньо часу для огляду малюків і для всіх запитань батьків. Педіатр бачить немовлят в перші роки життя іноді частіше ніж бабусь і дідусів.» Термін Baby має термінологічний синонім Kind, який дослівно перекладається, як маля.
57. „Von wegen verrucht – Vivien Feld räumt mit Vorurteilen zu Poledance auf. Auf der Fitnessmesse Fibo in Köln nutzt die junge Sportart die Bühne, um sich weiter vom verruchten Image des Tabledance abzugrenzen. Trainerin Felde erklärt im Interview, für wen sich der Stangentanz eignet.“ (див. дод. А, 57) «Якого дідька – Вівен Фельд ставиться з упередженнями до Полденс. На фітнес виставці Fibo в Кельні молодий вид спорту використовує сцену, щоб відсторонитися від проклятого іміджу Стриптизу. Тренер пояснює в інтерв'ю, для кого підходить танець з жердиною.» Термін tabledance має термінологічний синонім striptease, який дослівно перекладається, як стриптиз.
58. „Ein Mukoviszidose-Test gehört bislang nicht zum standartmäßigen Neugeborenen-Screening in Deutschland. Dabei kann eine Diagnose das Leben der kleinen Patienten verlängern. Mati ist ein Baby mit neugierigem Blick. Der zwölf Wochen alte Junge sieht gesund aus und wiegt 5240 Gramm. Noch vor acht Wochen war das anders.“ (див. дод. А, 58) «Досі тест на Муковізідоз не належав до стандартного УЗІ в Німеччині. Тільки Мекленбург – це єдина федеральна земля зі всеосяжними дослідженнями. На ранньому виявленні хвороби можна врятувати життя маленьких пацієнтів. Мати – це немовля з допитливим поглядом. 12-тижневий хлопчик виглядає здоровим і важе 5240 грам, а ще 8 тижнів тому все було інакше.» Термін Neugeborenen-Screening має термінологічний синонім Ultraschalldiagnostik, який дослівно перекладається, як ультразвукова діагностика (УЗД).
59. „Psychische Erkrankungen, verursacht durch Stress im Job, nehmen immer weiter zu. Sie sind der häufiger Grund für Arbeitsunfähigkeit und Frühverrentung.“ (див. дод. А, 59) [87]. «Психічні захворювання, викликані стресом на роботі, все далі зростають. Вони – найчастіша причина для непрацездатності та дострокового виходу на пенсію.» Термін Job англійського походження дослівно перекладається, як робота.
60. „Mehrere zehntausende Flüge in Europa haben im Jahr eine Verspätung von über zwei Stunden. Die EU-Kommission will den Entschädigungsanspruch für Verspätungen erstmals im Gesetz festlegen. Verspätet, überbucht, annulliert:

Wer bei einer Flugreise rechtzeitig am Gate ist, ist noch lange nicht rechtzeitig am Ziel.“ (див. дод. А, 60) [86]. «За даними Євроконтролю, більше десятка тисяч польотів на рік в Європі запізнюються більш ніж на 2 години. Вперше в законі комісія ЄС хоче укласти вимоги компенсації по запізненням. Запізнення, перебронювання, ануляція: той, хто при повітряній подорожі своєчасно на борту, своєчасно у цілі.» Термін am Gate має термінологічний синонім Bord, який дослівно перекладається, як борт літака.

61. „Arbeitslose Migranten können ihre Jobchancen vorerst nicht mehr mit Sprachkursen verbessern.“ (див. дод. А, 61) «Безробітні мігранти більше не можуть отримати шанс знайти роботу після проходження мовних курсів.» Термін Jobchancen англійського походження, виконується дослівний переклад з поясненням реалії – шанс знайти роботу.

62. „Er war nur 1,60 Meter klein – und in Hollywood doch ein ganz Großer: Mickey Rooney begann als Kinderstar, brillierte als Lausbub und stand noch 2006 vor der Kamera. Nun ist der US-Schauspieler gestorben, er wurde 93 Jahre alt.“ (див. дод. А, 62) [78]. «Він був всього 1.60 м зростом, а в Голлівуді, все ж, занадто великий. Міккі руні починав як дитяча зірка, сяяв як бешкетний і стояв ще в 2006 перед камерою. Тепер американський актор помер, йому біло 93 роки.» Термін der Kinderstar частково асимільоване слово, Kind – дитина, а Star з англійської, зірка. Тому дослівний переклад – дитяча зірка.

63. „US-Regisseur Darren Aronofsky erzählt in „Noah“ düster und bildgewaltig die Geschichte der Sintflut – und bekam jede Menge Ärger: Gläubige fürchten Blasphemie, das Studio wollte mehr Happy End.“ (див. дод. А, 63) «Американський режисер Дарен Аронський розповідаючи в «Ной» похмуро і ілюстровано сильну історію всесвітнього потопу - був збентежений: віруючі боялися побачити в картині блюзнірства, студія хотіла більшого хеппі енду.» Das Happy End термін англійського походження, дослівний переклад – хеппі енд.

64. „Er macht Rap mit deutschen Texten. Sein neues Album „Männlich“ ist gerade bei Vertigo Records erschienen und steht seit dieser Woche auf Platz 3 der deutschen Albumcharts.“ (див. дод. А, 64) [88]. «Він робить Реп з німецькими текстами. З'явився новий альбом «Почоловічому» від Студії звукозапису Вертіго і займає цього тижня 3 місце в німецьких альбомних чартах.» Vertigo Records власна назва студії звукозапису в Німеччині перекладається способом транслітерації з поясненням – Студія звукозапису Вертіго.

65. „Es war eine ernüchternde Uhrzeit für viele Kate-Bush-Fans. Sämtliche Tickets für die 22 Shows im Londoner Apollo Theatre waren aufverkauft. „Ich bin komplett überwältigt und echt geschockt“, schreibt die 55-jährige Sängerin auf ihrer Homepage.“ (див. дод. А, 65)
«Це був довгоочікуваний час для багатьох шанувальників Кейт Буш. Всі квитки на 22 шоу в Лондонському Тетрі Аполло були розпродані. «Я повністю задоволена і шокована по-справжньому», пише 55-річна співачка на своїй сторінці.»
Термін die Homepage англійського походження використовується в мережі інтернет, дослівний переклад – домашня сторінка.
66. „Sie sind die Fantastischen Zwei, die die Quote der Castingshow retten sollen, wenn Nena nicht mehr da ist: Smudo und Michi Beck werden neue Coaches bei „The Voice of Germany.“ (див. дод. А, 66) [83].
«Фантастична двійка, яка повинна врятувати кастинг шоу, якщо Нена там більше немає, то Смудо і Мічі Бек будуть новитми тренерами «Голос Німеччини.»
Термін die Castingshow є частково асимільованим словом, casting перекладається способом транслітерації – кастинг, а show має дослівний переклад шоу, тому отримуємо термін кастинг шоу.
67. „Auf der Suche nach einem Namen für die Garagenband? Einfach Quatsch ins Iphone tippen und die Autokorrektur machen lassen.“ (див. дод. А, 67) [78].
«Пошук імені в телефонній книжці? Iphone дозволяє друкувати нісенітницю і робить сам автокорекцію»
В даному випадку має місце графічне відображення запозичення без будь-яких змін оригінального написання Iphone.
68. „18 Millionen gestohlene Passwörter und Logins hat die Staatsanwaltschaft Verden entdeckt. Mit ein paar Tricks kann man sich zumindest vor dem Schlimmsten schützen, wenn Datendiebe und Hacker zuschlagen.“ (див. дод. А, 68)
«Прокуратура Ферден виявила 19 млн. вкрадених паролів і логінів. За допомогою кількох трюків можна захищатися, щонайменше, від найгіршого, якщо працюють злодія і хакера.»
Термін Passwort має термінологічний синонім і перекладається дослівно, як пароль. Термін Logins комп'ютерної тематики перекладається способом транслітерації логін.
69. „Mit dem jüngsten Update hat sich eine Sicherheitslücke in Philips-Smart-TVs eingeschlichen. Betroffen sind Geräte aus dem Jahr 2013.“ (див. Дод. А, 69) [78].
«Удосконалився захист телебачення смарт Філіпса. Він робить можна

приєднання USB пристроїв з 2013 року.» Термін update має термінологічний синонім Erneuerung, який перекладається, як оновлення, удосконалення. Philips-Smart-Tvs є власною назвою і перекладається способом транскрибування.

70. „Auf diesem Material ruht die Hoffnung der Technikbranche: Graphen könnte Computer schneller, Handys flexibler und Touchscreens dünner machen.“ (див. дод. А, 70) «На цьому матеріалі галузь техніки може відпочивати: завдяки йому комп'ютер працює швидше, мобільні гнучкіші і сенсорні екрани тонші.» Термін Touchscreen англійського походження використовується в галузі техніки, дослівний переклад – сенсорний екран.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Проаналізувавши 85 статей з нiмецької преси рiзної тематики, а саме полiтика, спорт, автомобiлi, психологiя, мода та краса, шоубiз, технологiї, Подорожi та iнше, можна зробити висновок, що частотнiсть вживання англiцизмiв досить висока. Майже в кожнiй другiй статтi зустрiчалися слова запозичення. Ця тенденцiя робить iнформацiю досить цiкавою та бiльш пiзнавальною. Англiцизми вносять свiй колорит. Для читання статтi є досить доступнi та зрозумiлi. Найбiльше запозичень зустрiчалось в статтях про комп'ютернi технологiї, шоубiз та спорт, автомобiлi, потiм полiтика, психологiя та найменше в статтях людина та здоров'я, подорожi (див. Додаток Б).

Переклад та адаптацiя англiцизмiв з нiмецької мови на українську є кропiткою роботою та вимагає максимальної концентрацiї на матерiалi. Iснує багато способiв перекладу запозичених слiв, такi як, транслiтерацiя, транскрибування, калькування, дослiвний переклад, описовий переклад, упущення iнформацiї, використання семантичних аналогiв, дослiвний переклад з поясненням реалiй. Майже всi способи були використанi при перекладi речень, а саме англiцизмiв. Найбiльш використовувалися транслiтерацiя, транскрибування, дослiвний переклад та калькування (див. Додаток В).

Iнодi виникали проблеми з перекладом англiкомовних словосполучень та сталих виразiв. Також, не були зрозумiлi, подекуди, назви автомобiльних запчастин та медичнi термiни.

Взагалi було перекладено близько 120 мовних одиниць з рiзних галузей життя. Функцiями англiцизмiв є використання слiв, якi не мають еквiваленту в нiмецькiй мовi, прагнення до стислостi уникнення частого використання нiмецьких термiнiв.

РОЗДІЛ III. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКИ В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Процес написання дипломної роботи, а саме функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу (в перекладацькому аспекті) супроводжувався умовами та факторами охорони праці, розглянутими в даному розділі. Дипломна робота є останнім завданням у навчанні студентів на здобуття освітньо – кваліфікаційного рівня «спеціаліст» і відображає вміння студента самостійно вести науковий пошук, обробляти знайдений матеріал та виконувати поставлені задачі. Моє дослідження складалось з декількох етапів, по-перше, пошук та аналіз 70 статей у пресі німецькою мовою та переклад їх українською, по-друге, збір та обробка теоретичного матеріалу явища «англіцизм» та особливості їхнього перекладу німецькою мовою, по-третє, частотність вживання англіцизмів та їхні функції у німецькій пресі. Кожний з етапів мав свою специфіку при виконанні.

Виконання і захист дипломної роботи поряд із складанням державного іспиту є завершальним етапом навчання у вищому навчальному закладі, формою державної атестації випускників. Студент-дипломник повинен підтвердити рівень загальнотеоретичної і спеціальної підготовки. Дипломна робота є випускною кваліфікаційною роботою, на підставі захисту якої та успішного складання комплексного іспиту зі спеціальності Державна екзаменаційна комісія (ДЕК) вирішує питання про присвоєння їй автору кваліфікації і видачі диплома спеціаліста.

3.1 Особливості та специфіка написання дипломної роботи.

Метою виконання дипломного дослідження є вирішення професійної проблеми, що ґрунтується на комплексному опануванні матеріалу і методів дослідження, послідовного виконання, а також практичного застосування теоретичних знань для вирішення конкретних завдань. Написання дипломної роботи спеціаліста триває близько 8 місяців, і вимагає систематичної роботи та виконання

поставлених задач вчасно. Для написання основної частини диплому основними джерелами інформації були Інтернет ресурси, методичні та наукові видання, матеріали бібліотек, після цього інформація обробляється, аналізується та подається в теоретичній частині. Наступним етапом було пошук та перечитування статей в яких використовують англiцизми, переклад запозичень на українську мову, опис частотності їх вживання та застосуванні при цьому методи їхнього перекладу. Кожну одиницю потрібно було адекватно перекласти, тобто знайти вдалий варіант передачі потрібної лексеми рідною мовою.

Оскільки було виявлено, що в нiмецькій мові недостатня кількість відповідних лексем до англійських слів, це викликало труднощі, деякі одиниці вдавалося передати у мові перекладу наближеними або еквівалентними поняттями, а деякі необхідно було детально аналізувати та шукати відповідне семантичне значення в Інтернет мережі. Що вимагало старанної концентрації на матеріалі. Знайдену кількість англiцизмiв потрібно було перевести в відсотки та скласти діаграму частотності їх вживання в конкретній тематиці нiмецькомовної преси та частотність вживання особливих способів перекладу того чи іншого англiцизму. На основі знайденого матеріалу і була написана дана дипломна робота.

3.2. Аналіз умов праці при написанні дипломної роботи.

Пошук та збір теоретичного матеріалу не вимагав кропіткої роботи, так як існує вже багато дослідженого матеріалу по темі англiцизм та особливості їх вживання та перекладу. А для перечитування великої кількості журналів, задля того щоб не випустити з поля зору ту чи іншу лексичну одиницю, яка була б корисна для дослідження, знадобилось багато часу.

Емоційне навантаження при написанні дипломної роботи зумовлювало постійний пошук в текстах преси лексики з англійської мови, це були друковані видання з різної тематики (спорт, автомобілі, здоров'я, секс, ІТ технології, природа та політика). Окрім збирання, обробка та аналіз наукового матеріалу,

вимагали деякого нервово- емоційного напруження. На етапі збору інформації напруження було меншим, а вже під час аналізу матеріалу та перекладу напруження збільшувалося.

Особливо шкідливим для зору є довга робота за комп'ютером, це відчувалося під час досить тривалого та зосередженого перекладу статей, що викликало не тільки зорову втому, а й, як результат розмите бачення літер на моніторі. При такому виді робітничої діяльності перебуваєш довгий час в ізоляції від звичного способу життя, оскільки спілкування може зашкодити концентруванню уваги. Але подібна ізоляція на довгий період викликає негативні почуття самотності та нестачі спілкування. Інколи під час обробки великої кількості інформації, щоб не втратити робочу налаштованість, працював декілька годин підряд без відпочинку. Потрібно відмітити, що робота за комп'ютером поглинає всю увагу, і іноді збивається графік нормального харчування, через що організм слабшає і самопочуття погіршується, а інтелектуальні здібності знижуються.

3.3. Негативні та сприятливі чинники, що виникали під час написання дипломної роботи.

Серед факторів підвищення ефективності праці особливе місце належить раціональному режиму праці і відпочинку.

До факторів, що негативно впливали на процес написання дипломної роботи або ускладнювали його, належали:

- поєднання режиму написання дипломної роботи, навчального процесу в університеті та виконання трудової діяльності поза межами університету, пов'язаної з німецькою мовою, викликало проблему чергування схожих інтелектуальних видів діяльності.
- Через брак тематичного матеріалу в електронному вигляді, практична інформація також черпалась безпосередньо з журналів, достатню кількість яких можна знайти тільки в Гете Інституті. Через обмежені години для відвідувачів в будні та зовсім вихідні дні – субота, неділя,

доводилось чітко спланувати свій час, щоб встигати в університет та на роботу (незадовільне та неповне отримання всієї інформації одразу, що вимагало повернення до конкретного розділу знову та пошуку потрібного матеріалу), інколи через це не вдавалося вчасно зберегти інформацію та здати роботу для перевірки.

Факторами, що сприяли успішному написанні дипломної роботи, стали:

- актуальність теми досліджуваного матеріалу, так як, англіцизми – є досить поширеним явищем сучасної лексикології, вони використовуються майже в усіх мовах світу;
- робота з комп'ютером вдома носить в собі позитивний характер, можна було нормувати свою роботу, чергуючи її недовгими відпочинками;
- читання статей різної тематики, поширили загальний кругозір;
- особистий інтерес досліджуваного матеріалу;
- збагачення лексичного запасу та вивчення нових семантичних значень вже відомих слів;
- удосконалення своїх знань німецької та англійської мови;
- пошук адекватного перекладу англіцизмів українською мовою.

Отже, написання дипломної роботи мало специфіку, що пояснювалась завданнями дослідження, а саме: пошуку та аналізу інформації на тему «Функціонування англіцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу (в перекладацькому аспекті)». Завданням роботи було аналіз вживання та впливу запозичених слів на контекст, або навпаки, впливу контексту на англіцизми. Пошук адекватного перекладу англіцизмів на українську мову. При написанні праці були, як сприятливі, так і негативні фактори.

Недостатня кількість джерел в мережі Інтернет, або бібліотеці, збір якої виконувався тільки в спеціалізованому інституті німецької мови, який має обмежений графік роботи, і брак часу, зумовлений відвідуванням університету та трудовою діяльністю поза його межами, інколи відчувалась втома без відпочинку між різними інтелектуальними видами

роботи. Як наслідок, знижувався коефіцієнт корисної дії. Позитивним було актуальність теми вживання та впровадження англіцизмів до мови реципієнту, особистий інтерес до досліджуваного матеріалу, розширення власного кругозору знань, збагачення лексичного запасу та удосконалення своїх знань у перекладі німецької, англійської та української мови.

Робота над дипломом супроводжувалася факторами охорони праці. Виконання поставлених завдань супроводжувались емоційним навантаженням, а саме під час пошуку потрібної лексики в німецькій друкованій пресі, обробки та аналізу наукового матеріалу, інтелектуальним навантаженням кожний англіцизм потрібно було не просто перекласти, а знайти підходящий еквівалент, щоб він був зрозумілий українському читачеві.

Висновки

Англiцизм – рiзновид запозичення; слово, його окреме значення, вислiв тощо, якi запозиченi з англiйської мови або перекладенi з неї чи утворенi за її зразком. У переважнiй бiльшостi – це слова, що стосуються: технiки, полiтики, економiки, торгiвлi, спорту, культури. Родове оформлення англiцизмiв на нiмецькому ґрунтi вiдбувається за рiзними законами нiмецької граматичної системи. В роботi представленi особливостi утворення англiцизмiв рiзними способами. Процес запозичення iншомовних слiв неоднозначно впливає на розвиток нiмецької мови. Так, з'явилося таке поняття, як денглiш. З одного боку, вiдбувається збагачення мови, але, з iншого боку, витiсняються власнi елементи, що замiнюються на слова з подiбним значенням. Вони виконують роль збагачення словникового складу загальнонавчаної мови. Процес впливу англiйської мови на мову нiмецької преси був незначний до 90х рокiв ХХ столiття. Збiльшення частки англiйської лексики в нiмецькiй пресi з 1990х рокiв може пояснюватися тим, що цей перiод характеризується дедалi бiльшим процесом глобалiзацiї мiжнародних зв'язкiв, наростанням мовних контактiв та всесвiтньої популяризацiї англiйської мови. У перiод з 2000 по 2007 роки процес прогресуючого проникнення англiцизмiв в нiмецьку мову посилився. Робота оснований на проблемi перекладу англiцизмiв в нiмецькiй пресi. Дослiджена проблема перекладу англiцизмiв та їхнiх функцiй: привернути увагу читача, вони служать для номiнацiї нових предметiв i явищ, слугують економiї мовних засобiв, є модними словами, надають тексту семантичну варiативнiсть. В роботi розглянуто 85 статей нiмецькою мовою. Ця тенденцiя робить iнформацiю досить цiкавою та бiльш пiзнавальною. Англiцизми вносять свiй колорит. Для читання статтi є досить доступнi та зрозумiлi. Це була рiзноманiтна тематика текстiв (полiтика, комп'ютерна технiка, подорожi, природа, спорт, автомобiлi, хобi). Основна задача полягала у перекладi текстiв з запозиченими словами, а саме англiцизмами. Взагалi було перекладено близько

120 лексем. Iснує багато способiв передачі англiцизмiв: транслiтерація, транскрибування, калькування, дослiвний переклад, описовий переклад, упушення iнформації, використання семантичних аналогiв, дослiвний переклад з поясненням реалiй. Майже всi способи були використанні при перекладі речень, а саме англiцизмiв. Найбiльш використовувались транслiтерація, транскрибування, дослiвний переклад та калькування. Iноді виникали проблеми з перекладом англiкомовних словосполучень та сталих виразiв. Також, не були зрозумілі назви автомобiльних запчастин та медичні термiни.

Функціями англiцизмiв є використання слiв, якi не мають еквiвалента в нiмецькій мові, прагнення до стислості, уникнення частого використання нiмецьких термiнiв.

Тим часом, той факт, що нiмецькі еквiваленти англiцизмiв у пресі продовжують займати бiльш високі мiсця, дозволяє стверджувати, що нiмецька мова не здає своїй позиції i залишається головною мовою нiмецької преси. Також розглянуті особливості безпеки в галузі охорони праці та в надзвичайних ситуаціях. В розділі описується процес написання, особливості та специфіка написання дипломної роботи. Дана оцінка важкості та напруженості праці під час роботи, дослідженні фактори, якi були складними чи незрозумілими в процесі виконання завдань. Прослідковано негативні та сприятливі чинники, що виникали під час написання диплому.

Zusammenfassung

Seit der Mitte des XX. Jahrhunderts wird eine bemerkenswerte Erhöhung des Zuflusses der lexikalischen Entlehnung ins o, hauptsächlich aus der englischen Sprache beobachtet. Es klärt sich durch den globalen Gebrauch des Englisch und des Prestiges dessen Nutzung. Die Anglizismen erfüllen die Rolle der Bereicherung von Deutsch. Es gibt verschiedene Weisen der Bildung von Anglizismen. Die Anglizismen werden nach von grammatischen den Systemen des Deutschen gebildet. Der Prozess der Entlehnung von fremdspachlichen Wörtern hat, sowohl positive als auch negative Seiten. Die Sprache wird bereichert, aber es werden einige Einheiten von Anglizismen ist modisch. Die Jugend gebraucht englischen Ausdrücke immer öften. Mit 1990x fängt der Prozess der Globalisierung der internationalen Beziehungen, die Verbreitung der sprachlichen Kontakte und die Popularisierung des Englischen an. Von 2000 hat sich der Prozess der Durchdringung von Anglizismen ins Deutsche beschleunigt. Ein gegrosses Problem wurde die Übersetzung der Anglizismen in den deutschen Massenmedien. Es wird das Problem der Übersetzung von Anglizismen und deren Funktion studiert: sie ziehen die Aufmerksamkeit des Lesers heran, werden für die Nomination der neuen Gegenstände und der Erscheinungen verwendet, sparen die sprachlichen Mittel ein. Sie haben verschiedene stilistische Besonderheiten, geben dem Text das lokale Kolorit, ersetzen durch die Synonyme die deutschen Wörter, indem sie dem Text semantische Variabilität geben. Aber die Forschungen behaupten, dass die deutschen Äquivalente in der Presse, die höheren Plätze einnehmen, die Sprache gibt ihre Positionen den Anglizismen nicht ab und bleibt die Hauptsprache der deutschen Presse. Seit der Mitte des XX: Jahrhunderts wird eine bemerkenswerte Erhöhung des Zuflusses der lexikalischen Entlehnungen ins o, hauptsächlich aus englischen Sprache beobachtet. Es klärt sich durch den globalen Gebrauch des Englisch und des Prestiges dessen Nutzung. Die Anglizismen erfüllen die Rolle der Bereicherung von Deutsch. Es gibt verschiedene Weisen der Bildung von Anglizismen. Die Anglizismen werden nach von grammatischen den Systemen des Deutschen gebildet.

Der Prozess der Entlehnung von fremdsprachlichen Wörtern hat, sowohl positive als auch negative Seiten. Die Sprache wird bereichert, aber es werden einige Einheiten verdrängt oder durch die ähnlichen Bedeutungen im Englischen ersetzt. Der Gebrauch von Anglizismen ist modisch. Die Jugend gebraucht englische Ausdrücke immer öfter. Ein gegrosses Problem wurde die Übersetzung der Anglizismen in den deutschen Massenmedien. Es wird das Problem der Übersetzung von Anglizismen und deren Funktion studiert: sie ziehen die Aufmerksamkeit des Lesers heran, werden für die Nomination der neuen Gegenstände und der Erscheinungen verwendet, sparen die sprachlichen Mittel ein. Sie haben verschiedene stilistische Besonderheiten, geben dem Text das lokale Kolorit, ersetzen durch die Synonyme die deutschen Wörter, indem sie dem Text semantische Variabilität geben. Die Ziele und die Aufgabe in der Forschung der Besonderheiten der Übersetzung von den Anglizismen waren in den deutschen Massenmedien erreicht und gelöst. Die strukturellen-funktionalen Aspekte der Übersetzung waren analysiert. Es waren die Typen der Anglizismen, die Weisen der Bildung und die Weisen der Übersetzung der Anglizismen sind betrachtet.

Nach der Weise der Übersetzung teilen sich die Anglizismen auf: die Transkription oder die Transliteration, die Lehnübersetzung, die Halblehnübersetzung, die umschreibende Übersetzung und die Aufnahme des geraden Einschusses.

Список використаної літератури

Україномовні джерела:

1. Адаптація англiцизмiв до системи сучасної нiмецької мови (на матеріалі англiцизмiв комп'ютерної галузі й технологій) : автореф. дис... канд. Філол. наук: 10.02.04 / А. Л. Міщенко; Донецьк. Нац. ун-т. – Донецьк, 2009. – 20 с
2. Англо-американські запозичення в нiмецькій лексиці як результат міжмовної взаємодії // Наука і сучасність: Зб. наук. пр. національн. педагог. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – К.: Логос. – 2001. – Т. XXV. – С.310.
3. Гончаренко Л. О. З історії вивчення запозичень у нiмецьку мову // Наукові записки Чорноморського державного університету. Серія: філологічні науки. – 2007. – Випуск 89 (3). – С.53
4. Пастух І. Нiмецький сленг: інтегративні особливості неологізмів сьогодення / Ірина Пастух // Мандрівець. – 2010. N 4. – С. 76.
5. Процес запозичення та структурно-семантичні особливості запозичених лексичних одиниць (до проблеми еволюції англоамериканізмів в сучасній нiмецькій термінології) // Наука і сучасність: Зб. Наук. Пр.. Нац. Педагог. Ун-ту ім.. М. П. Драгоманова. – К.: Логос. – 2001. – Т. XXIX. – С. 298.
6. Рогова Л. В. Англiцизми в тексті нiмецькомовної реклами косметики / Л. В. Рогова // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім.. Л. Українки. Філологічні науки. Мовознавство. – Луцьк: ВНУ, 2010. – Вип. 8. – С. 295.
7. Русанівський В. М. Культура української мови / Русанівський В. М. – К.: Либідь, 2000. – 301 с.
8. Словотвірний потенціал англоамериканізмів як показник пристосування запозичень до словотвірної підсистеми мови (на матеріалі нiмецької лексики // Філологічні науки: Зю. Наук. Пр.. Сумського державного педагогічного ун-ту. – Суми: СумДПУ. – 2002. – С.140.

9. Федорець С. А. Мова реклами як джерело поповнення iншомовної лексики / С. А. Федорець // Лiнгвiстичнi дослідження: Науковий вiсник. – Х.: ХДПУ, 1997. – Вип. 3. – 140 с.
10. Функціональний аспект англоамериканiзмiв (на матерiалi галузевої лексики) // Наука i сучаснiсть: Зб. Наук. Пр.. Нацiонального педагогiчного ун-ту iм.. М. П. Драгоманова. – К.: Логос. – 2001. – Т. XXXIV. – 300 с.
11. Хомський Н. Аспекти теорiї лексики. М., 1972. 120 с.

Росiйськомовнi джерела:

12. Алиаскарова Г. Ф. Сравнительный анализ неологизмов в русском и немецком языках: диссертация кандидата филологических наук. Чебоксары, 2006. – 203 с.
13. Бабенко Е. В. Стереотипное и окказиональное в лексике современной немецкой рекламы: диссертация кандидата филологических наук: 10.02.04. – Москва, 2003. – 162 с.
14. Бодуэн де Куртене И. А. Избранные труды по общему языкознанию. В 2 томах. М.: АН СССР, 1963. – 365 с.
15. Борисова Л. И., Парфенова Т. А. Справочник по общему и специальному переводу. М.: НВИ – Тезаурус, 2005. – 328 с.
16. Борисова – Лукашенец Е. Г. Современный молодежный жаргон / Е. Г. Борисов – Лукашенец // IT. 2006. - №5.
17. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. – М.: Просвещение, 1973. – 224 с.
18. Будагов Р. А. Новые слова и значения // Человек и его язык. М.: МГУ, 1976. – с. 275
19. Вайнрайх У. Одноязычие и многоязычие. // Новое в лингвистике. Вып. 6. М.: Прогресс, 1972. – С. 25.
20. Васильева Л. В. Обогащение современного немецкого языка иноязычными заимствованиями: Экспериментально-типологическое

исследование на материале англицизмов: Дис. Канд. Филол. Наук. – Ставрополь, 2004. 220 с.

21. Гордишевская Е. В. К вопросу о влиянии английского языка и его американского варианта на языковую ситуацию в современной Германии: Дис. Канд. Филол. Наук. – М., 2005. 206 с.

22. Денисова Ю. Н. Английские заимствования в немецких рекламных текстах / Ю. Н. Денисова, Е. В. Корнева // Языковая структура и социальная среда. Межвузовский сборник научных трудов студентов. – Воронеж: ВГТУ, 2000.

23. Домашнев А. И. Развитие лексики немецкого языка и лексикографическая практика. – Л., 1993. – 138 с.

24. Зализняк А. А. Семантическая деривация в синхронии и диахронии: проект каталога семантических переходов / А. А. Зализняк // Вопросы языкознания. – 2001. - №2.

25. Комиссаров В. Н. Теория перевода. – М.: “Высшая школа”, 1990. 253 с.

26. Коротких Т. А. Лексика и стиль современной немецкой прессы // Образование в контексте современного развития мирового общества: Материалы Международной научной конференции. – Электросталь: Новый гуманитарный институт, 2008. 232 с.

27. Крысин Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни. // Русский язык конца XX столетия. М.: Наука, 1996. – С. 142.

28. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке. – М.: Наука, 1968. – 208 с.

29. Морозова О. Н., Носкова С. Э. О некоторых тенденциях языковых изменений в германской лингвокультуре / О. Н. Морозова, С. Э. Носкова ЭЭ «Мир лингвистики и коммуникации» - Тверь: ТГСХА, ТИПЛиМК, 2007. - №1 (6).

30. Морозова О. Н. Английские заимствования в современном немецком языке: лингводидактический аспект / О. Н. Морозова // Мир лингвистики и коммуникации: - Тверская государственная сельскохозяйственная академия, 2008. – Вып. 12. – С. 39.
31. Мюллер В. Г. Англо-русский словарь. М.: Русский язык, 1999
32. Поливанов Е. Д. – цит. По Серебренников Б. А. Общее языкознание. Внутренняя структура языка – М.: Наука, 1972. – 568 с.
33. Розен Е. В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке / Е. В. Розен. – М.: Менеджер, 2000.
34. Розен Е. В. Немецкая лексика: история и современность: учеб. пособие / Е. В. Розен. – М.: Высшая школа, 1991.
35. Розен Е. В. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке / Е. В. Розен. – М.: Просвещение, 1991.
36. Розен Е. В. Как появляются слова? Немецкая лексика: история и современность. М.: Март, 2000
37. Романов А. А., Морозова О. Н., Носкова С. Э. Quo vadis, Deutsch? Разговор с изучающим современный немецкий язык. Монография / А. А. Романова, О. Н. Морозова, С. Э. Носкова. – Тверь: Изд-во «Агросфера», 2007. – 222 с.
38. Романова М. С. Специфика функционирования англицизмов в немецком молодежном языке: диссертация кандидата филологических наук: 10.02.04. – Москва, 2001. – 180 с.
39. Россихина Г. Н. Новый англо-немецкий язык: угроза или реальность? // Филологические науки. М., 2001. - №2. – С. 109.
40. Русский язык. Энциклопедия./ Гл. ред. Ю. Н. Караулов. – М.: Большая Российская энциклопедия, Дрофа. 1997
41. Серебренников Б. А. Общее языкознание. Внутренняя структура языка. – М.: Наука, 1972. – 568 с. – С. 476.
42. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. // Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1977. – 272с. С. 122.

43. Стеранова М. Д., Чернышева И. И. Лексикография современного немецкого языка. – М., 1986 – 226 С.
44. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Школа русской культуры, 1996. – 290 с.
45. Федоров А. В. Основы общей теории перевода: (Лингвистические проблемы). – М.: «Высшая школа», 1983.
46. Челябинская фразеологическая школа: Научно-исторический очерк. – Челябинск: ЧГПУ, 2002. – 304 с. – С. 16.
47. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. – М.: ВШ, 1969. – 231с. – С. 56.

Німецькомовні джерела:

48. Bohmann S: Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche. – Marburg: Verlag Marburg, 1996. 314 S.
49. Broder C. Zur Rezeption von Anglizismen im Deutschen, Germanische linguistik / C. Broder, P. Hengdtenberg. – München: P. Braun, 1981.
50. «Der Sprachdienst», 1976 S. 20.
51. Glück H;; Sauer W: W: Gegenwartsdeutsch. Stuttgart: Weimar, 1997. 200 S:
52. Haugen E. The analysis of linguistic borrowing // Language. Vol. 26 - Yale: Yale University, 1950. №2. – p. 268
53. Kühn I: Lexikologie. Eine Einführung. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1994. 250 S.
54. «Osteuropa», 2011 S: „%:
55. Sick B: Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod. Ein Wegweiser durch den Irrgarten der deutschen Sprache / B. Sick. – Köln KiWi, 2005. 230

Лексикографічні джерела:

56. Duden - Wörterbuch der Szenesprachen. – Duden-Verlag: Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich, 2000. – 224 S.
57. Langenscheidt, Grosswörterbuch Deutsch als Fremdsprache, Berlin, 2003

Інтернет джерела:

58. <http://www.popcorn-mag.de/>
59. <http://www.lingvo.com>
60. <http://www.cosmo.com.ua>
61. <http://www.cosmo.de/>
62. <http://www.diss.com/content/anglitsizmy-v-nemetskom-yazyke>
63. <http://www.kulturamovy.org.ua/KM/pdfs/Magazine>
64. <http://www.Nbuv.gov.ua/portal/>
65. <http://www.s-journal.cdu.edu.ua/base/2008>
66. http://www.rusnauka.com/3_ANR_2012/Economics/6_99026.doc.htm
67. http://www.iryadovij_kujer.net
68. <http://www.vwds.de>
69. <http://www.deutsche-welt.info/anglicizmi-v-nemeckom>
70. <http://www.vds-ev.de/einordnung-und-statistik>
71. <http://www.relga.ru>
72. <http://www.russianlondon.com/print/17611/>
73. <http://www.spiegel.de/>
74. <http://www.burdastyle.de/>
75. <http://www.harpersbazaar.de/>
76. <http://www.deutschland.de/de>
77. <http://www.juma.de/>
78. <http://www.derweg.org/>
79. <http://www.sueddeutsche.de/>
80. <http://speakenglisch.com.ua/blog/pereklad-vl>