

5. Жадан С. В. Ворошиловград. Харків: Фоліо, 2012. 442 с.
6. Словник сучасного українського сленгу / уряд. Т. М. Кондратюк. Харків: Фоліо, 2006. 350 с.
7. Жадан С. Хлібне перемир'я. П'єса. Чернівці: Meridian Czernowitz, 2020. 128 с.
8. Українська правда. Життя. Сергій Жадан: Я й сьогодні ходжу і розклеюю афіші. *Українська правда. Життя*. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2011/05/4/78148/>

УДК 811.161.2:811.112.2'373.613

НІМЕЦЬКОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

П. О. Луценко, Л. С. Данил

Анотація. Стаття присвячена дослідженню німецькомовних запозичень, що закріпилися в українській мові. Розглядається лінгвокультурна взаємодія німецької та української мов на лексичному, морфологічному та фонетичному рівнях на основі запозичених лексичних одиниць.

Ключові слова: німецькі запозичення, міжмовні контакти, адаптація запозичень, лінгвокультурна взаємодія мов.

Вступ. Мовці користуються системами знаків та домовленостей, навіть не задумуючись про це. Те, як вони утворювалися та розвивалися, цікавило дослідників ще споконвіків. Однак у певний час настає період, коли потенціал мови вичерпується або іноземний варіант на позначення того ж поняття звучить краще та влучніше. У такому разі задля розширення лексики використовують *мовні запозичення* – наслідки *мовних контактів*, що позначають взаємодію та вплив однієї мови на іншу [1].

Актуальність проблеми мовних запозичень обумовлена необхідністю аналізу явища німецькомовних запозичень в українській мові через призму лексикографічних джерел для розуміння сучасних тенденцій еволюції мови та виявлення впливу запозичень на культурний та мовний контекст України. Усе більша кількість міжмовних контактів лише підкреслює важливість дослідження цієї теми.

Аналіз наукових праць цієї теми показав, що іноземні дослідники U. Weinreich, E. Haugen, G. Bellmann, M. Höfinghoff та ін., а також вітчизняні науковці, серед яких Д. Шелудько, Ю. Жлуктенко, О. Горбач, О. Муромцева, розглядали у своїх працях як конкретно німецькі мовні запозичення, так і проблему мовних контактів загалом. Серед сучасних дослідників О. Дмитренко та Ю. Полуніна [2] аналізують причини, процеси та історичне підґрунтя перенесення німецькомовних одиниць в українську мову. Л. Боярова [2] досліджує характерні риси та етимологію німецьких запозичень в українській термінології. І. Підлужна [3] розглядає німецькі лексичні запозичення у сфері побуту сучасної української мови. Праця Г. Драпалюка, Н. Ільчишина, Н. Пиндика [4] стосується німецької мови ділового стилю, а увага авторів сконцентрована на сферах лексики та перекладознавства мови. Т. Пиц [5] аналізує те, як німецькі лексичні запозичення в українській мові досліджуються німецькими науковцями.

Дослідницьким матеріалом слугують німецькомовні запозичення в українській мові в кількості 318 одиниць. Матеріал був відібраний методом суцільної вибірки зі «Словника іншомовних слів» редакції С. М. Морозова та Л. М. Шкарапути [6] та «Етимологічного словника української мови» (у семи томах) за редакцією О. С. Мельничука [7].

Хоча питання німецькомовних запозичень в українській мові було досліджено багатьма науковцями, питання актуальних тенденцій використання німецькомовних запозичень в українській мові та їх роль у відображенні соціокультурних змін мови все ще залишаються недостатньо вивченими.

Мета цієї статті – з'ясувати тенденції щодо запозичень із німецької мови в українську та розкрити особливості їх адаптації в мовному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Класифікація корпусу досліджуваних лексичних одиниць відповідно до галузей вживання з метою аналізу лінгвокультурної взаємодії німецької та українських мов на лексичному рівні показує, що серед запозичень найбільшими є такі групи: професійна лексика, наприклад, *абрис*, *дюбель*, *флюс* (25 %); спорт, культура та розваги, напри-

клад, *анишлаг, гантель, мольберт* (13 %); побутова лексика, наприклад, *танок, пляшка, шухляда* (9 %); суспільно-політичне життя, наприклад, *борг, піст, ярмарок* (9 %) (Рис. 1).

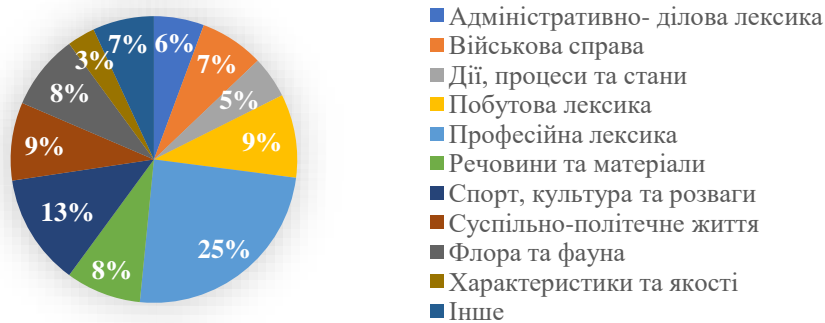


Рис. 1. Класифікація германізмів за галузями вживання

Варто зазначити, що в процесі запозичення лексичних одиниць змінюються й семантичні характеристики лексем. Відповідно до змін значення на семантичному рівні існує загально-прийнята класифікація, яка базується на типі зміни значення запозичень.

I. Збереження значення запозичення:

- 1) моносемантичне збереження (однозначні слова): *ринва, рюкзак*;
- 2) полісемантичне збереження (багатозначні слова): *гриф, марка*;

II. Зміна значення запозичення:

- 1) кількісна зміна:
 - a) звуження (конкретизація значення): *плац, барва, шина*;
 - b) розширення (генералізація значення): *фартух, шнур*;
 - c) комплексна зміна (конкретизація та генералізація): *крам, вага*;
- 2) якісна зміна:
 - a) погіршення: *бургер, бунт*;
 - b) покращення: *ярмарок*;
- 3) пересування значення: *шварц, люфт*.

Дослідження семантичних змін у процесі запозичення лексичних одиниць показує, що значна частина запозичень (66 %) є багатозначними словами, що зберігають свої значення (полісемантичне збереження). Також треба виокремити моносемантичне збереження значень (10 %) та звуження значень (10 %) як наступні найпоширеніші групи (Рис. 2).

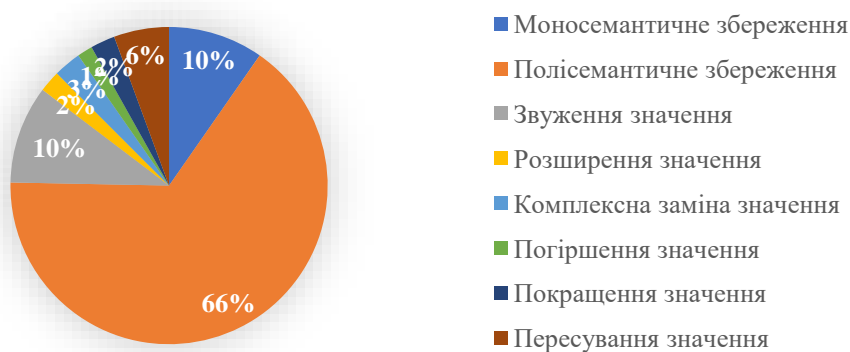


Рис. 2. Класифікація германізмів відповідно до їх семантичних змін

Проаналізувавши матеріал дослідження, виявляємо, що багато германізмів внаслідок їх запозичення набули нових асоціативних значень, яких не існувало у мові-джерелі. Деякі втратили своє первісне семантичне значення через те, що вони позначали застарілі поняття та терміни, хоча є і ті, які взагалі вийшли зі вжитку. Інші ж залишили своє початкове значення та функціонують і використовуються в сучасній українській мові без особливих змін.

Дослідження німецькомовних запозичень в українській мові на морфологічному рівні приносить такі результати: хоча в українській мові виділяють 10 частин мови, а у німецькій –

12, 318 слів із лексичного матеріалу було класифіковано та отримано лише три частини мови: іменники (*брандмауер, ландшафт, хвиля*), дієслова (*вербувати, гамувати, мусити*), вигук (*фас*) (Рис. 3).



Рис. 3. Класифікація германізмів за частинами мови

Запозичення іншомовних лексем неминуче призводить до змін у структурі запозичених одиниць. Використання таких лексем у не їх рідній мові майже неможливе, адже зі зміною мови змінюється також оформлення, не тільки семантичне та морфологічне, а й насамперед фонетичне, що змушує запозичення адаптуватись до нового середовища шляхом зміни, «еволюції».

Подана нижче таблиця наводить статистичні дані щодо змін у німецькомовних запозиченнях в українській мові на фонетичному рівні, де можна відстежити кількісні зміни – як окремі (до кожної групи звуків), так і загальні (наведені в останніх двох рядках таблиці) (Таблиця 1).

Таблиця 1

Зміни в німецькомовних запозиченнях на фонетичному рівні

Класифікація фонетичних змін	Кількість	
	абсолютна (од.)	відносна (%)
Короткі голосні	23	7,2 %
Дентальні приголосні	13	4,1 %
Дифтонги	12	3,8 %
Назальні приголосні	11	3,5 %
Довгі голосні	10	3,1 %
Сонорні приголосні	9	2,8 %
Лабіальні приголосні	8	2,5 %
Велярні приголосні	5	1,6 %
Напівголосні сонорні приголосні	2	0,6 %
Загальні зміни приголосних	48	15,1 %
Загальні зміни голосних	45	14,2 %

Більшість звуків запозичень уже мають свої сталі відповідники, а ті, що не мають – замінюються найближчими аналогами. Варто зазначити, що оскільки Україна не межує безпосередньо з Німеччиною, то у мовних контактах та в процесі запозичень важливу роль відіграли посередники мови (у більшості випадків – польська мова), які і обумовили переважну кількість винятків та змін у фонетичних системах, що не характерні українській мові.

Висновки. Підводячи підсумки, необхідно зазначити, що було проведено дослідження лінгвокультурної взаємодії німецької та українських мов на лексичному, морфологічному, та фонетичному рівнях. Результати дослідження дають змогу стверджувати, що лексеми, які були запозичені з німецької мови на позначення реалій, слів для яких не було в українській мові, змінювали свої значення та відтінки, поступово адаптуючись до нового мовного середовища, культури та потреб мовців. А з дослідження лексичного матеріалу на фонетичному рівні можна зробити висновок, що майже всі мовні запозичення змінюються і адаптуються до нового середовища, тобто мови, яка їх запозичила.

Оскільки взаємодія німецької та української мов відбувається постійно на сучасному етапі у політичних, фінансових, технічних, культурних та наукових сферах, перспективами дослі-

джені у цьому напрямі є подальше розширення досліджуваного матеріалу з метою актуалізації даних про німецькомовні запозичення, що використовуються у сучасній українській мові.

Abstract. The article is devoted to the study of German loanwords that have been fixed in the Ukrainian language. The linguistic and cultural interaction of the German and Ukrainian languages at the lexical, morphological, and phonetic levels on the basis of borrowed lexical units is considered.

Keywords: German loanwords, interlinguistic contacts, adaptation of loanwords, linguistic and cultural interaction of languages.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2006. 424 с.
2. Дмитренко О. В. Німецькі лексичні запозичення в українському розмовному дискурсі. *Імідж сучасного педагога*. 2020. № 2(191). С. 63–67.
3. Боярова Л. Г. Німецькі запозичення в українській термінології. *Лінгвістичні дослідження*. 2020. № 52. С. 51–63.
4. Підлужна І. А. Німецькі лексичні запозичення у сфері побуту в сучасній українській мові. *Вчені записки ТНУ ім. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31(70), № 4. Ч. 1. С. 104–109.
5. Драпалюк Г. С., Ільчишин Н. М., Пиндик Н. І. Діловий німецькомовний дискурс: лексичний і перекладацький аспекти. *Імідж сучасного педагога*. 2015. № 7. С. 47–49.
6. Пиц Т. Дослідження німецьких лексичних запозичень в українській мові у німецькомовних країнах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2012. № 3. С. 274–280.
7. Словник іншомовних слів / уклад. С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. Київ: «Наукова думка», 2000. 680 с.
8. Етимологічний словник української мови. У 7 т. / гол. ред. О. С. Мельничук. Київ: «Наукова думка», 1982–2012.

УДК 811.111'255.4'36'42:316.772.2]:687.01

КОМУНІКАТИВНО-ЕКСПРЕСИВНІ ТИПИ НАПИСІВ НА ОДЯЗІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ МОДИ

А. М. Мартинюк, Н. В. Стрюк

Анотація. У статті на матеріалі англійської мови проаналізовано комунікативно-експресивні особливості написів на одязі відомих брендів. Актуальність обраної теми зумовлена потребою в ґрунтовному аналізі прагматичних особливостей текстів на вбранні в англійськомовному дискурсі моди. Методологічною основою роботи є лінгвістичний аналіз, що дає можливість детально дослідити специфіку комунікації за допомогою написів на одязі, класифікувати дібраний лінгвістичний матеріал, визначити продуктивність певних комунікативно-експресивних типів та інтерпретувати їх мовні особливості.

Ключові слова: напис на одязі, комунікативно-експресивні особливості, дискурс моди.

1. Вступ

Напис на одязі – це новий мовленнєвий жанр, який виник через здешевлення вбрання та розвиток і вдосконалення технології друку на ньому. Мета написів на одязі полягає у реалізації потреби особистості в самопрезентації за допомогою демонстрації комунікативних смислів, які резонують з внутрішнім Я носія вбрання, оточуючим, що сприймають текстовий принт. Типологічними параметрами жанру напису на одязі є антропоцентричність та експресивність [1, с. 87–90]. Останнім часом прослідковується тенденція до використання написів на одязі відомими брендами, відповідно актуальним є студіювання особливостей комунікації за допомогою текстів на вбранні. Таке дослідження сприяє систематизації інформації про мовні та культурні характеристики написів на одязі, їх функції, структуру, семантику, прагматику, стилістику тощо.

Оскільки проблема вивчення написів на одязі відносно нова, розвідки, присвячені цьому явищу, досить поодинокі. Так, Н. Стрюк досліджує особливості картини світу носіїв одягу з принтами англійською та українською мовами через призму використання метафоричних текстів [2]. Т. Сяо та Дж. Су, використовуючи контент-аналіз, намагаються з'ясувати, які слогани на футболках є популярними, та які характеристики слоганів подобаються молодим споживачам.