

высокой культуры, правительства, средств массовой информации и формального общения.

Письменность на Ямайке ведется на стандартном английском языке (включая личные записи и переписку). Ямайский креольский язык не имеет стандартизированной орфографии, ему не обучают в школе. В результате большинство ямайцев читают и пишут только на стандартном английском языке и имеют трудности при расшифровке письменного диалекта (в котором писатель пытается отразить характеристику произношения, не подвергая риску читабельность). На письме креольский язык появляется в литературе, особенно в фольклорных «диалектных поэмах», в юмористических газетных колонках, а с недавних пор на чат-сайтах в Интернете, часто посещаемых молодыми ямайцами, которые положительнее относятся к использованию своего языка, чем их родители.

И.Ю. Горбачева
ЦГПИ, Шадринск

Англо-американизмы в современном немецком языке

Сегодня мы являемся свидетелями значительного пополнения вокабуляра немецкого языка: новые слова поступают из самых различных областей деятельности человека. Этот процесс непрерывен и в любой момент в любой сфере жизни может появиться слово или группа новых слов, которые займут в словарном составе языка соответствующее место; одни из них прочно и надолго, другие просуществуют непродолжительное время. Теоретически возможности пополнения словаря неограничены.

На протяжении всей своей истории словарный состав немецкого языка впитывал значительное число слов иноязычного происхождения, изменяя их иногда до неузнаваемости. Многие иноязычные заимствования все же сохранили определенные черты, указывающие на их источники (фонетика, морфология, орфография). Эти слова принято называть Fremdwort. По данным словаря Дудена «Das Große Wörterbuch», из 400 000 единиц немецкого вокабуляра около 100 000 составляют слова типа Fremdwort. Современные

иноязычные заимствования вряд ли выводят эту картину за указанные рамки, учитывая, что одновременно с притоком новых единиц происходит устаревание и исключение старых.

Процесс заимствования справедливо рассматривается как источник обогащения исконного словаря и яркий пример взаимодействия языков и культур, создания общих ценностей. Это социально значимый процесс, и потому проблема интенсивного иноязычного влияния часто обсуждается не только специалистами, но и широкой общественностью. Актуальность проблемы обуславливает тот факт, что частое, неоправданное заимствование слов английского и особенно американского происхождения вызывает негативную реакцию в обществе, поскольку этот процесс грозит потерей языковой и культурной идентичности. Обилие английских заимствований нередко создает проблемы в процессе коммуникации (исключение составляет профессиональная коммуникация).

Заимствования можно рассматривать с точки зрения определения, данного О.С. Ахмановой, а именно как слова, словообразовательные аффиксы и конструкции, вошедшие в данный язык в результате процесса заимствования, то есть обращения к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже имеющихся и обозначения неизвестных прежде предметов. Нужно принять во внимание тот факт, что, кроме потребности в новых терминах, причиной заимствований могут являться соображения престижности и моды на иноязычные слова, а также стремление к языковой экономии.

По результатам исследований, процесс заимствования протекает неравномерно в различных сферах функционирования языка. По мнению ряда лингвистов, язык рекламы наиболее «удален» от норм немецкого языка, заимствованные слова вошли в лексическую подсистему языка, их употребление мотивировано большей точностью номинации и действием закона языковой экономии.

Немецкий язык в настоящее время активно обогащается англо-американизмами из подязыка информатики и компьютерных систем. Это объясняется тем, что компьютер и другие, связанные с ним аппаратные средства, возникли впервые в англоязычных странах и, соответственно, все обозначения исходят из английского языка. Был избран путь заимствования данной лексики как более рациональный по сравнению с созданием новых терминов средствами немецкого языка.

Лидерство США в экономике обуславливает возникновение экономических новообразований главным образом, в британском и американском национальном вариантах. Эти варианты являются основными поставщиками лексических инноваций в языки евроамериканского языкового ареала, в экономическую терминосистему современного немецкого языка. Коммуникативная потребность обуславливает вхождение этих и других лексических единиц в общеупотребительную лексику.

О.В. Дедкова

ШГПИ, Шадринск

Основные стилистические черты газетно-публицистического стиля и средства их реализации

Система функциональных стилей находится в состоянии непрерывного развития и поэтому их описание - один из наиболее дискуссионных вопросов в стилистике. Стили обособлены в разной степени, границы некоторых из них определить не легко, а иногда трудно отличить от жанров. Эти трудности заметны, когда речь идет о стиле газет. Нет также единого мнения по поводу названия данного стиля. М.П. Брандес предлагает выделить газетно-публицистический стиль, а Г.Я. Солганик - публицистический, И. В. Арнольд - газетный, В.И. Максимов - информационный, Т.С. Дроняева - стиль массовой коммуникации.

Глубина и активность восприятия газетно-публицистических произведений в значительной мере зависит и от того, как построен текст, как раскрыта в нем тема, идейное содержание, а также от того, сумел ли автор