

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ,
ЖУРНАЛІСТИКИ ТА МИСТЕЦТВ
Кафедра англійської філології та світової літератури
імені професора Олега Мішукова

Кваліфікаційна робота (проект)
АДАПТАЦІЯ АНГЛІЗМІВ У НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТАХ
СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ: КРОСКУЛЬТУРНИЙ ВПЛИВ НА
СПОРТИВНУ ЛЕКСИКУ І ТЕРМІНОЛОГІЮ
на здобуття другого (магістерського) ступеня

Виконав: студент 2М курсу 08-202М групи
спеціальності 035 Філологія, 035.041
германські мови та літератури (переклад
вклчно), перша-англійська

Брагін Роман Романович

Керівник: к.пед.н., доц. Гоштанар І.В.

Рецензент: к.філ.н., доц. Осіпчук Г.В.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади вивчення кроскультурного впливу на спортивну мову німецькомовних медіатекстів	7
1.1. Механізми запозичення та адаптації іншомовних елементів.....	7
1.2. Причини використання англійзмів у спортивному дискурсі.....	11
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. Англійзми у спортивній мові німецькомовних медіатекстів (на матеріалі онлайн-платформ (Kicker, Bild, Spiegel у розділах спорту).....	18
2.1. Роль медіа у формуванні спортивної термінології.....	18
2.2. Класифікація англійзмів (лексичні, семантичні, морфологічні).....	24
2.3. Культурно-лінгвістичні особливості англізації спортивного дискурсу.....	39
Висновки до розділу 2.....	41
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45

ВСТУП

Спортивна сфера дедалі більше інтегрується в міжнародний інформаційний простір сучасного глобалізованого світу, що зумовлює активне проникнення англійської мови в медійні тексти різних мов. Особливо помітним є цей процес у німецькомовному медіадискурсі, в якому англізми стали невід'ємною частиною спортивної лексики та термінології.

Англійська мова, як домінуюча у сфері міжнародного спорту, медіа та технологій, відіграє значний кроскультурний вплив на мовні системи інших країн. У німецькомовних спортивних медійних текстах це проявляється не лише у запозиченні окремих лексем, але й у трансформації синтаксичних структур, стилістичних засобів та комунікативних стратегій.

Актуальність теми зумовлена необхідністю дослідження механізмів адаптації англізмів у німецькій мові, зокрема в контексті спортивного медіадискурсу, в якому мова виконує не лише інформативну, а й емоційно-експресивну функцію. Такий аналіз дозволяє виявити особливості мовної взаємодії, ступінь інтеграції іншомовних елементів та їх вплив на формування сучасної термінології.

У контексті дослідження адаптації англізмів у медіадискурсі спортивної тематики важливим є звернення до праць як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Питанням загального вивчення мовних запозичень присвячені праці сучасних українських науковців, О.С. Гринько, Н.Ф. Клименко, Л.П. Кислюк, О. І. Селіванової, І. В. Кочан, які аналізують механізми інтерференції та функціонування іншомовних елементів у сучасному мовленні. У німецькомовному академічному просторі значний внесок у дослідження англізмів зробили такі лінгвісти, як Ulrich Ammon, Eva Neuland, André Meinunger, які розглядають явище мовної гібридизації, домінування англійської в інформаційних текстах та її вплив на німецьку термінологію. Особливу увагу до спортивного дискурсу приділяють

дослідники, що працюють на перетині лінгвістики та медіазнавства, зокрема Claudia Wunsch та Michael Schaffrath, які аналізують мовні особливості спортивних репортажів і роль англійських запозичень у створенні динамічного стилю.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Кваліфікаційна робота виконана на кафедрі англійської філології та світової літератури імені професора Олега Мішукова в межах комплексної теми «Лінгвокогнітивні і комунікативно-прагматичні аспекти дослідження тексту» (номер держреєстрації 0117U006792).

Мета даної роботи – дослідження процесу адаптації англізмів у німецькомовних медійних текстах спортивної тематики та виявлення кроскультурних чинників, що впливають на формування спортивної лексики й термінології.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) узагальнити сучасні наукові підходи до трактування поняття «англомовне запозичення» та визначити типи англізмів, що функціонують у німецькомовному спортивному медіадискурсі;
- 2) проаналізувати способи адаптації англізмів на фонетичному, морфологічному та семантичному рівнях;
- 3) дослідити стилістичні особливості вживання англізмів у спортивних текстах;
- 4) виявити кроскультурні аспекти впливу англійської мови на німецькомовну спортивну термінологію.

Об'єктом дослідження є англізми у німецькомовних медіатекстах спортивної тематики. **Предметом** – процеси їх адаптації та кроскультурний вплив на мовну систему.

Матеріал проведеного дослідження становить корпус німецькомовних медійних текстів спортивної тематики з онлайн-видань, таких як *Kicker*,

Sport1, Spiegel Sport, Sky Sport, Bild, а також офіційні сайти спортивних федерацій та клубів, що містять англізми у контексті спортивного дискурсу.

Методи дослідження зумовлені метою та завданнями роботи: *метод вибірки* матеріалу, *лінгвістичного аналізу* – для виявлення та класифікації англізмів у німецькомовних медійних текстах спортивної тематики; *контент-аналіз* – для кількісного та якісного аналізу вживання англізмів; *порівняльний* – для зіставлення адаптованих англізмів з їх первинними англійськими формами; *deskриптивний метод* – для опису способів адаптації (фонетичної, морфологічної, семантичної); *кроскультурний* – для виявлення впливу англомовної культури на німецькомовний спортивний дискурс.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному аналізі адаптації англізмів у німецькомовному спортивному медіадискурсі з урахуванням кроскультурного впливу, стилістичних особливостей та актуальних тенденцій мовної гібридизації в цифровому середовищі.

Практичне значення роботи полягає в можливості застосування її результатів у лінгвістичному аналізі сучасного медіадискурсу, зокрема для уточнення класифікації англізмів та розробки рекомендацій щодо їх адаптації в німецькомовному спортивному контексті.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і висновки кваліфікаційної роботи представлено на засіданні кафедри англійської філології та світової літератури імені професора Олега Мішукова Херсонського державного університету, доповідалися на Międzynarodowa Konferencja Studencko-Doktorancka „Ukraina i Europa w pierwszej ćwierci XXI wieku: badania humanistyczne pokolenia wojny ” (Wrocław, 12 czerwca 2025 r. Instytut Filologii Słowiańskiej Uniwersytetu Wrocławskiego), III Міжнародній науково-практичній конференції для студентів та молодих вчених «Наука в епоху соціокультурних змін: реалії, перспективи та сталий розвиток»

(Дніпровський технологічний університет, 24 жовтня 2025 р.), III Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Світ у медіа, медіа у світі: тенденції і перспективи» (Національний університет біоресурсів і природокористування України, 06 листопада 2025 року).

Публікації. Результати наукової роботи відображено у 1 статті та 1 тезах наукових конференцій.

Структура й обсяг роботи. Загальний обсяг даної роботи – 50 сторінок. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та списку ілюстративного матеріалу.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КРОСКУЛЬТУРНОГО ВПЛИВУ НА СПОРТИВНУ МОВУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТІВ

1.1. Механізми запозичення та адаптації іншомовних елементів

Кроскультурна комунікація (англ. *cross-cultural communication*) – це, за визначенням Герта Хофстеде, процес обміну інформацією між представниками різних культур, який передбачає взаємодію мовних, соціальних, поведінкових та ціннісних систем [26, с. 21]. Саме цей феномен лежить в основі спілкування між носіями різних мов і культур та зумовлює явища поглинання мовно-культурних аспектів, оскільки культурні зв'язки – це істотна складова обміну між народами, що спонукає до взаємного збагачення культур [8, с.198-202].

У лінгвістичному аспекті кроскультурна комунікація охоплює явища мовної інтерференції, запозичення, адаптації лексичних одиниць, а також трансформацію стилістичних норм під впливом іншомовного середовища.

Згідно з концепцією Едварда Холла, кроскультурна комунікація базується на розумінні культурних кодів, контексту спілкування та невербальних елементів, які можуть суттєво відрізнятися між культурами. Холл визначає, що така комунікація, за своєю природою, є нічим іншим, як абстрактний ідеал, якого має намагатись досягти людина у своєму прагненні ефективно адаптуватись до навколишнього світу. Він пропонує поділ культур на висококонтекстні та низькоконтекстні: так, наприклад, висококонтекстні суспільства (зокрема, східні та арабські) вкладають значний обсяг змісту в контекст і невербальні сигнали, тоді як низькоконтекстні культури (як США чи народи Європи) віддають перевагу прямоті та відвертості висловлювань. Така різниця у міжнародній комунікації може зумовлювати ризик помилок і появи суперечок [12].

Варто зазначити, що кроскультурна комунікація виникає в ситуації, коли співрозмовники належать до різних культур та усвідомлюють свої відмінності. Здебільшого, це явище у науковому полі прийнято асоціювати з міжособистісним процесом, у якому культурні відмінності стають помітними та визначальними, що зумовлює подальші розбіжності очікувань, сформованих носіями різних культур у їх вербальних та невербальних кодах, які до цього використовуються здебільшого лише у суспільстві, яке передбачає спільну систему кодування та розшифровки повідомлень.

Г. Хофстеде, у свою чергу, підкреслює роль культурних вимірів (індивідуалізм, дистанція влади, уникнення невизначеності тощо) у формуванні комунікативної поведінки та стилю – вони безпосередньо впливають на приверженість людей з різних культурних контекстів певним ступеням формальності, прямої, фразеології та використанню запозичень.

Звертаючись, безпосередньо, до поняття «англізм» зазначимо, що історично цей термін у різні періоди зазнав суттєвих семантичних модифікацій, і його тлумачення у дослідженнях часто дуже різнилось, втім для нашої роботи спираємось на дефініцію Янга: «Англізм – це узагальнений термін для запозичень з американської та британської англійської а також з інших англомовних регіонів» [36, с. 7]

Зауважимо, що термін «запозичення» в мовознавстві, як правило, описує процес, у межах якого одна мова повністю або частково відтворює мовну одиницю чи рису з іншої мови. За думкою Філіпа Дуркіна, визначення «запозичення» для цього мовного процесу не є ідеальним відповідником – адже з мови-донора фактично нічого не вилучається, і не передбачається, що «позика» колись буде повернена і пропонує натомість поняття «вплив» [21].

Втім, термін «запозичення», так чи інакше, настільки міцно закріпився в мовознавстві як загальноновживане позначення даного явища, що повністю втратив свою метафоричну конотацію.

Таким чином, згідно дослідженням С. Томасон та Т. Кауфмана, під запозиченням зазвичай розуміють:

1. Всі види процесів крос-лінгвістичного перенесення чи копіювання, незалежно від того, чи йдеться про випадки добровільного засвоєння іншомовної лексики носіями мови-рецептора, чи про ситуації, коли неносії накладають певні риси своєї мови на мову-рецептор.

2. Інкорпорацію іншомовних елементів до мови-носія, тобто розширюючи значення цього терміну до «адаптації». Вказуючи на це в своїй роботі, Томасон і Кауфман звертаються до такого процесу як «субстратне втручання», або «накладання» [35, с.20-22].

Говорячи про запозичені слова, ми завжди розуміємо власне лексеми, а не, наприклад, словосполучення, оскільки у мові-рецепторі вони, як правило, функціонують як неподільні одиниці. Водночас відповідне словоджерело у мові-донорі може мати складну внутрішню структуру або навіть бути словосполученням, однак ця структура втрачається після переходу до мови-рецептора. Так, в українській мові є запозичене слово *бутерброд*, що походить від нім. *Butterbrot* (масло-хліб). У німецькій мові це прозорий композит, однак в українській відсутні інші слова з морфемами *butter* чи *brot*, тому «бутерброд» сприймається як мономорфемне слово, непридатне до морфологічного аналізу носіями. Водночас, коли мова систематично запозичує низку складних слів із тієї самої мови, повторювані елементи можуть набувати стабільного значення, внаслідок чого морфологічна структура частково відновлюється [23, с.37].

Звертаючись до концепції «питомих слів», як антоніму запозичень, звернімося до визначення, наданого Уінфредом Леманном, який називає такі слова «такими, які можна простежити до найдавніших відомих етапів розвитку мови» [27, с.212]. Втім, таке трактування цього терміну, так чи інакше, наштовхує нас на питання визначення автентики слова, адже ми

ніколи не можемо повністю виключити вірогідність того, що слово могло бути перейнятим на певному етапі історії мови, який ми не маємо змоги відслідкувати. Так, наприклад, англійське слово «*dish*» сягає своїм корінням давньоанглійського періоду та має споріднені відповідники в інших германських мовах (наприклад, нім. *Tisch* - стіл), тому умовно вважається питомим, у той час як слово «*disc*» є очевидно запозиченим від латинського «*discus*». Але, навіть розглядаючи лексеми, реконструйовані на рівні прамови, як слово «*Mutter*», що відслідковують від праіндоєвропейського «*mātēr*», ми не можемо мати впевненості стосовно їх походження на більш ранніх етапах мовної історії [27, с.38]. Таким чином, феномен «питомого слова» за концепцією своєю є схожим на філософську дилему «корабля Тесея», який було поступово реконструйовано у музеї до моменту, коли від оригінального корабля не залишилось жодного фрагменту, і ці концепції споріднює саме неможливість об'єктивного встановлення автентики питомої лексики. Таким чином, запозичення може бути безпомилково ідентифікованим, у той час як «незапозиченість» встановити неможливо, і можна лише казати про такі слова, свідчення про запозиченість яких є, на даний момент, відсутніми.

За Хаспельматом, переважна більшість запозичень пов'язується з конкретним мовним джерелом (або джерелами, оскільки кілька мов можуть мати схожі форми, що потенційно могли б бути джерелами), втім водночас існують випадки, коли слово сприймають як запозичене навіть якщо його відповідник не встановлено. Таке трапляється коли вихідне слово демонструє нетипові фонологічні особливості, які можна пояснити лише історією запозичення. Проте, навіть якщо у двох мовах виявляються схожі слова і очевидним є факт процесу запозичення, не завжди вдається встановити його напрям [27, с.48]. Для його визначення існує декілька факторів, зокрема:

1. Морфологічний фактор – якщо слово розкладається на значущі морфеми в одній мові, але є неподільним в іншій, то саме перша мова вважається мовою-донором. Наприклад, німецьке *Grenze* вважається запозиченням від польського *granica*, зважаючи на продуктивний суфікс *-ica* та корінь *gran-* вживаний у інших словах.

2. Фонологічний фактор – якщо слово демонструє сліди фонологічної інтеграції в мові А, але не в мові В, то воно є, вочевидь, запозиченим з останньої.

3. Фактор споріднених мов – якщо слово з мови А зустрічається у інших її споріднених мовах, які історично не могли перебувати під впливом мови В, то вважається, що слово походить саме з мови А.

Втім, навіть ці інструменти не можуть дати однозначний результат, особливо у випадках давніх запозичень, поширених у кількох різних мовних сім'ях одного ареалу.

1.2. Причини використання англізмів у спортивному дискурсі

Зважаючи на свій багатоаспектний характер, у медійному просторі кроскультурна комунікація проявляє свою інтегративну природу через активну мовну гібридизацію. Цей процес зумовлений, насамперед, ситуаціями, у яких виникає потреба назвати нові предмети чи явища, але німецький відповідник відсутній.

Крім того, нерідко іншомовні запозичення не є абсолютно необхідними, проте їх використання допомагає точніше структурувати семантичні поля, завдяки їх лаконічності та престижності їх застосування у сучасному дискурсі [13, с. 131]. Таким чином, останні 50 років, англійська лексика є частиною повсякденної мови німців зокрема, та німецькомовних людей в цілому.

Деякі англізми з'являються у вжитку тимчасово і у вузьких категоріях дискурсу – наприклад, рекламна лексика, але здебільшого, вони з'являються у німецькій разом із позначуваним предметом або явищем, а тому не знаходять собі відповідника у мові і перестають сприйматись як запозичена лексика, оскільки втрачають зовнішні характеристики і стають звичною частиною динамічної мовної системи [17, 2010, с. 218]. Про це, зокрема, свідчать і дослідження сучасних вітчизняних науковців – так, Світлана Кійко та Олена Кудрявцева підкреслюють, що у близько 15% випадків новітні англіцизми запозичуються саме у зв'язку із відсутністю відповідника у мові-рецепторі (*Spray, Topmodell, Investor*) [6, с. 51-62].

Окрім цього, серед поширених мотивів виділяють також соціальний, адже застосування запозичень може забезпечувати створення певної емоційної конотації чи емпатичного ефекту. Так, С. Кійко і О. Кудрявцева виділяють у своїй роботі приклади на кшталт *Haarstylist* замість *Friseur*, акцентуючи на тому, що для більшості іншомовних аудиторій визначення чогось як американського одразу надає позитивний відтінок позначуваному, через сформований стереотип про те, що американський спосіб життя є більш якісним та прогресивним [6, с. 51-62].

Втім, з іншого боку, питання створення позитивної конотації через застосування англізмів є неоднозначним – мовні критики часто висловлюють сильне занепокоєння стосовно зростаючої тенденції до перенасичення мови запозиченими словами, яку вони помічають вже протягом століть. Одним з перших лінгвістів, що закликав до пуризму в німецькій мові, прийнято вважати Германа Дунгера, що ще в 1899 році видав книгу «Пояснення замість англійських слів», застерігаючи проти занадто інтенсивної інтеграції англійської мови в німецьку [9, с. 220-224.]. Хоберг, для позначення проблеми, пропонує перебільшений приклад англіцизмів у

синтезованому тексті, вбачаючи, що у майбутньому німецька мова трансформується на таку:

«Wir schlüpfen morgens easy in unseren Slip, unser T-Shirt oder unseren Body, breakfasten bei McDonald's, lunchen im nächsten Fast-food, holen uns Bier im Sixpack und zu unserer Verschönerung eine Moisture Cream im Body Shop, gehen zum Hair Stylist, informieren uns am Service Point, fahren mit unseren Kids im InterCity, sitzen am Computer, am Scanner oder am Laptop, betätigen uns als Online-Surfer, bezahlen für unsere CityCalls, RegioCalls oder GermanCalls – und die Jungen unter uns finden das meist cool oder die älteren meist nicht o.k.» [25, с. 311].

До його думки приєднуються і інші дослідники, зокрема Ціммер, який відзначає «брак інтеграції» англізмів, що загрожують «*Tiefencode*» - «глибинному коду» німецької мови та наводить у своїх роботах досить масштабний перелік запозичених слів. За його думкою, запозичення змушують мовця постійно «перемикатись» між мовами, спричиняючи плутанину [37, с. 22-23]. Втім обидва ці приклади спираються більше на поодинокі випадки та власні назви компаній, продуктів та подій (*Popchor-Night, CityCalls, McDonald's*), ніж на реальні статистичні дані, що демонструє той факт, що через чверть століття після написання їх робіт, німецька мова все ж не трансформувалась настільки сильно.

Натомість, М. Хаспельмат зазначає, що проблема запозичень в мовах центральної Європи не є надто гострою для безпосередніх носіїв у тому обсязі, наскільки вона є гострою для дослідників. Він констатує, що ставлення мовців до запозичень фактично неможливо об'єктивно відслідкувати, на відміну від факту та обсягів запозичень у мові, адже люди, що просто користуються мовою у повсякденному житті рідко мають глибокі знання про соціолінгвістичні феномени, що відбуваються у їх мові [35, с.47-48].

Як засвідчив проведений аналіз, спостереження інших науковців лише підтримують його позицію – враховуючи, що у сьогоденні основними каналами інтеграції іншомовних лексем є медіаресурси та реклама, що у більшості випадків орієнтуються саме на підсвідоме та органічне засвоєння інформації з точки зору реципієнта – у тому числі через апелювання до відчуття спільності з іншими людьми та страху «випасти» з «мейнстріму», то і засвоєння нової термінології відбувається цілком охоче на непомітно для носія.

У спортивному дискурсі німецькомовних країн, питання запозиченої лексики та всіх супутніх феноменів її існування є особливо помітним, адже англійська мова виконує роль глобального лінгва франка, а її терміни, стилістика та риторика активно впливають на національні медіатексти, зокрема німецькомовні. Цьому сприяє популярність видів спорту, що спочатку зародились у Великій Британії [11, с. 17.] чи інших англomовних країнах, а також загальне покращення рівня володіння англійською мовою серед німецькомовного населення та поява глобалізованої Інтернет-комунікації, що пояснює також поступову відмову від адаптації англійських лексем [10, с. 122.].

Історично, англійська мова завжди співіснувала з німецькою на одній територіальній площині центральної і західної Європи, тому існування їх перетинів не викликає сильного здивування – приклади їх взаємодії ми розглянули у рамках класифікації запозичень. Втім, лише з XIX ст. англійська мова починає справляти помітний вплив, зумовлений зростаючим становищем Британії у промисловості та торгівлі [31, с. 139]. Це зумовить культурно-економічну експансію на всю Європу, та, зокрема, на Німеччину, де набуватимуть популярності англійські види спорту, що засвоюватимуться разом з відповідною термінологією. Серед перших з таких можна виокремити термінологію з боксу (*boxen, knock-out*),

термінологію кінного спорту (*Derby*) та, очевидно, *Fußball* і, разом з ним, все його семантичне поле. Із початком XX століття саме спорт стане визначальним джерелом англізмів – так, заснований у 1900 році Німецький футбольний союз (DFB) користуватиметься із самого початку вже поширеною серед спортсменів та вболівальників англомовною термінологією [20, с. 780].

В середині століття – під час світових воєн та в епоху нацизму, ідеї пуританства німецької мови тимчасово зменшиться. Англійські терміни почнуть витіснятись німецькими відповідниками – так Кох засуджував використання англійських слів у футбольній лексиці і прагнув запровадити німецькі відповідники. Частина з них існуватиме і сьогодні – так, у німецькій профільній пресі чи під час коментування матчів, ми можемо нерідко зустріти використання слів *Ecke* замість *corner*, *Stürmer* замість *forward* та *Abseits* замість *offside* [19, с. 12].

Після завершення Другої світової війни, британський та американський варіанти англійської мови повернуться до світового вжитку і з поширенням засобів інформації та глобалізації торгівлі і культури, почнуть проникати у всі сфери суспільного життя [31, с. 141.]. Дотепер характерною рисою сучасного впливу англізмів є те, що слова вже майже не адаптуються під німецьку систему, а скоріше засвоюються у своїй оригінальній формі – так, наприклад, якщо у XIX-XX ст. термінологія входила до німецької мови через засоби калькування (*Fußball* від *football*), або, принаймні, через систему німецьких афіксів (*Boxen*), то у сьогоднішньому медіапросторі здебільшого нехтують графемно-фонологічною інтеграцією [24, с. 40].

Таким чином, враховуючи соціально-психологічні фактори природи адаптації англізмів протягом століть та тенденції до збереження, при цьому, первинно калькованих варіантів, та тих слів, що залишились у вжитку під час

«чистки мови» у середині минулого століття, німецький спортивний дискурс являє собою унікальний еклектичний феномен.

Висновки до розділу 1

У даному розділі розглянуто поняття кроскультурної комунікації та англізму, висвітлено причини та принципи взаємодії спортивного дискурсу із запозиченою лексикою.

У процесі опрацювання характеристик та досліджень науковців-лінгвістів нами було встановлено, що кроскультурна комунікація, як комплексне явище, що поєднує мовні, соціальні, поведінкові та ціннісні системи виступає одним з ключових факторів функціонування процесів запозичення та адаптації іншомовної лексики – зокрема, звернення до концепцій Г. Хофстеде та Е. Холла підтвердило, що схожість культурних кодів, контекстів та вимірів культури мають безпосередній вплив на схильність до взаємної інтеграції мовних середовищ і, як наслідок, запозичення лексичних структур.

Аналіз теоретичних джерел показав, що класична концепція запозичення широко досліджується та доповнюється сучасними вченими-лінгвістами, як наприклад Томасон й Кауфман, що пропонують розширений підхід, який включає до поняття запозичення процеси інкорпорації та адаптації (субстратне втручання, накладання).

У роботі також висвітлено критерії виявлення напрямку запозичення, втім, водночас, підкреслено обмеженість їх використання у випадках надто давніх запозичень. Таким чином, визначити «незапозиченість» часто є неможливим, що наближує феномен питомого слова до філософської дилеми автентичності.

З проаналізованого історико-соціолінгвістичного матеріалу було виявлено хвилі впливу англійської мови на німецьку, зокрема його

посилення після XIX ст., тенденція до пуризму під час певних історичних періодів і капітуляція пуристичних настроїв перед підйомом англізмів у зв'язку з появою та поширенням глобалізованих мас-медіа в XXI ст. Огляд існуючих та існуючих критичних позицій, що висловлювали занепокоєння щодо «глибинного коду мови» демонструє, що різниця між мовними ідеалами вчених-лінгвістів та безпосередньою лінгвістичною реальністю може бути цілком відчутною, і, насамперед, реальні процеси інтеграції та мовленнєвий вжиток запозичених одиниць є менш інвазивними, ніж інтуїтивно припускають критики.

Також розглянуто і соціокогнітивні причини інтеграції англословної лексики в спортивний дискурс Німеччини. Серед найголовніших можна виділити потребу номінувати нові явища, мовну економію, посилення престижної конотації в тексті та прагнення до семантичної точності. Іншими словами, англійська мова непохитно відіграє роль лінгва франка, адже походження багатьох видів спорту і пов'язаної з ними термінології та глобалізований характер спортивних подій сприяють інтенсифікації вживання англізмів в, здебільшого, оригінальній графемно-фонологічній формі.

Таким чином, німецький спортивний дискурс можна визначити як еклектичний лінгвістичний феномен, де процеси інтеграції та адаптації зумовлені впливом історичних та соціальних факторів і, насамперед, стрімким збільшенням висвітлюваної щодня інформації. Це створює численні напрями подальших емпіричних досліджень.

РОЗДІЛ 2

АНГЛІЗМИ У СПОРТИВНІЙ МОВІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІАТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ (KICKER, BILD, SPIEGEL У РОЗДІЛАХ СПОРТУ)

2.1. Роль медіа у формуванні спортивної термінології

Виділення медіа-ресурсів як основного фактору формування сучасного вокабуляру мови є принципово важливим у рамках нашого дослідження, оскільки у сучасному глобалізованому світі, який дедалі більше нарощує швидкість створення та поширення інформації засобами ЗМІ та соціальних мереж, важко переоцінити масштаби змін, які цей процес несе за собою.

Важливість даного аспекту виділяє низка вітчизняних та західних вчених-лінгвістів. Зокрема, М. Жовтобрюх у своїй роботі підкреслює нерозривність культурного, політичного та економічного життя, та зауважує, що розвиток суспільства неминуче призводить до пожвавлення розвитку різних видань, і навпаки, що створює замкнуте коло [3, с. 3]. Причини існування цього взаємного впливу можна пояснити закриттям базових потреб народу і прагнення до більш високих ланок соціокультурної активності за інтересами.

Глобалізованість сучасного суспільства та доступність інформації спонукає медіа до кроскультурної комунікації, що, як вже зазначено, включає в себе також лінгвістичні зміни, тобто причини активного процесу запозичення та інтеграції лексичних одиниць часто лежать в немовній площині. Звернення до іноземних матеріалів в цьому контексті пояснюється необхідністю ЗМІ у зацікавленні читача, спонукання до емоційного сприйняття через посилення експресивності тексту або використання екзотизмів та інтернаціоналізмів, та наданні йому якомога більш

різноманітного матеріалу задля підтримки власної актуальності у безперервному світовому інформаційному потоці, адже саме медіа першими фіксують, відображають та реагують на суспільні явища, прогрес та інновації, вводячи до вжитку нову лексику.

На цьому, зокрема, робить акцент і Х. Люгер, зазначаючи, що розширення словникового складу інструментами медіа-видань відбувається здебільшого саме через стрімку появу нової термінології та необхідністю з боку преси реагувати на поширення інформації [28, с.136].

Задля об'єктивності проведення нашого дослідження, слід також чітко визначити рамки аналізованого матеріалу, адже навіть у спортивних виданнях можуть зустрічатись рекламні публікації, чи такі, що не мають відношення до профілю самого видання.

Дослідники-лінгвісти неодноразово намагались синтезувати визначення спортивної мови, втім навіть у сучасних розвідках науковці часто послуговуються формулюванням, запропонованим Манфредом Бюсом ще у 1953 році. За Бюсом, спортивна мова – це «мова, якою користується спортивна спільнота під час занять спортом та у спілкуванні про спорт» [15, с.22]. До цієї спільноти належать як спортивні журналісти та вболівальники, так і безпосередньо самі спортсмени, тренери та будь-які спеціалісти задіяні в спортивній діяльності. Втім, наведений раніше аргумент Жовтобрюха про взаємозалежність культури мовлення і культури друкованого слова дає підстави вважати, що поширеність англізмів у спортивній пресі може відображати загальний масштаб явища у всій спортивній мові, оскільки преса є, у цьому випадку, документальною фіксацією її стану.

Закономірності виникнення та існування запозиченої лексики в німецькомовних медіаджерелах досліджувався багатьма вченими в різні часи, оскільки, як вже зазначено нами раніше, унікальність взаємодії

німецької мови та спорту із запозиченнями, разом із перемінливою тенденцією до осучаснення, що межує з невтихаючими пуританськими ідеями, завжди надає цікавий матеріал для дослідження.

Найбільш точну картину наводять емпіричні дослідження вчених-лінгвістів. Так, у своєму дослідженні типів програм, де найчастіше застосовуються запозичені лексеми, Глан проаналізував корпус з 18 годин телевізійних програм німецького телебачення та виявив, що найбільше англіцизмів трапляється саме у сферах реклами, спорту та музики (31%, 22% і 13% відповідно) [22]. Натомість, Бурмасова, аналізуючи корпус у 53 випуски газети «*Die Welt*» дійшла висновку, що саме категорія спорту є найчастішою з точки зору вжитку англіцизмів (9,73% порівняно з 5,96% у блоці «Культура») [17, с.195-196].

З метою проведення комплексного дослідження лексичних одиниць, у обраних нами джерелах було виділено лексеми, що було розпізнано як англізми, після чого їхній статус перевірявся за довідковими джерелами та вони були класифіковані за типом та частотою використання.

У ході нашого дослідження ми використовували такі критерії відбору медійних текстів:

- тексти мають стосуватися спортивних подій, репортажів, інтерв'ю, аналітики або фан-контенту;
- обираються авторитетні онлайн-видання (*Kicker*, *Sport1*, *Spiegel Sport*, *Sky Sport*, *Bild*, *DFB.de*), а також пости з офіційних акаунтів клубів у соцмережах;
- тексти, опубліковані у період з 2020 по 2025 рік – для відображення актуальних тенденцій;
- жанрова різноманітність: включаються різні типи медійних текстів – новини, репортажі, коментарі, аналітика, фан-контент.

Таким чином, ми розглянули спортивну мову на основі друкованих матеріалів та онлайн-статей німецькомовних спортивних медіа, виключаючи теле- та радіорепортажі. У визначених нами джерелах (*Kicker*, *Sport1*, *Spiegel Sport*, *Sky Sport*, *Bild*) було виділено лексеми, що були розпізнані як англізми, і за допомогою довідкових джерел вони були проаналізовані та класифіковані.

Для об'єктивності проведеного дослідження важливо зазначити, що обрані нами джерела різняться за цільовою аудиторією та тематичним наповненням, що дозволяє нам більш ґрунтовно зробити висновки про особливості використання англізмів. Так, видання *Kicker* позиціонує себе як «номер один у футболі», концентруючи свої публікації здебільшого саме на цьому виді спорту, його цільова аудиторія – переважно молоді чоловіки з активним способом життя. Натомість *Sport1* подає себе як спортивний журнал для молодіжної аудиторії. Основна тематика видання також пов'язана з футболом, втім тут висвітлюються і інші теми, зокрема фанспорт, екшнспорт і навіть Формула-1. Їх цільову групу складають підлітки віком 10-19 років, переважно чоловічої статі.

Ці фактори, у тому числі, визначають прагматичну мету застосування того чи іншого запозичення, яка може варіюватись від вживання загальноприйнятих відповідною спільнотою термінів до прагнення створення «клікбейту» для молодшої аудиторії, чи надання текстові додаткового лоску, посилюючи його престижність через використання англізмів. Таким чином, серед опрацьованих видань, виділяємо три найчастіші позиції використання запозичень:

1. Англізми, що використовуються у заголовках здебільшого виконують роль драматизації подій та привертання уваги до себе, створюючи емоційну насиченість та динаміку:

„**Dopingstrafe** für Topläufer verdoppelt – weil er eine Bordkarte fälschte“ → слово *Dopingstrafe* — гібридне запозичення, адаптоване в спортивній лексиці, що позначає штраф, накладений через виявлений допінг. Використано задля підкреслення інтернаціонального характеру явища та підсилення експресивного забарвлення (Spiegel Sport 12/2024) [40].

„Was sind **Handicap** Wetten und wie funktionieren sie?“ → слово *Handicap* — термінізм, що увійшов у спортивну лексику з букмекерства, та означає «фору» у грі. Хоча це слово і має відповідник *Vorsprung* у німецькій мові, використовується задля посилення технічності та професійної специфіки заголовку (Sport1 08/2025) [51].

„Muss Schröder in die **Hall of Fame**?“ → вираз *Hall of Fame* — фразеологічне запозичення, що позначає умовну інституцію визнання діячів у спортивній сфері, дословно «зал слави». З точки зору прагматики використання – посилює відчуття статусності, значущості концепції через її інтернаціональне визнання (Sport1 09/2025) [52].

„DFB: Rüdiger über den **Trash-Talk** mit Haaland“ → вираз *Trash-Talk* – креативне запозичення, що позначає провокативні вислови з боку суперників, створює динаміку конфлікту, підтримує драму події, що розгорнулась (Sport.sky.de 2025) [53].

„Jetzt spielt Struff gegen **Rekord-Grand-Slam-Gewinner** Djokovic“ → слово *Rekord-Grand-Slam-Gewinner* – складне гібридне запозичення, що позначає гравця чи команду, що має найбільшу кількість титулів Grand Slam – у спортивній термінології: «переможця чотирьох найбільших турнірів у рамках року», підкреслює статус та авторитет суперника та посилює відчуття інтриги (Spiegel.de 08/2025) [41].

2. Використання стилістичних англізмів у коментарях ігор та спортивних подій посилює відчуття професійності та сприяє лаконічності викладу інформації:

„Der Torwart rettete famos gegen Neymar und eilte mehrfach gut **getimed** auf seinem Tor.“ → дієслово *getimed* – адаптоване англійське *to time*, вживається як частина спортивного сленгу, створює розмовно-експресивний ефект (Kicker 2025) [39].

„Wir wussten, dass sein **Comeback** bei uns nur bis zum Saisonende dauern wird!“ → *Comeback* – англізм, що передає емоційність і драматизм події, часто використовується замість німецького *Rückkehr* (Sport.sky.de 2025) [53].

„Die Oilers hatten an diesem Abend also ein brandgefährliches Powerplay [...] sowie ein solides **Penalty Killing**“ → креативний неологізм, утворений шляхом поєднання англійських слів *penalty* + *killer*, що створює експресивний ефект (Sport.sky.de 2025) [53].

3. У мові соціальних мереж і фан-контенті запозичені лексеми використовуються задля підсилення відчуття колективної ідентифікації спільноти фанатів та читачів, також впливаючи на емоційність вихідного тексту та його лаконічність, зважаючи на часті обмеження можливої кількості символів у соціальних мережах:

„Drei Monaten Dopingsperre ist Janik Sinner zurück im Tenniszirkus, inklusive Besuch beim Papst und **Next-Level-Shit**“ → англійський жаргонний вираз *Next Level Shit*, виражає захоплену оцінку чогось надзвичайного, вражаючого; прагматично – молодіжний емоційно забарвлений сленг (Spiegel.de 08/2025) [41].

„Dieser sensationelle **Teamspirit** war einfach ansteckend!“ → *Teamspirit* – англізм, що став частиною мотиваційного стилю в спортивному медіа (Spiegel.de 08/2025) [41].

„Mithilfe von „**Fake-Accounts**“ wurden demnach verschiedene PSG-Stars [...] diskreditiert.“ → англізм *Fake-Accounts*, позначає фальшиві онлайн-профілі, є сталою частиною інтернет-дискурсу (Sport1 10/2022) [44].

“**Müller-Hype** in Vancouver!” → лексема *Hype*, що означає медійний ажіотаж, створює ефект сенсаційності й піару (Sport1 10/2022) [44].

У німецькомовних медійних текстах також часто зустрічаються англomовні цитати тренерів або гравців, які не перекладаються, а залишаються в оригіналі. Це створює ефект автентичності та глобального включення:

«*Aus diesem kam sie dann allerdings kurze Zeit später wieder heraus, rief „all good!“ und verließ den Zielraum*» (Sport1 01/2025) [49].

„**I think Rebeca got this one**“, sagte sie, während sie auf ihre Punkte wartete - und sie sollte Recht behalten (Sport1 08/2024) [47].

„Trainer Steve Kerr schlug am Seitenrand vor Verzweiflung die Hände an den Kopf und schrie: „**Oh no! We don't have one!**“ (Sport1 04/2023) [45].

Отже, спортивна журналістика зазнала значних змін протягом останніх двох століть, паралельно з розвитком медіатехнологій. Галузь постійно адаптувалася до потреб спортивної аудиторії, від появи друкованих газет та радіотрансляцій до ери телебачення та швидкого розширення цифрових платформ. Спортивна журналістика перетворилася на потужний інструмент, який формує сприйняття громадськістю спортсменів, команд та спортивних подій. Те, як спортивні наративи зображуються як у друкованих, так і в цифрових медіа, впливає на національну ідентичність, психологію вболівальників, психічне здоров'я спортсменів та етику журналістики.

2.2. Класифікація англiзмів (лексичні, семантичні, морфологічні)

Питання класифікації запозичень широко висвітлюється багатьма науковцями, і зустрічає багато інтерпретацій, в залежності від критеріїв в основі класифікації. Ймовірно, найбільшою проблемою у визначенні

англізмів та їхніх типів є відсутність спільних чітких та єдиних критеріїв, що лежать в основі їхнього опису. Уважний розгляд усталених категорій та їхніх визначень показує, що існують повторювані посилання на кілька (неминучих та логічних) описових критеріїв, які, однак, іноді є лише очевидними та здебільшого не застосовуються систематично. Щоб вивести ці критерії чи ознаки на перший план, корисно почати з тих видів запозичень, щодо яких існує загальна згода, оскільки вони є чимось на зразок прототипу англізмів. Їх називають прямими, іноді «цитатами», запозиченнями, оскільки вони передаються без змін безпосередньо з англійської мови (*influencer*, *start-up* або *web*). Вони є зручною відправною точкою, оскільки вони природно концентрують у собі все, що може включати лексичне запозичення, тобто все, що можна запозичити з іншої мови через слова. Сьогодні англізми можна знайти майже в будь-якій галузі мови та комунікації, проте одним з основних каналів, через які англізми потрапляють до німецької мови, є преса. Хоча англізми вивчалися з різних точок зору, здається, що ретельно проаналізовано лише лексичні англізми, тоді як синтаксичні та семантичні англізми, здається, залишилися позаду, і тому вони менш поширені та помітні.

До прикладу можна навести класифікацію запозичень Б. Карстенсена, що, посилаючись до німецької лінгвістичної традиції, розрізняв такі категорії:

- Прямі запозичення (*Lehnwort*);
- Семантичні запозичення (*Lehnbedeutung*). В рамках цього типу він розрізняв також калькування, фразеологізми, псевдозапозичення та запозичений словотвір [18].

Натомість, у дослідженні Бурмасової основна увага приділяється категоріям прямих запозичень, псевдозапозичень та змішаних композит [17, с. 217].

Узагальнюючи подані класифікації, у нашій роботі для відбору та аналізу лексичного корпусу з подальшим визначенням глибини адаптації та прагматичної функції в тексті, ми орієнтувались на наступні категорії:

- прямі запозичення;
- гібридні, або словотвірні форми (до яких відносимо прислівникові, дієслівні та інші форми адаптації, змішані композити, тощо);
- фразеологічні вирази;
- сленг та неологізми;
- псевдозапозичення (у даному випадку - псевдоанглізми);
- цитати без перекладу.

Так, прямі запозичення є, ймовірно, найбільш поширеним типом запозичень не тільки в спортивному дискурсі, а й взагалі. До них відносять прості та складні слова, як *Flop, Deal, Star*, тощо, та афікси як *mini-* чи *super*. Деякі з них зберігають риси мови-донора завдяки незмінній орфографії та вимові, як вище вказане слово *Deal*, тоді як інші слова є повністю інтегрованими в норми німецької мови, як слово *Boot*, запозичення якого датують ще XIII століттям [31, с. 139]. Інтегровані прямі запозичення здатні також утворювати власні похідні форми – так англійське *Test* у німецькій мові трансформується також в *testen* та *Testverfahren*, втім давність запозичення (як у прикладі з *Boot*) не обов'язково визначає рівень інтеграції. [15, с.135] Серед опрацьованих джерел, до прямих запозичень можемо віднести також слова *Headset, Match, Pole-Position*, тощо.

Дотичними до прямих запозичень є калькування або субституції, які визначаються Бусманном як «відтворення іншомовного змісту засобами рідної мови» [16, с. 213]. До цієї категорії слід відносити складні лексичні одиниці, утворені шляхом покомпонентного перекладу відповідної одиниці джерела, і це може стосуватись як складних слів, як наприклад, німецьке *herunterladen*, що є калькою від англійського *download*, або, іронічно,

англійського слова *loanword*, що є калькою від німецького *Lehnwort*; так і, у рідких випадках, фразеологічних виразів, як англійське *standing ovations*, що перетворилось у німецькій на *stehende Ovationen* (*Das war auf der Tribüne auch den Klubgranden Uli Hoeneß und Karl-Heinz Rummenigge stehende Ovationen wert* (Sport1 12/24) [48].

Тим не менш, у більшості випадків, запозичені фразеологічні вирази у спортивному дискурсі переходять у німецьку мову без змін, зберігаючи форму та семантику оригінального вислову, що сприяє їх стандартизації та впізнаваності:

„*Es ist ihm wichtig, dass die Veranstaltung nicht als spaßige Angelegenheit verkauft wird, nicht als **Meet-and-Greet** mit den Profis.*“ → фразовий англізм *Meet-and-Greet* означає коротку публічну зустріч з відомими людьми (Spiegel.de 08/2025) [41].

“*Aus diesem Grund gab es trotz der hohen Niederlage für die **Green and White Army** etwas zu feiern: Nelson erzielte das erste nordirische EM-Tor.*” → вираз *Green and White Army* є англломовним фразеологічним фан-неймінгом ірландських футбольних вболівальників (Kicher.de 2022) [38].

“*Steffen Freund hat sich einen **Shitstorm** in den sozialen Medien eingehandelt*” → фразеологізм *Shitstorm* несе семантичне позначення масової хвилі обурення в Інтернеті, підсилює сенсаційно-емоційний нахил матеріалу (Spiegl.de 08/2025) [39].

Наведені типи запозичень здебільшого демонструють риси найбільш зверхнього - лексичного чи лексико-семантичного рівня засвоєння мовою-реципієнтом. Під лексичними ми розуміємо такі запозичення, що передбачають запозичення сигніфіканта (зовнішньої форми слова) та семи. Часто вони зберігають початкову англійську орфографію та фонетику (як у словах *Play-Offs*, *Video*), хоча можуть, подекуди зазнавати адаптації в залежності від правил «приймаючої» мови (*Qualifikation*, *Turnier*). Через

відсутність видозмін у процесі запозичення, в нашій таблиці опрацьованих лексем, англізми лексичного рівня, ми позначаємо як «Без адаптації». Лексико-семантичний рівень передбачає наявність більш істотної семантичної модифікації у процесі адаптації лексичного матеріалу – так, запозичене слово набуває нових семантичних ознак та, у деяких випадках, граматичного статусу (перетворюючись, наприклад, з прикметника в іменник – *crasht*, *scoutet*). Ці процеси описуються у праці Олександра Ониско, де він, посилаючись на численних науковців, насамперед, Бетца, класифікує їх, відповідно, як *Lehnbildung* та *Lehnbedeutung* відповідно. Він зазначає, що прямі запозичення часто є основою для майбутньої морфологічної інтеграції у мовний простір мови-реципієнта та певною мірою відображають вплив мови-донора на мову-реципієнт [11, с.12-15]

Крім того, до субституцій відносять і запозичення семантичного рівня інтеграції, що надають наявним у мові словам нові значення через орфографічну чи фонетичну схожість – так англійське *realize* розширює семантичне поле німецького слова *realisieren* (*Arsenal hat Interesse, könnte Rodrygo laut „Football Espana“ aber nur per Leihe realisieren*). Семантична асиміляція характерна тим, що веде до втрати ознак «чужорідності» у лексем, передбачаючи повну асиміляцію запозичених виразів у активний лексикон [15, с.136].

Neologismenwörterbuch виділяє декілька процесів семантичних змін, зокрема апелятивізацію, генералізацію, метонімізацію та метафоризацію.

Метонімізація, за Сейффертом, у застосуванні до англізмів, полягає у безпосередньому перенесенні значення лексеми на основі фактичного зв'язку між вхідним та вихідним поняттями. [33]. Наприклад, англізм *Pressing* має два значення: у рідній англійській мові воно позначає просто тиск на щось, або у певній конотації - булінг, у той час як у німецькому спортивному дискурсі воно означає виключно агресивну футбольну

тактику: “*Unser **Pressing** funktioniert*»: *Aachen fiebert dem Auftakt entgegen*” (Kicker 2025) [39].

Метафоризація, на відміну від метонімізації, здійснює перенесення значення лексеми на основі подібності між поняттями. У якості приклада такого слова можна навести *flashen*, що має значення «блиснути, з’явитися або діяти як блискавка» та «засліпити ворога спеціальною навичкою», якщо йдеться про кіберспорт: “*Aus dem eigenen Dschungel kommend nutze der dreifache Weltmeister Azirs Fähigkeit mittels dessen Sandsoldaten auf Ruler zu **flashen** und diesen mit der eigenen Ultimate direkt aus dem Spiel zu nehmen*” (Sport1 11/2023) [45]. Як бачимо, ці два значення пов’язані метафорично.

До генералізованих семантичних запозичень відносять такі, у яких зміна семантики передбачає позбавлення лексеми одного чи кількох значень із одночасним розширенням сфери одного конкретного значення. Наприклад, слово *Transfer*: початкове значення, яке могло передбачати передбачати будь-яке переміщення, здебільшого використовується лише в контексті перевodu гравців до інших клубів: “*Die Münchner arbeiten an dem Deal, eine Einigung gibt es aber noch nicht, so ist der mögliche **Transfer** noch in einem frühen Stadium*” (Sport.sky.de) [53]. Інші приклади: *Check, Deal, Highlight*.

Апелятивізація відбувається шляхом перетворення власної назви на загальну. Даний процес відбувається коли назва бренду або будь яке власне ім’я стає достатньо поширеним, щоб вживатись як загальний термін (*Waveboard, Ironman*).

Важливою категорією запозичень є морфологічно інтегровані або гібридні запозичення. Санчез-Штокхаммер позначає гібридні форми, як такі, що включають в себе англійські основи з німецькими дериваційними або флексивними морфемами. Згідно з її дослідженням, у середньому 58% англізмів є гібридними [32, с. 133-157.]. У спортивній пресі до гібридних

запозичень відносяться, переважно, дієслівні форми, що позначають певні специфічні для спортивної сфери процеси – наприклад, у статті від серпня 2025 року у виданні *Sport1*, Удо Мурас, згадуючи початок кар’єри Лотара Метхойза згадує його перший трансфер до команди Bayern FC так: «*Er ging nicht gerade im Guten. Die Bayern hatten wieder einmal einen Konkurrenten geschwächt und das nebenbei so gut **getimed**, dass Matthäus ihnen im Pokalfinale 1984 noch behilflich sein konnte*» (*Sport1* 08/2022) [43]. Лексема *getimed*, що є похідною від англійського *time* (час), тут позначає стратегічно вдале за часом переведення гравця перед турніром, іншими словами, позначає те, як керівництво Bayern FC добре «впіймало час» для здійснення цього трансферу. Втім, гібридні запозичення не обмежуються лише дієслівними формами. До прикладу можна привести такі лексеми, як *gedopt*, *Medizincheck*, *ausgepowert*, *mittrainiere*.

У контексті класифікації гібридних англізмів, окреме місце займають «змішані композити», або *Mischkomposita*, які визначають як сполуки, утворені з, у контексті нашої роботи, німецьких та англійських лексем. [36, с. 14]. У якості приклада наведемо *Trainingsauftakt*, утворене від англійської лексеми *Training*, тоді як *-auftakt* є питомим німецьким елементом. У деяких прикладах змішаної композити можна визначити наявність англійського прототипу (*Computerspiel* – *computer game*), тоді як у більшості випадків у німецькій мові спостерігається продуктивне використання запозиченого елемента без прямої адаптації (*Transfer-Tsunami-Welle*, *Bundesliga-Deal*, *Live-Ticker*). Окремо серед *Mischkomposita* виділяють деривації від запозичених слів з німецькою афіксацією, як *stressig*, *gehypte* [15, с.137].

Виділяють також псевдоанглізми – одиниці, які є формально побудованими за моделями мови-донора, але не мають семантичних відповідників у ній [36, с. 12]. Варіацій псевдоанглізмів у німецькій спортивній пресі існує небагато, втім найчастіше вживаними прикладами

цього явища є лексеми *Profi*, *Handy* та його похідні *Handysticker*, *Handyhülle*, *Servicepoint*

Натомість, Буссе розглядає ширший спектр категорій, додаючи до вищевказаних також «євролатинізми» [15, с.135-141].

Євролатинізми, або інтернаціоналізми являють собою лексеми чи словотворчі одиниці найчастіше грецького чи латинського походження та є розповсюдженими в багатьох мовах. Серед профільної спортивної преси можна навести приклади слів *Administration*, *Global*, *Media*, *Transfer*, *Standard*. Хоча формально вони не є запозиченими з англійської, вважається, що оскільки англійський вплив сприяв відновленню їхнього вживання чи підвищенню частотності використання, їх можна відносити до англізмів [15, с. 140]. До цієї думки приєднується також і Бурмасова, зазначаючи, що при визначенні англізму ключовим є джерело запозичення, а не віддалене етимологічне походження [17, с.216]

У німецькомовних медійних текстах часто зустрічаються англомовні цитати тренерів або гравців, які не перекладаються, а залишаються в оригіналі. Це створює ефект автентичності та глобального включення.

Проаналізовані англомовні запозичення можна класифікувати за типами адаптації таким чином: лексична адаптація, морфологічна адаптація, стилістична адаптація (Табл. 2.1.):

Англiзм	Джерело	Тип запозичення	Рiвень адаптацiї	Функцiя в тексті
<i>Assist</i>	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Без адаптацiї	Термiнологiчна точнiсть
<i>Fair Play</i>	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Без адаптацiї	Етична оцiнка; нормо-оцiнююча лексика
<i>First Pitch</i>	Sport1.de [50]	Пряме запозичення	Без адаптацiї	Драматизацiя початку подiї
<i>Flop</i>	Sport1.de [48]	Пряме запозичення	Фонетична адаптацiя	Критика/негативна оцiнка; емоцiйне пiдсилення

Handicap	Sport1.de [46]	Пряме запозичення	Лексико-семантична адаптація	Термінологічна точність
Fake-Accounts	Sport1.de [44]	Пряме запозичення	Часткова адаптація (композиція/графіка)	Емоційне підсилення
Hype	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Семантична адаптація (генералізація/абстракція)	Маркетинг/ентузіазм; емоційне підсилення реклами
Comeback	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Без адаптації	Драматизація події
Kick	Sport1.de [48]	Пряме запозичення	Семантична адаптація, полісемія	Узагальнення спортивної дії
Teamspirit	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Часткова адаптація	Мотиваційна лексика
Coach	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Термінологічна точність
App	Sport Bild [42]	Пряме запозичення	Без адаптації	Термінологічна точність
Augmented Reality	Sport Bild [42]	Пряме запозичення	Без адаптації	Інновація/технологічна демонстрація
Briefing	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Офіційний тон, термінологічність
Check	Sport Bild [42]	Пряме запозичення	Семантична адаптація (спеціалізоване спортивне вживання)	Контроль/верифікація; процедурна роль
Pole-Position	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Без адаптації	Термінологічна точність
Cup	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Лексико-семантична адаптація (назва турніру)	Підсилення статусності
Deal	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Семантична адаптація (контракти/трансфери)	Комерційна/трансферна лексика
Event	Sport1.de [47]	Пряме запозичення	Морфологічна адаптація (Events)	Організаційна/інформаційна функція
Ironman	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Семантична адаптація (апелятивізація)	Підсилення статусності
Star	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Емоційне підсилення

Highlight	Sport1 [52]	Пряме запозичення	Морфологічна адаптація (Highlights)	Емоційне підсилення
Offer	Sport Bild [42]	Пряме запозичення	Семантична адаптація (комерційні / контрактні значення)	Комерційний контекст
Headset	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Операційна/технічна згадка
Interview	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Репортажна функція
Insight	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Семантична адаптація (апелятивізація “аналітична підказка”)	Аналітика/пояснення
Waveboard	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Семантична адаптація (апелятивізація)	Репортажна функція
live	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Без адаптації	Термінологічна точність
Livestream	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Морфологічна адаптація (Livestreams)	Соцмедійна лексика
Manager	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Морфологічна адаптація	Термінологічна точність
Match	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Термінологічна точність
Play-offs	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Морфологічна адаптація (варіанти написання: Play-offs / Playoffs)	Драматизація подій
Premiere League	Sport Bild [42]	Пряме запозичення	Без адаптації	Підсилення статусності
Pressing	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Семантична адаптація	Термінологічна точність
Video	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Термінологічна точність
Workout	Spiegel Sport [40]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Тренувальна/практична інструкція, lifestyle-лексика
Sneaker	Sport1 [08/24]	Пряме запозичення	Фонетична адаптація	Підсилення статусності
Transfer	Sky Sport [53]	Пряме запозичення	Семантична адаптація	Підсилення статусності
Teamwork	Kicker.de [39]	Пряме запозичення	Без адаптації	Мотиваційна лексика
Penalty-killing	Sky Sport [53]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Креативна стилізація

<i>getimed</i>	Kicker.de [39]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Динамічний опис дії
Bundesliga-Comeback	Spiegel Sport [40]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Драматизація події
Bundesliga-Deal	Sport Bild [42]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Комерційний контекст
Champions-League-Auftakt	Sky Sport [53]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Інформативна функція
Europa-League-Qualifikation	Kicker.de [39]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Технічна інформація, що стосується турніру
Grand-Slam-Turnier	Spiegel Sport [40]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Підкреслення престижності змагання
<i>stressig</i>	Sky Sport [53]	Гібрид, прислівникова форма	Морфологічна адаптація	Драматизація, емоційне підсилення
Transfer-Beben	Sport Bild [42]	Гібрид, змішаний композит + метафоризація	Семантична адаптація (метафоризація)	Привертання уваги до масштабності події
<i>gedopt</i>	Kicker.de [39]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Негативна, правова конотація
Live-Ticker	Sport Bild [42]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Професійний медіа-лексика, оперативність інформування
Medizincheck	Spiegel Sport [40]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Офіційна інформація
Fanmeile-Vorteile	Sport Bild [42]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Фан-контент, інформація для вболівальників
Transfer-Tsunami-Welle	Spiegel Sport [40]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Гіпербола, емоційне підсилення
Trainingsauftakt	Sport Bild [42]	Гібрид, змішаний композит	Часткова адаптація	Організаційна інформація
<i>gehyppte</i>	Kicker.de [39]	Гібрид, прикметникова форма	Морфологічна адаптація	Фан-контент
<i>postet</i>	Kicker.de [39]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Репортаж, оперативне оновлення даних

<i>scoutet</i>	Sport Bild [42]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Аналітична функція, медіалексика
<i>ausgepowert</i>	Spiegel Sport [40]	Гібрид, прикметникова форма	Морфологічна адаптація	Емоційне підсилення
<i>mittrainieren</i>	Sky Sport [53]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Мотиваційна лексика
<i>flashen</i>	Sport1 [02/25]	Гібрид, дієслівна форма	Семантична адаптація	Драматизація події
<i>realisieren</i>	Sport Bild [42]	Гібрид, дієслівна форма	Семантично-морфологічна адаптація	Термінологічна точність
<i>coolen</i>	Sport1 [50]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Неформальна стилізація
<i>crasht</i>	Sport Bild [42]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Драматизація події
<i>checkt</i>	Spiegel Sport [40]	Гібрид, дієслівна форма	Морфологічна адаптація	Процедурно-оперативна функція
<i>Next Level</i>	Sport1 [52]	Фразеологізм	Без адаптації	Мотиваційна лексика
<i>Hall of Fame</i>	Sport1.de [52]	Фразеологізм	Без адаптації	Створення іміджу
<i>First Pitch</i>	Kicker.de [39]	Фразеологізм	Без адаптації	Драматизація події
<i>Meet-and-Greet</i>	Spiegel Sport [40]	Фразеологізм	Без адаптації	Фан-контент, промо
<i>Zweikampf-Power</i>	Sky Sport [53]	Фразеологізм	Часткова адаптація	Драматизація події
<i>Home grown player</i>	Sport Bild [42]	Фразеологізм	Без адаптації	Фан-контент, іміджева функція
<i>Point Guard</i>	Sport1 [49]	Фразеологізм	Без адаптації	Термінологічна точність
<i>Stehende Ovationen</i>	Spiegel Sport [40]	Фразеологізм	Лексико-семантична адаптація (калькування)	Фан-контент, промо
<i>Blind Date</i>	Sport1 [52]	Фразеологізм	Без адаптації	Стилістична метафора
<i>Psycho-Tricks</i>	Sport Bild [42]	Фразеологізм	Часткова адаптація	Тактична, маніпулятивна конотація
<i>Financial Fair Play</i>	Spiegel Sport [40]	Фразеологізм	Без адаптації	Нормативно-правова термінологія

Green and White Army	Kicker.de [39]	Фразеологізм	Без адаптації	Підсилення ідентифікації спільноти
in einem Boot sitzen	Sport1 [50]	Фразеологізм	Лексико-семантична адаптація (калькування)	Підсилення ідентифікації спільноти
Danish Dynamite	Kicker.de [39]	Фразеологізм	Без адаптації	Створення іміджу, метафора
Locker Room Leader	Sport1 [50]	Фразеологізм	Без адаптації	Рольова характеристика, емоційне підсилення
Ah, it feels good to be home	Sport1 [50]	Фразеологізм	Без адаптації	Емоційна експресивність
Cool Down	Spiegel Sport [40]	Фразеологізм	Без адаптації	Емоційна експресивність
Mixed Zone	Sport1 [52]	Фразеологізм	Без адаптації	Термінологічна точність
Trash-Talk	Sky Sport [53]	Сленг	Часткова адаптація	Емоційне підсилення
Next-Level-Shit	Kicker.de [39]	Сленг	Часткова адаптація	Інтенсифікація емоційної експресивності
Shitstorm	Spiegel Sport [40]	Сленг	Лексико-семантична адаптація	Медіа-репортажна драматизація
Dribbelkünstler	Sport Bild [42]	Сленг	Морфологічна адаптація	Іронічно-епатажна характеристика
poppen	Sport Bild [42]	Сленг	Морфологічна адаптація	Емоційна експресивність
No-Name	Sport Bild [42]	Сленг	Семантична адаптація	Приймення репутації
J-League	Spiegel Sport [40]	Сленг	Часткова адаптація	Іміджева функція
Youngster	Sport1 [52]	Сленг	Фонетична адаптація	Термінологічна точність
Rookie	Kicker.de [39]	Сленг	Фонетична адаптація	Емоційне підсилення
Underdog	Sky Sport [53]	Сленг	Семантична адаптація (метафоризація)	Драматизація
Handy	Sport1 [50]	Псевдоанглізм	Лексико-морфологічна адаптація	Денотативна функція
Profi	Sky Sport [53]	Псевдоанглізм	Лексико-семантична адаптація	Піднесення статусу,

				іміджева функція
<i>Handy-Beweis</i>	Kicker.de [39]	Псевдоанглізм	Часткова адаптація	Юридично-інформаційна функція
<i>Handy-Platzsturm</i>	Sport1 [50]	Псевдоанглізм	Часткова адаптація	Характеризація події
<i>Servicepoint</i>	Sport Bild [42]	Псевдоанглізм	Лексико-морфологічна адаптація	Термінологічна точність
<i>all good!</i>	Sport1 [49]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Тональний маркер
<i>I think Rebeca got this one</i>	Sport1 [47]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Репортажна, коментаторська функція
<i>Oh no! We don't have one!"</i>	Sport1 [50]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Драматичний маркер
<i>Now we have the salad!</i>	Sport1 [50]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Метафорична експресія
<i>You walk me animally on the cookie</i>	Sport1 [50]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Комічна помилка, маркер автентичності
<i>You have to win the doublefight</i>	Sport1 [50]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Мотиваційна функція
<i>Please don't call me arrogant, but I'm European champion and I think I'm a special one"</i>	Sport1 [46]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Іміджеве підкреслення статусу
<i>I don't know! I was ned!</i>	Sport1 [45]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Комічна помилка, маркер автентичності
<i>I've lost my smile</i>	Sport1 [50]	Цитати без перекладу	Без адаптації	Підсилення емоційності

Таблиця 2.1. Англізми в німецькомовному спортивному медіадискурсі

На основі відібраного корпусу з понад 100 прикладів англізмів, виявлено, що найпоширенішим типом є *прямі запозичення* — вони становлять близько 38% усіх випадків (Табл. 2.2.):

Тип англізмів	Кількість прикладів	Частка (%)
Прямі запозичення	44	38%

Гібриди (словотвірні)	27	23%
Фразеологізми/вирази	20	16%
Сленг/неологізми	10	9%
Псевдоанглізми	7	4%
Цитати без перекладу	12	9%
Усього	120	100%

Таблиця 2.2. Розподіл типів англізмів у спортивних медійних текстах

До цієї категорії належать слова, які зберігають свою англійську форму та значення, наприклад: *Matchwinner*, *Coach*, *Comeback*. Їхнє використання зумовлене відсутністю точних німецьких еквівалентів, а також прагненням до лаконічності та стилістичної виразності.

Гібриди, що утворюються шляхом поєднання англійських та німецьких морфем (*Penaltykiller*, *getimed*), становлять 23% і демонструють активний процес мовної адаптації. Вони часто мають експресивне забарвлення та використовуються в заголовках або коментарях для створення динамічного стилю.

Фразеологізми та стилістичні вирази типу *Next Level Performance*, *Teamspirit*, *Mentality* становлять 16% і є прикладом кроскультурного впливу не лише на лексику, а й на риторику спортивного дискурсу. Їхнє вживання часто пов'язане з мотиваційним стилем, характерним для англomовної спортивної культури.

Сленгові неологізми (13%) – це творчі утворення, які не завжди мають стабільне значення, але активно функціонують у фан-контенті та соціальних мережах. Вони відображають тенденцію до мовної гри та стилістичної гібридизації.

Цитати без перекладу (9%) – це прямі висловлювання гравців або тренерів англійською мовою, які залишаються в оригіналі. Їхнє використання створює ефект автентичності та глобального включення, особливо в міжнародних контекстах.

Як засвідчив проведений аналіз, англізми адаптуються на різних рівнях: від фонетичного, морфологічного, семантичного до стилістичного рівнів, активно впливають на формування динамічного, емоційного стилю спортивного мовлення. Їхнє використання зумовлене не лише лінгвістичними чинниками, а й кроскультурним впливом англomовної спортивної культури, яка задає тренди, риторику та термінологію.

2.3. Культурно-лінгвістичні особливості англізації спортивного дискурсу

Англізми у спортивному дискурсі не лише виконують номінативну функцію, а й транслиують культурні моделі англomовного світу. Вплив американської та британської спортивної культури проявляється у стилістиці, риториці та навіть у побудові наративу. Мовна гібридизація стає засобом створення сучасного, глобалізованого медіаобразу спорту.

Мова, як засіб комунікації, неминуче схильна до низки змін заради комунікативних потреб своїх користувачів. Зі зміною їхніх потреб мови також змінюються та адаптуються. Ці зміни можуть бути різних типів, таких як поява нових слів у лексиконі для опису нових явищ, що стали невід'ємною частиною певного суспільства, або навпаки, зникнення інших слів, які більше не фігурують у нашому сучасному світі. Крім того, лексикон певної мови може збагачуватися новими словами не тому, що цільова мова не має власного еквівалента(ів), а з інших (екстралінгвістичних) причин, таких як афективні фактори, які насправді є емоційними факторами, що також можуть відігравати певну роль.

Спортивні медіа набувають популярності в усьому світі і тому мають значний вплив на свою аудиторію. Спорт, який можна вважати основоположним дискурсом, дискурсивно та риторично реалізується. Він

характеризується постійним розвитком субмови спорту (Bobyreva 2015) та відстеженням мови в спортивній медіатизації (Caldwell 2020).

Лінгвістичні засоби, виявлені у спортивному дискурсі, заслуговують на особливу увагу через їх вплив у соціокультурній сфері.

Сьогодні спортивний дискурс сприймається як своєрідна національна мова, пов'язана з соціокультурною сферою спорту, а також як «трансляція» спортивного менталітету, що характеризується особливим мовленнєвим ладом [12].

Однією з головних причин такої великої кількості англізмів у німецькій спортивній термінології є те, що велика кількість видів спорту була винайдена в англomовних країнах – Великій Британії та США. Ці країни мають велику та давню спортивну традицію, яка передала змагальний дух решті світу та спричинила значне розширення спорту. Тому не дивно, що більшість спортивної термінології була запозичена з мови спорту – англійської, і не лише в Німеччині, а й у всьому світі. Можна сказати, що англізми зі сфери спорту стали інтернаціоналізмами, що фактично полегшує спілкування та розуміння між спортсменами/спортивними шанувальниками/уболівальниками на глобальному рівні. Це справді одна з головних переваг введення англізмів у спортивну термінологію. Немає сумніву, що мова є важливою рисою ідентичності.

Присутність англізмів у мові спорту є цілком природним явищем, можливо, здебільшого завдяки самому походженню більшості видів спорту. Англізми як нові та необхідні для мови-реципієнта слова та фрази інтегруються в мову та адаптуються на кількох рівнях, завдяки чому вони стають невід'ємною частиною не лише в семантичному сенсі, але й у фонологічному та морфологічному/синтаксичному сенсі. Також зрозуміло, що хоча й трапляються випадки надмірного використання англізмів у німецькій спортивній термінології, їхня присутність ні в якому разі не є

зайвою, а також, незважаючи на те, що вони значною мірою використовуються у спорті, їхня мета полягає не в деконструюванні концепції національної ідентичності, а в тому, щоб запропонувати новий, додатковий спосіб успішного спілкування.

Отже, запозичення може відбуватися з різних причин, таких як культурний обмін, технологічний прогрес, просто потреба в нових поняттях чи термінах. Воно дозволяє мовам адаптуватися до нових реалій та обмінюватися культурними та інтелектуальними досягненнями.

Англізми у німецькомовних спортивних медіатекстах є результатом кроскультурної взаємодії, що охоплює мовні, стилістичні та культурні рівні. Їх адаптація демонструє гнучкість німецької мови та відкритість до глобальних тенденцій.

Висновки до розділу 2

У другому розділі проаналізовано німецькомовні медійні тексти онлайн-видань (*Kicker*, *Sport1*, *Spiegel Sport*, *Sky Sport*, *Bild*, *DFB.de*), а також пости з офіційних акаунтів спортивних клубів у соцмережах. Тексти відібрано за такими критеріями: тексти стосуються спортивних подій, репортажів, інтерв'ю, аналітики або фан-контенту; опубліковані у період з 2020 по 2025 рік – для відображення актуальних тенденцій; включаються різні типи медійних текстів – новини, репортажі, коментарі, аналітика, фан-контент.

У визначених нами джерелах було виділено лексеми, що були розпізнані як англізми, і за допомогою довідкових джерел вони були проаналізовані та класифіковані.

У ході дослідження з'ясовано, що англізми адаптуються на різних рівнях, а саме: на фонетичному, морфологічному, семантичному та

стилістичному рівнях. Англізми активно впливають на формування динамічного, емоційного стилю спортивного мовлення. Їхнє використання зумовлене не лише лінгвістичними чинниками, а й кроскультурним впливом англомовної спортивної культури, яка задає тренди, риторику та термінологію.

Проаналізувавши корпус з понад 150 прикладів англізмів, дійшли висновку, що найпоширенішим типом є прямі запозичення – вони становлять близько 38% усіх випадків.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі, присвяченій аналізу комунікативно-прагматичних особливостей англізмів у сучасному німецькомовному медійному дискурсі, дійшли наступних висновків:

Мова є важливою рисою ідентичності. Присутність англізмів у мові спорту є цілком природним явищем. Англізми як нові та необхідні для мови-реципієнта слова і фрази інтегруються в мову та адаптуються на кількох рівнях, завдяки чому вони стають невід'ємною частиною не лише в семантичному сенсі, але й у фонологічному та морфологічному/синтаксичному сенсі. Мову спорту розглядають як окрему мову, код, що має велике значення як ефективний донор майже в кожному виді спорту в кожній країні. Вплив настільки великий, що сьогодні неможливо читати газету, спортивний репортаж чи щось інше, не натрапивши на англійські слова, які іноді «націоналізуються». За своєю природою англійська є мовою, яка підкоряється закону семантичної економії, що особливо важливо в таких ситуаціях, як журналістика чи спортивні репортажі.

На основі узагальнення сучасних наукових підходів до трактування поняття «англомовне запозичення» та визначення типів англізмів, що функціонують у німецькомовному спортивному медіадискурсі, вважаємо у нашому дослідженні англізмом узагальнений термін для запозичень з американської та британської англійської а також з інших англомовних регіонів.

У німецькомовних медійних текстах спортивної тематики домінують прямі запозичення, але гібриди та стилістичні вирази активно формують унікальний стиль німецькомовного спортивного дискурсу.

На основі відібраного корпусу з понад 150 прикладів англізмів, виявлено, що найпоширенішим типом є прямі запозичення. До цієї категорії

належать слова, які зберігають свою англійську форму та значення. Їхнє використання зумовлене відсутністю точних німецьких еквівалентів, а також прагненням до лаконічності та стилістичної виразності.

Гібриди, що утворюються шляхом поєднання англійських та німецьких морфем, становлять 23% і демонструють активний процес мовної адаптації. Вони часто мають експресивне забарвлення та використовуються в заголовках або коментарях для створення динамічного стилю.

Фразеологізми та стилістичні вирази становлять 16% і є прикладом кроскультурного впливу не лише на лексику, а й на риторику спортивного дискурсу. Їхнє вживання часто пов'язане з мотиваційним стилем, характерним для англомовної спортивної культури.

Сленгові неологізми (13%) – це творчі утворення, які не завжди мають стабільне значення, але активно функціонують у фан-контенті та соціальних мережах. Вони відображають тенденцію до мовної гри та стилістичної гібридизації.

Цитати без перекладу (9%) – це прямі висловлювання гравців або тренерів англійською мовою, які залишаються в оригіналі. Їхнє використання створює ефект автентичності та глобального включення, особливо в міжнародних контекстах.

У ході дослідження виявлено кроскультурні аспекти впливу англійської мови на німецькомовну спортивну термінологію. Англізми у спортивному дискурсі не лише виконують номінативну функцію, а й транслиують культурні моделі англомовного світу.

Перспективи подальших розвідок вбачаємо у порівняльному аналізі адаптації англізмів у спортивному дискурсі інших мов (української) для виявлення спільних і відмінних тенденцій, у кросмедійному вимірі: аналізі використання англізмів у різних платформах – друковані ЗМІ, телебачення, соціальні мережі, блоги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бадан А. А., Атанасова О. А. Про адаптацію іншомовних запозичень як елемента міжкультурної комунікації. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія “Філологічні науки”*. Мовознавство, № 12, 2019. С. 6 – 10. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/841738>
2. Гринько О. С. Іншомовні вкраплення: до проблеми функціонування та перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2020. Вип. 10 (78). С. 62–65. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/issue/view/88>
3. Жовтобрюх М. А. Мова української преси (до сер. 90-х рр. XIX ст.). К.: Вид-во АН УРСР, 1963. 413 с.
4. Зимовець Г. В. Чинники процесу адаптації запозичень до системи мов // *Мовознавство*, 2021, № 6. С. 24–39. URL: <https://movoznavstvo.org.ua/component/attachments/download/1300.html>
5. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному лексиконі: монографія. К.: Видавн. дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, (210), 171–176. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-210-25>
6. Кійко С., Кудрявцева О. Англіцизми в німецькомовному публіцистичному дискурсі // *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*. Чернівці: Рута, 2023. Вип. 846. С. 51–62.
7. Кочан І. М. Інноваційні процеси в сучасній українській термінолексичі // *Термінологічний вісник*. 2023. Вип. 7. С. 73–82. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001492699>
8. Слюцинський Б. Міжкультурна комунікація як соціокультурний феномен // *Нова парадигма*. 2007. Вип. 72. С. 198–208

9. Тупахіна, О. В., & Влезько, О. С. (2014). Запозичення як механізм неологізації німецької мови кінця XX–початку XXI століття. *Нова філологія*, (63), 220-224.
10. Blažević N., Vaić N. Anglizismen im Sportteil der deutschen und kroatischen Tageszeitungen // *Zagreber Germanistische Beiträge*, 2010. С. 121–148.
11. Born J. Vom Stufenbarren in die Halfpipe. Die deutsche Sportsprache im historischen Wandel // *Flickflack, Foul und Tsukahara. Der Sport und seine Sprache*. Herausgeber: Dudenredaktion; Gesellschaft für deutsche Sprache. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich, 2009. S. 11–33.
12. Brodowicz M. Hall's High and Low-Context Model of Culture. Aithor. URL: <https://aithor.com/essay-examples/halls-high-and-low-context-model-of-culture>
13. Buck T. Selfmade English: Semantic peculiarities of English loan-material in contemporary German // *Forum for Modern Language Studies*, 1974.
14. Bues, Manfred: Der Begriff ‚Sportsprache‘. In: *Muttersprache*. 63/1953, S. 22.
15. Busse U. Typen von Anglizismen: von der heilago geist bis Extremsparing – aufgezeigt anhand ausgewählter lexikographischer Kategorisierungen // In: G. Stickel (ed.), *Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel*. De Gruyter, 2001. С. 131–155.
16. Bußmann H. *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Stuttgart, 1990.
17. Burmasova S. Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen am Material der Zeitung Die WELT (Jahrgänge 1994 und 2004). Bamberg: University of Bamberg Press, 2010.
18. Carstensen B., Galinsky H. Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache. Entlehnungsvorgänge und ihre stilistischen Aspekte / Broder Carstensen, Hans Galinsky. – Universitätsverlag Winter GmbH

- Heidelberg; Auflage: 3., verb. Aufl., 1975. – 86 S. Claus Peter Müller-Thurau Über die Köpfe hinweg // Sprache und Sprüche der Etablierten.- Düsseldorf, 1994. – 131 S.
- 19.Dankert H. Sportsprache und Kommunikation. Tübingen, 1969.
 - 20.Dudenredaktion (Hrsg.). Duden. Das Herkunftswörterbuch. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich, 2006.
 - 21.Durkin P. Borrowed Words: A History of Loanwords in English. Oxford: Oxford University Press, 2014.
 - 22.Glahn R. Der Einfluß des Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache: Eine Analyse öffentlich gesprochener Sprache am Beispiel von «Fernsehdeutsch». Frankfurt a. M.: Peter Lang, 2002.
 - 23.Haspelmath M., Tadmor U. (eds.) Loanwords in the World's Languages: A Comparative Handbook. Berlin: Walter de Gruyter, 2009.
 - 24.Hausmann D. „downloaded“ und „geforwardet“ – Sprecherverhalten in morphologischen Zweifelsfällen am Beispiel des Sprachgebrauchs im Internet. Köln, 2006.
 - 25.Hoberg R. Sprechen wir alle bald Denglisch oder Germeng? // In: K. M. Eichhoff-Cyrus & R. Hoberg (eds.), Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende. Sprachkultur oder Sprachverfall?. Mannheim: Dudenverlag, 2000. S. 303–316.
 - 26.Hofstede G. Culture's consequences. Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations. 2. ed., [reprint]. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publ., 2001.
 - 27.Lehmann W. P. Historical Linguistics: An Introduction. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1962.
 - 28.Lüger H.-H. Pressesprache / H.-H. Lüger. – 2., neu bearbeitete Aufl. – Tübingen: Niemeyer, 1995. – 136 S.

29. Mosel U. Borrowing in Samoan // In: Tent J., Geraghty P. (eds.), *Borrowing: A Pacific Perspective*. Canberra: Pacific Linguistics, ANU, 2004. P. 215–232.
30. Onysko A. *Anglicisms in German: Borrowing, Lexical Productivity, and Written Codeswitching*. Berlin: Walter de Gruyter, 2007.
31. Polenz P. von. *Geschichte der deutschen Sprache*. Berlin, 1972.
32. Sanchez-Stockhammer C. Hybridization in language // In: P. W. Stockhammer (ed.), *Conceptualizing Cultural Hybridization*. Heidelberg: Springer, 2012. P. 133–157.
33. Seiffert A. Metonymisierung // In: S. J. Schierholz et al. (Eds.), *Wörterbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (WSK) Online*. De Gruyter, 2017. URL: https://www.degruyter.com/database/WSK/entry/wsk_id_wsk_artikel_artikel_17597/html
34. Seiffert A. Metaphorisierung // In: S. J. Schierholz et al. (Eds.), *Wörterbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft (WSK) Online*. De Gruyter, 2017. URL: https://www.degruyter.com/database/WSK/entry/wsk_id_wsk_artikel_artikel_17114/html
35. Thomason S. G., Kaufman T. *Language Contact, Creolization, and Genetic Linguistics*. Berkeley: University of California Press, 1988.
36. Yang W. *Anglizismen im Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL*. Tübingen, 1990.
37. Zimmer D. E. *Deutsch und anders: Die Sprache im Modernisierungsfieber*. Hamburg: Rowohlt, 1997.

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

38. Kicker 2022. URL: <https://www.kicker.de/norwegen-gegen-nordirland-2022-frauen-europameisterschaft-4754415/ticker>
39. Kicker 2025. URL: <https://www.kicker.de/paris-sg-gegen-bayern-2021-champions-league-4703418/spielinfo>
40. Spiegel Sport 12/24. URL: <https://www.spiegel.de/sport/mohamed-katir-doping-strafe-fuer-toplaeufer-verdoppelt-weil-er-eine-bordkarte-faelschte-a-18c84ec0-eb14-4ef1-a018-decc1cb0b1b0>
41. Spiegel.de 08/2025. URL: <https://www.spiegel.de/sport/tennis/us-open-jetzt-spielt-jan-lennard-struff-gegen-rekord-grand-slam-gewinner-djokovic-a-68d97a8b-70ae-47cb-b9b0-707ba338e7c4>
42. Sport Bild 2025 URL: <https://sportbild.bild.de/sportmix/basketball/sport-mix/am-samstag-wird-es-gezeigt-dieses-bbl-trikot-ist-eine-weltpremiere-86897452.sport.html>
43. Sport1 08/2022. URL: <https://www.sport1.de/news/fussball/bundesliga/2022/08/fc-bayern-lothar-matthaus-trifft-beim-debut-gegen-arminia-bielefeld>
44. Sport1 10/2022. URL: <https://www.sport1.de/news/internationaler-fussball/ligue-1/2022/10/erneut-wirbel-um-mbappe-schmutzkampagne-gegen-psg-superstar-paris-wehrt-sich>
45. Sport1 04/2023. URL: <https://www.sport1.de/news/us-sport/nba/2023/04/nba-curry-unterlauft-unfassbarer-blackout-warriors-zittern-sich-zum-sieg>
46. Sport1 11/2023. URL: <https://www.sport1.de/news/esports/league-of-legends/2023/11/t1-schafft-erneut-den-final-einzug-wahrend-weibo-als-underdog-blg-rauswirft>
47. Sport1 08/2024. URL: <https://www.sport1.de/news/olympia/2024/08/blechstatt-gold-biles-sturzt-vom-zitterbalken>

48. Sport1 12/2024. URL: https://www.sport1.de/news/fussball/bundesliga/2014/12/artikel_990998
49. Sport1 01/2025. URL: <https://www.sport1.de/news/wintersport/ski-alpin/2025/01/vonn-mit-trainingssturz-in-cortina>
50. Sport1 02/2025. URL: <https://www.sport1.de/news/wrestling/wwf/2025/02/wwf-waren-diese-legendaren-tranen-nur-schmierentheater>
51. Sport1 08/2025. URL: <https://www.sport1.de/news/sportwetten/was-sind-handicap-wetten-und-wie-funktionieren-sie>
52. Sport1 09/2025. URL: <https://www.sport1.de/news/basketball/em/2025/09/basketball-gehört-dennis-schroder-jetzt-die-hall-of-fame>
53. Sport.sky.de 2025 URL: <https://sport.sky.de/fussball/benfica-vs-leverkusen/spielbericht/547975>