

Н. Н. Синицына

*Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь
e-mail: nadja.sinitsyna@gmail.com*

ПСЕВДОЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ НАЧАЛА ХХІ ВЕКА: ПРИЧИНЫ И МЕХАНИЗМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

Исследуются причины псевдозаимствования в русском и немецком языках начала ХХІ в. Рассмотрены механизмы образования псевдоанглицизмов, основным из которых является морфемная деривация, что объясняется высокой степенью адаптации англицизмов в рассматриваемых языках, способствующей свободному обращению говорящих с английским материалом в процессе номинации.

Ключевые слова: заимствование; псевдозаимствование; псевдоанглицизмы; неологизмы; словообразование; конверсия.

N. N. Sinitsyna

*Belarus State Economic University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: nadja.sinitsyna@gmail.com*

PSEUDO-BORROWINGS IN RUSSIAN AND GERMAN AT THE BEGINNING OF THE 21st CENTURY: CAUSES AND MECHANISMS OF FORMATION

The article is devoted to linguistic and non-linguistic causes of pseudo-borrowings in Russian and German at the beginning of the 21st century. The author considers formation mechanisms of pseudo-anglicisms in the languages under consideration. The discussed mechanisms are dominated by morphemic derivatives due to a high degree of adaptation of anglicisms, which leads to free use of English material by speakers in the process of nomination.

Key words: borrowing; pseudo-borrowing; pseudo-anglicism; neologisms; word formation; conversion.

Пополнение словарного состава иноязычной лексикой характерно для практически любого периода в развитии языка: торгово-экономические, культурные, дипломатические связи между народами и государствами способствуют обогащению словаря иноязычной лексикой. В течение последних десятилетий заимствование выступает одним из основных источников пополнения словаря разных языков. Так, исследование, проведенное на материале русских и немецких неологических словарей, показало, что новые заимствования среди неологизмов рубежа ХХ – ХХІ вв. составляют третью по численности группу в русском материале (13,8% или 93 единицы из 675) и вторую – в немецком (37,4% или 179 единиц из 478)

[1, с. 108]. По данным О. Б. Ткачук, удельный вес заимствований среди новых номинаций в хорватском языке на рубеже XX – XXI вв. составляет 74,5% [2, с. 16]. Высокий процент заимствований среди новых средств номинации на пороге XXI в. является результатом интенсивного развития языковых контактов, что обусловлено экстралингвистическими факторами глобального масштаба, включая бурное развитие телекоммуникационных технологий и в целом положительное отношение различных национальных сообществ к принятию и употреблению новой иноязычной лексики.

В потоке новых заимствований практически невозможно невооруженным глазом отличить языковые единицы, состоящие из иноязычных морфем или лексем, однако в большинстве случаев не имеющие своего иностранного прототипа в языке-источнике. В лингвистике за такими явлениями закрепился термин «псевдозаимствования» [3; 4¹; 5; 6; 7; 8; 9; 10]. В настоящее время большинство новых иноязычных слов в национальных языках имеет английское (англо-американское) происхождение, что обусловлено коммуникативным рангом английского языка, принадлежащего к числу мировых языков, и ведущей ролью англоязычных стран в развитии важных областей современной жизни (информатика, экономика, финансы и др.). Благодаря использованию английского языка в устной и письменной коммуникации представителями разных языков и сфер деятельности английские слова и морфемы входят в узус, всесторонне адаптируются в принимающих языках, закрепляются в языковом сознании говорящих, что создает предпосылки для использования хорошо освоенного английского материала в процессах номинации на почве принимающего языка, в числе которых можно назвать и псевдозаимствование. Частота использования в речи слов английского (англо-американского) происхождения, их узуализация приводят к преобладанию среди новейших «мнимых» заимствований псевдоанглицизмов, под которыми следует понимать слова или выражения, состоящие из английского лексического и морфемного материала, однако образованные не в ареале английского языка.

¹ В монографии «Лексикология современного немецкого языка» (1992) в разделе об особенностях заимствования англоамериканской лексики в немецкий язык конца XX в. Т. Шиппан говорит о псевдозаимствовании, ссылаясь на работу М. Ленерта, однако вместо терминологии автора «*Scheinentlehnungen*» букв. ‘ложное заимствование’ предпочитает использовать свой термин «*Lehnbildung*» букв. ‘(ново)образование с заимствованным компонентом’ [4, с. 268], при этом в словаре языковедческих терминов «*Lexikon der Sprachwissenschaft*» (1990) Х. Бусман термин «*Lehnbildung*» трактуется ближе к понятию словообразовательной кальки в русскоязычной лингвистической традиции [11, с. 443].

К псевдоанглицизмам относятся также значения, возникшие в принимающем языке у слова английского происхождения, но отсутствующие у английского прототипа. Так, один из наиболее частотных псевдоанглицизмов немецкого языка *das Handy* ‘мобильный телефон’ (OWID, Н 10)² имеет отчетливый немецкий корень *Hand* ‘рука’, тем не менее, слово произносится по правилам чтения английского языка: [ˈhɛndi]. Согласно такой транскрипции в немецком языке указанное слово следовало бы писать в корне через *ä*. Сперва может показаться, что слово *das Handy* пришло в немецкий язык из английского. Однако мобильный телефон в британском английском обозначается словом *mobile (phone)*, в американском английском – *cellular (phone)* или *cellphone*. Кроме того, английское *handy* – это прилагательное со значениями ‘удобный (для пользования)’, ‘легко управляемый’, ‘поворотливый’, ‘(имеющийся) под рукой’, ‘близкий’, ‘ловкий, искусный’ (Шал-09, 373). В таком случае можно предположить, что неологизм *das Handy* является немецким новообразованием, возникшим в результате конверсии, которая предполагает изменение семантико-грамматических свойств новой номинации. Так, нем. *das Handy* и его возможный английский прототип *handy* хоть и связывают общие семы, например, ‘удобный’, ‘находящийся под рукой’, однако принадлежат они к разным грамматическим классам (нем. *das Handy* – существительное, англ. *handy* – прилагательное).

В данной работе будут рассмотрены причины появления псевдоанглицизмов как наиболее широко представленного вида псевдозаимствований и способы их образования в русском и немецком языках первых двух десятилетий XXI в.

Материалом для настоящей статьи послужили 26 русских псевдоанглицизмов, выявленных путем равномерной выборки на основе «Словаря новейших иностранных слов» (2020) Е. Н. Шагаловой (далее – Шаг-20), и 32 немецких псевдоанглицизма, отобранные из электронного немецкого словаря неологизмов «OWID. Neologismenwörterbuch» (далее – OWID). Проведенное исследование едва ли позволяет говорить о высокой продуктивности псевдозамствования как источника новых обозначений в русском и немецком языках: 26 номинаций из около 700 рассмотренных русских

² Согласно статистическим данным электронного словаря немецкого языка DWDS, пик показателя частотности сущ. *das Handy* выпадает на 2008 г. и составляет 10732 употребления на 1 млн. лексем, тогда как показатели других псевдоанглицизмов немецкого языка, возникших в 1990-х гг., не превышают и 250 словоупотреблений на 1 млн. словоформ (*der Beamer* ‘видеопроектор’ – 190 словоупотреблений, *das Fotoshooting* ‘фотосессия’ – 235, *die Late Night* ‘развлекательное шоу в позднее время’ – 70 [DWDS]).

заимствований оказались псевдоанглицизмами (3,7%), среди 1025 новых немецких заимствований 2000-2010-х гг. выявлено 32 псевдозаимствования (3,1%). Тем не менее, с учетом регулярности и типизированности механизмов образования «мнимых» заимствований в двух неблизкородственных языках можно предположить в дальнейшем рост потенциала псевдозаимствования как источника новых обозначений.

Материал исследования включает те единицы, которые зафиксированы в словаре новейших русских заимствований Шаг-20 и немецком словаре неологизмов OWID, однако отсутствуют или отмечены в другом значении в толковых словарях английского языка³ и корпусе английского языка iWeb.

Возникновению и узуализации как «истинных» заимствований, так и псевдоанглицизмов способствуют внутрилингвистические и социально-психологические факторы⁴. При этом внешелингвистические причины, т. е. языковые контакты, коммуникация между странами и народами, по сравнению с обычным заимствованием менее релевантны для псевдозаимствования. Среди внутрилингвистических причин псевдозаимствования можно назвать стремление говорящих к экономии языковых усилий, в результате чего описательные конструкции из нескольких исконных слов вытесняются в речи лаконичными номинациями, состоящими из иноязычных компонентов: *автотюнинг* (Шаг-20, 17) (рус. *техническое усовершенствование автомобиля*), *бигборд* (Шаг-20, 58) (рус. *рекламный щит больших размеров*); *das Anti-Aging* (OWID, A 69) (нем. *die Gesamtheit der gegen den natürlichen Alterungsprozess des Menschen eingesetzten Mittel und Verhaltensregeln* ‘совокупность средств и мероприятий, направленных на противодействие естественным процессам старения’), *das Scratching* (OWID, S 54) (нем. *das mutwillige Zerkratzen von Glas- und Plastikflächen im öffentlichen Raum* ‘преднамеренное повреждение стеклянных и пластиковых поверхностей в общественных местах путем нанесения царапин’). Еще одним внутриязыковым фактором, влияющим на псевдозаимствование, является потребность языка в выражении новых смыслов в разных областях жизни. Так, существительное *das Homejacking* (англ. *home* ‘дом’,

³ Для установления факта псевдозаимствования были использованы следующие толковые словари английского языка: Cambridge Dictionary (<https://dictionary.cambridge.org/ru/>), Collins English Dictionary (<https://www.collinsdictionary.com/>), Dictionary by Merriam-Webster (MerWeb), Oxford English Dictionary (Oxf), а также онлайн-словарь англоязычного сленга Urban Dictionary (<https://www.urbandictionary.com/>).

⁴ Причины и условия заимствования рассматриваются в работах по истории лексики, теории заимствования и языковых контактов [12; 13; 14], [4].

jack ‘угон’) (OWID, H 57) возникло в полицейском жаргоне для обозначения одного из видов кражи машин, при котором преступники угоняют машину только при наличии оригинальных ключей, украденных из квартиры собственника.

Особое влияние на образование «мнимых» заимствований оказывают лингвистические факторы, имеющие социально-психологическую природу. Во многих культурах (за исключением тех обществ, где в силу социально-исторических причин сильны пуристические настроения) люди воспринимают заимствованное слово как более престижное, свойственное книжному, научному стилю и используют его, даже если существует исконный эквивалент, чтобы проявить начитанность и интеллект. Как пишет Л. П. Крысин, «можно говорить о некоей отмеченности, выделенности иноязычного слова не только в языке (...), но и в сознании говорящих» [13, с. 147]. Вероятно, псевдоанглицизмы возникают в речи в тех случаях, когда говорящий (не носитель английского языка), выбирая между исконным и английским языковым материалом, делает выбор в пользу последнего, так как ищет способ продемонстрировать свою образованность или выразить принадлежность к определенной группе (например, англицизмы широко распространены в молодежном сленге).

Способы образования псевдозаимствований и псевдоанглицизмов исследуются в работах Б. Карстенсена [3], Л. В. Кунцевич [9], Д. Штеффенс [6], Л. А. Нефедовой [10]. Б. Карстенсен выделяет морфологические, семантические и лексические псевдоанглицизмы [3, с. 77]. Под морфологическими псевдоанглицизмами исследователь понимает такие номинации, у которых в принимающем (немецком) языке изменяется форма английского прототипа, но сохраняется его значение, тогда как лексические псевдоанглицизмы в классификации автора представляют собой новообразования, созданные из английских слов/морфем в немецком языке [3, с. 77]. Семантические псевдоанглицизмы, как отмечает Б. Карстенсен, возникают «в результате заимствования в немецкий язык английского слова в его оригинальной форме, с одним или несколькими значениями, при этом англицизм в принимающем языке проходит семантическую адаптацию и в итоге приобретает одно или несколько значений, отсутствующих у английского прототипа»⁵ [3, с. 77].

Л. В. Кунцевич и Л. А. Нефедова рассматривают словообразовательные механизмы, используемые при создании псевдоанглицизмов в русском и немецком языках. Д. Штеффенс, говоря о представлении псевдо-

⁵ Здесь и далее цитаты и толкования из немецких источников даны в переводе автора статьи.

англицизмов в неологическом словаре, называет три способа их образования – морфемная деривация, межъязыковая конверсия и изменения в семантической структуре англицизмов в немецком языке [6, с. 277–284].

На основе материала настоящего исследования были выделены следующие группы русских и немецких псевдоанглицизмов с точки зрения их образования и соотносительности с иностранным прототипом:

1 - единицы, созданные из английских морфем или лексем, которые не отмечены в англоязычных словарных источниках и корпусе англоязычных текстов;

2 - единицы, состоящие из английских словообразовательных элементов, однако отличающиеся по форме от английского прототипа (усечение сложного слова или словосочетания, замена морфем в сложном слове);

3 - новые значения, возникшие у англицизмов в принимающих языках и отсутствующие в английском, «семантические псевдоанглицизмы» в терминологии Б. Карстенсена;

4 - номинации, образованные в результате конверсии.

Большинство русских и немецких псевдоанглицизмов образовано с помощью словообразовательных механизмов (13 русских номинаций из 26 и 17 немецких из 32), при этом преобладают среди них слова-композиции. Так, слово *бигборд* ‘рекламный щит больших размеров (...)’ (Шаг-20, 58), состоящее из английских компонентов *big* ‘большой’ и *board* ‘доска, стенд’, вошло в обиход вместе с развитием рекламной отрасли в постсоветское время. В английском языке в таком значении используется слово *billboard*, тогда как выражение *big board* словарями не фиксируется, на основании чего русское *бигборд* можно считать псевдоанглицизмом. В то же время в русском языке встречается заимствование *билборд*/ *биллборд* (Шаг-20, 60) в том же значении, что и *бигборд*. В такой ситуации носители языка часто теряются при выборе «правильного», соответствующего нормам русского языка слова для обозначения большого рекламного щита. На русскоязычных сайтах, связанных со сферой наружной рекламы, популярна версия о том, что своим происхождением существительное *бигборд* обязано названию рекламной компании «Big Board», основанной в 1990-х на постсоветском пространстве. Все рекламные щиты компании содержали надпись с ее именем, которое впоследствии, возможно, и закрепилось в языке как обозначение места для рекламы. В академических словарях русского языка отмечен только нормативный вариант *билборд* («Орфографический академический ресурс АКАДЕМОС» Института русского языка им. В. В. Виноградова РАН (<http://orfo.ruslang.ru/>); Шаг-20). В текстах Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ) слова *бигборд* и *билборд* впервые фиксируются практически в одно время (2004 г. и 2002 г. соответственно), показате-

ли их частотности, однако, существенно отличаются: в 2004 г. частотность употребления лексем *бигборд* и *билборд* равна 0,13806% и 5,92415% соответственно, в 2010 г. – 0,82620% и 20,67271% (НКРЯ). Как видно из статистики, употребительность слова *бигборд* значительно ниже *билборда*, тем не менее рост частотности псевдоанглицизма на протяжении 6 лет позволяет говорить о его узуальности и востребованности в речи.

Немецкое сложное слово *der Foodsaver* ‘человек, который предотвращает выброс продуктов питания, собирая и перенаправляя их для дальнейшего использования’ (OWID, F 73) хотя и состоит из английских компонентов *food* ‘еда’ и *saver* ‘бережливый человек’, однако в английском языке не используется, что позволяет считать его псевдоанглицизмом.

Новые обозначения, созданные в русском и немецком языках по моделям английского аффиксального словообразования, отмечены в единичных случаях: *аутстаффинг/аутстаффинг* ‘один из инструментов в управлении персоналом, позволяющий компаниям регулировать число работников – привлечение временного персонала, лизинг персонала и т.п.’ (Шаг-20, 40), *боссинг* ‘создание руководством компании, организации невыносимых условий для подчиненного с целью принудить последнего к увольнению’ (Шаг-20, 75), *der Best Ager* ‘человек среднего возраста – потенциальный адресат рекламы, который обладает платежеспособностью’ (OWID, B 39).

Преобладание среди русских и немецких псевдоанглицизмов сложных слов и аффиксальных дериватов говорит о высокой степени интеграции заимствований из английского языка в системы национальных языков, что позволяет говорящим свободно обращаться с английским языковым материалом, создавая новые обозначения, которые с трудом можно отличить от исконной английской лексики.

Группа русских и немецких номинаций, созданных по аналогии с английским прототипом с изменением его морфемной структуры, немногочисленна (7 единиц в русском материале и 3 – в немецком). К данной группе относятся псевдоанглицизмы, которые образованы в результате:

- замены одной из морфем/ составных частей английского слова (*аквапарк* (Шаг-20, 24) (в англ. *water park*), *антиглобализм* (Шаг-20, 32) (в англ. *anti-globalization*); *der Egoshooter* ‘компьютерная игра, в которой игроку открывается вид на происходящее из глаз главного героя, которым он управляет’ (OWID, E 12) (в англ. *first-person shooter*);

- усечения английского слова / выражения: *боди-слим* ‘аппарат для глубокого прогревания тканей тела; процедура, осуществляемая с помощью такого аппарата’ (Шаг-20, 71) (возможно, от англ. *body slimming machine*), *бэк-вокал* (Шаг-20, 88) (возможно, от англ. *backing vocal*); *das Stand-up-Paddling* ‘вид спорта, в котором спортсмен передвигается стоя на

доске для серфинга и при этом гребет веслом' (OWID, S 185) (в англ. *stand up paddleboarding/ paddleboarding*).

Рассмотрим подробнее некоторые примеры. Словарь Шаг-20 возводит этимологию лексемы *аквапарк* 'развлекательный центр с бассейнами и водными аттракционами' (Шаг-20, 24) к англ. *aquapark*, при этом в английских толковых словарях такое слово отсутствует. В корпусе англоязычных текстов iWeb лексема *аквапарк* упоминается только в составе имен собственных – названий развлекательных центров в других странах (например, в Турции, Испании, Азербайджане, Австрии). В английском языке комплекс с водными аттракционами называют *water park*. Поскольку первые аквапарки появились в англоязычных странах (в США, в 1940-х гг.), можно предположить, что слово *аквапарк* было создано в русском языке⁶ на основе английского этимона *water park* с заменой его первой части латинским эквивалентом. Немецкое существительное *das Stand-up-Paddling* как обозначение одного из видов серфинга возникло в результате сокращения второй части английского выражения *stand up paddleboarding*. Примечательно, что в русском языке используется в таком же значении заимствование *пэддлбординг/ падлбординг* (Шаг-20, 319).

В рассмотренном материале были выявлены 6 семантических псевдоанглицизмов среди русских номинаций и 10 – среди немецких. Собственно псевдоанглицизмами следует считать такие единицы, которые появились и используются в принимающем языке в значении, которое не отмечено у английского прототипа. Так, нем. *der Burner* в словаре OWID зафиксировано в разговорном значении 'отличная вещь' (OWID, B 142), использование данного слова немцем в английской речи при обсуждении, например, новой песни, книги, театральной постановки, может привести к коммуникативной неудаче, поскольку англ. *burner* означает 'топка', 'горелка', 'распылитель' (Шал-09, 124). К межъязыковым омонимам можно отнести англ. *workout* и рус. *воркаут* (Шаг-20, 107): в английском языке *workout* означает любую тренировку, занятие спортом, тогда как в русском языке *воркаут* соотносят только с гимнастикой на уличных тренажерах.

История возникновения слова *квест* в русском языке берет свое начало из сферы компьютерных игр 1990-х гг., где квестом назывался один из жанров игр, в которых главному герою, управляемому игроком, предлагалось при исследовании игрового мира решать ряд головоломок, логиче-

⁶ Нельзя исключать возможность возникновения лексемы аквапарк в другом национальном языке и его дальнейшего заимствования в русский язык, что требует дополнительной проверки.

ских задач – квестов (англ. quest ‘поиски; искомый предмет’ (Шал-09, 633)). Впоследствии слово квест перешло из жаргона геймеров в разговорную речь разных социальных групп, где закрепилось в значении ‘проблема, задача, вопрос’, что подтверждают контексты из базы данных НКРЯ (ср. *Чтобы попасть на площадку нового фильма Валерии Гай Германики, нужно пройти целый квест с проходной в бетонном заборе, охранниками и выцветшими указателями* // Известия, 2012.07.13; *Это изображение, как и многие другие иллюстрации, становится для автора своего рода «квестом». После того, как будут внимательно рассмотрены все детали наряда – прозрачный шифон и томная шляпа или кружева и фестончики, настанет очередь истории каждого образа* // Известия, 2011.09.26). В 2010-х гг. популярным городским развлечением становится квест – командная игра, смысл которой заключается в поиске выхода из закрытого помещения путем решения участниками загадок и головоломок и преодоления препятствий, в таком же значении слово фиксируется и в Шаг-20 (‘жанр командных интеллектуально-подвижных игр, включающих элементы городского ориентирования, компьютерных игр, образовательных проектов, предполагающих достижение цели через решение головоломок и выполнение заданий (...)’ (Шаг-20, 193)). В английском языке такая командная игра называется *escape room* (MerWeb).

Новые значения, возникшие у ранее заимствованных английских слов, могут рассматриваться как результат естественного развития семантики англицизма в принимающем языке. На наш взгляд, с точки зрения синхронии новое производное значение узуального англицизма следует считать «мнимым» псевдозаимствованием, тогда как в диахроническом аспекте такое значение будет выступать семантическим дериватом. В качестве примера рассмотрим структуру значений англицизма *das Profiling*. В 90-х гг. XX в. *das Profiling* заимствуется в немецкий язык из английского в значении ‘составление психологического портрета (серийного) преступника на основании улик, следов, оставленных на месте преступления (...)’ (OWID, P 125). В 2000-х гг. словарь OWID отмечает у слова новое значение ‘составление характеристики безработного с указанием его сильных и слабых сторон для предоставления в дальнейшем подходящего рабочего места (...)’ (OWID, P 124), при этом у англ. *profiling* ‘составление и анализ психологической и поведенческой характеристики человека’ (Oxf) такое специальное значение отсутствует. Обращение к плану диахронии, т. е. рассмотрение изменений в семантике лексемы на протяжении нескольких отдельно взятых периодов времени, дает основания говорить о семантической адаптации английского заимствования *das Profiling* в немецком языке, о специализации его исходного значения, в то время как в син-

хронном срезе *das Profiling* в своем втором значении предстает псевдоанглицизмом.

Псевдоанглицизмы, образованные в результате конверсии, отмечены только в немецком материале. Так, в немецком языке слово *das Anti-Aging* ‘совокупность средств и мероприятий, направленных на противодействие естественным процессам старения’ (OWID, A 69) относится к классу субстантивов, тогда как его английский прототип *anti-ag(e)ing* (букв. ‘против старения’) – прилагательное.

Таким образом, псевдоанглицизмы среди русских и немецких новых заимствований представлены практически в равной степени (3,7% и 3,1% соответственно). Факторы, влияющие на процессы псевдозаимствования, имеют лингвистическую и нелингвистическую природу, при этом особое значение для создания «мнимых» заимствований имеют нелингвистические, социально-психологические причины, которые предполагают, что появление псевдозаимствований зачастую обусловлено более высоким статусом иноязычного языкового материала в сознании говорящих по сравнению с исконным. Русские и немецкие псевдоанглицизмы образуются в результате: 1) морфемной деривации; 2) изменения формы английского прототипа (слова или выражения); 3) изменения значения ранее заимствованного слова или появления английского слова в принимающем языке в значении, отсутствующем у иностранного прототипа; 4) конверсии. Наиболее продуктивным способом создания «мнимых» англицизмов в рассмотренном материале является морфемная деривация, что объясняется, с одной стороны, узуализацией и высокой степенью адаптации в русском и немецком языках слов англо-американского происхождения и морфологической неизменяемостью английских лексем и морфем, обеспечивающей их более удобное для говорящего соединение, – с другой.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Сеницына, Н. Н. Новые заимствования в русском и немецком языках: происхождение и тематическое разнообразие / Н. Н. Сеницына // Вестн. Пол. гос. ун-та. Сер. А, Гуманитар. науки. – 2014. – № 10. – С. 108–115.
2. Ткачук, О. Б. Неологізми в мові хорватських засобів масової інформації 90-х років ХХ – початку ХХІ століття : автореф. дис. ... канд. філал. наук : 10.02.03 / О. Б. Ткачук ; НАН України, Ін-т мовознавства. – Київ, 2011. – 21 с.
3. Carstensen, B. Semantische Scheinentlehnungen des Deutschen aus dem Englischen / B. Carstensen. // Viereck, W. (Hrsg.) Studien zum Einfluß der englischen Sprache auf das Deutsche. Studies of the influence of the English language on German / W. Viereck (Hrsg.). – Tübingen : Narr, 1980. – S. 77–100.
4. Schippan, Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / Th. Schippan. – Tübingen : M. Niemeyer, 1987. – 307 S.

5. Steffens, D. Nicht nur Anglizismen... Neue Wörter und Wendungen in unserem Wortschatz / D. Steffens // Sprachreport. – 2003. – № 4. – S. 2–9.
6. Steffens, D. Von Pseudoanglizismen und Kurzzeitwörtern : Zwei Aspekte der Beschreibung von neuem Wortschatz im Neologismenwörterbuch im IDS-Portal OWID / D. Steffens // Sprachwissenschaft. – Jg. 42. – 2017. – № 3. – S. 275–304.
7. Маринова, Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI века: проблемы освоения и функционирования : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Е. В. Маринова ; Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. – М., 2008. – 45 с.
8. Маринова, Е. В. Иноязычная лексика современного русского языка : учеб. пособие / Е. В. Маринова. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 288 с.
9. Кунцевич, Л. В. Способы словообразования псевдоанглицизмов в современном немецком языке / Л. В. Кунцевич // Филологические науки. – 2013. – № 6 (24) : в 2-х ч. – Ч. 1. – С. 110–114.
10. Нефедова, Л. А. Иноязычная лексика современного немецкого языка (аспекты культурной интеграции) / Л. А. Нефедова. – М. : МГПУ, 2018. – 184 с.
11. Bußmann, H. Lexikon der Sprachwissenschaft / H. Bußmann. – 2. völlig neu bearb. Aufl. – Stuttgart : A. Kröner, 1990. – 885 S.
12. Пауль, Г. Принципы истории языка [1880] / Г. Пауль ; пер. с нем. под ред. А. А. Холодовича. – М. : Изд-во иностр. лит., 1960. – 500 с.
13. Крысин, Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни / Л. П. Крысин // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / В. Л. Воронцова [и др.] ; Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. ; отв. ред. Е. А. Земская. – М., 1996. – С. 142–161.
14. Крысин, Л. П. Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий / Л. П. Крысин // Вопр. языкознания. – 2002. – № 6. – С. 27–34.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. НКРЯ – Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ruscorpora.ru/index.html>. – Дата доступа: 30.01.2020
2. Шаг-20 – Шагалова, Е. Н. Словарь новейших иностранных слов / Е. Н. Шагалова. – М. : АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2020. – 576 с.
3. Шал-09 – Шалаева, Г. П. Большой современный англо-русский словарь с транскрипцией / Г. П. Шалаева. – М. : АСТ : СЛОВО, 2009. – 848 с.
4. DWDS – Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dwds.de/>. – Date of access: 29.01.2020.
5. iWeb – iWeb : The 14 billion Word Web Corpus [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.english-corpora.org/iweb/>. – Date of access: 30.01.2020.
6. MerWeb – Dictionary by Merriam-Webster [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.merriam-webster.com/>. – Date of access: 30.01.2020.
7. OWID – Neologismenwörterbuch [Electronic resource] // OWID : das Online-Wortschatz-Informationssystem Dt. / Inst. für Dt. Sprache. – Mode of access: <http://www.owid.de/wb/neo/start.html>. – Date of access: 31.01.2020.
8. Oxf – Oxford English Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.lexico.com/>. – Date of access: 30.01.2020.