

УДК 81'373.613:811.112.2

## АСПЕКТ УЖИВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ: СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Лопушанський В. М.

*Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

*У статті досліджено вплив англійських запозичень на сучасну німецьку мову, простежено функціонування англіцизмів у сучасній німецькій мові крізь призму лінгвосоціології, проаналізовано причини вживання/невживання англіцизмів мовцями різних вікових груп, різної статі, освітнього рівня й соціального статусу.*

**Ключові слова:** запозичення, англіцизм, соціальний аспект, мовні/позамовні чинники.

*Лопушанський В. М. Аспект употребления англицизмов в современном немецком языке. В статье исследуется влияние английских заимствований на современный немецкий язык, прослежены особенности функционирования англицизмов в современном немецком языке сквозь призму лингвосоциологии, проанализированы причины использования/неиспользования англицизмов говорящими различных возрастных групп, разного пола, образования и социального статуса.*

**Ключевые слова:** заимствования, англицизм, социальный аспект, языковые/внеязыковые факторы.

*The article focuses on the problem of English borrowings' influence on modern German, as well as the peculiarities of their functioning in modern German through the prism of linguosociology. The author also analyses the reasons of using or not using English borrowings by the speakers of different age, gender, education and social status.*

**Key words:** English borrowings, social aspect, language/extralinguistic factors.

**Постановка проблеми.** Однією з найбільш обговорюваних проблем сучасної німецької мови є вплив на неї англійської мови, який сьогодні, як уважають захисники німецької мови, набрав загрозливих масштабів. Потужний потік англіцизмів у сучасну німецьку мову призвів до того, що вона перетворилася на своєрідну суміш англійських, німецьких і гібридних слів. Такий стан німецької мови частково можна пояснити процесом глобалізації та панівним становищем англійської мови у світі. З іншого боку, масове запозичення чужомовної англійської лексики зумовлене пасивною мовною політикою німецького уряду, який, на відміну від французького, не приймає законів про захист рідної мови від запозичень. Однак не всі мовці, а отже, і мовознавці вбачають загрозу в англіцизмах, тому звинувачують своїх опонентів у пуризмі. Виникає логічне запитання: чи справді англіцизми становлять небезпеку для чистоти німецької мови, якщо становлять, то яку, і як вона впливає на систему мови?

**Мета статті** – з'ясувати соціальний аспект уживання англіцизмів у сучасній німецькій мові. Об'єктом дослідження є англійські запозичення в сучасній німецькій мові, а його предметом – соціальні параметри функціонування англіцизмів у сучасній німецькій мові.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

– систематизувати аргументи «за» і «проти» щодо вживання англіцизмів у сучасній німецькій мові крізь призму лінгвосоціології;

– простежити залежність зростання кількості

англіцизмів у сучасній німецькій мові від соціальних факторів (віку, статі, освіти мовця).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** До найвагоміших вітчизняних досліджень у галузі англіцизмів варто зарахувати наукові розвідки А. Л. Міщенко про адаптацію англіцизмів до системи сучасної німецької мови [2], О. В. Слабої про словотвірний потенціал англоамериканізмів [3], німецьких науковців Г. Дітера [5], Р. Гляна [6] і Р. Гоберга [6; 7].

Критики прихильників проникнення англіцизмів до сучасної німецької мови обмежуються здебільшого мовним аспектом, минаючи при цьому ментальні, історичні, соціокультурні фактори їх виникнення. Це можна пояснити тим, що позамовні елементи не є предметом дослідження лінгвістики. Варто зазначити, що такий підхід викликає труднощі під час комплексного вивчення складних мовних явищ і загалом обмежує розвиток цієї науки.

Проте мовні аргументи не можна відокремити від політичного, історичного та соціального контекстів. Звичайно, треба розрізняти рівні мовних і позамовних ознак, але при цьому не забувати про існування кожного з них. Урахування позамовних соціокультурних факторів відкриває нові, надзвичайно важливі горизонти у вивченні й поясненні проблеми надлишковості англіцизмів у сучасній німецькій мові. У статті ми намагалися вийти за рамки традиційно мовного підходу до вивчення англіцизмів у німецькій мові та зосередитися на питаннях національної ідентичності, особливостях менталітету, окремих соціальних, гендерних чи вікових аспектах мовців як важливих чинників виникнення й функціонування англійських запозичень у сучасній німецькій мові, що і становить **актуальність наукової розвідки.**

### Виклад основного матеріалу дослідження.

Страх перед глобалізацією відкриває ментальність, яка чітко визначена ідеалом нації, що ґрунтується на ідентичності. Процес глобалізації, причина якого лежить поза межами німецькомовної громади, є загрозою цьому ідеалу. Але небезпека виходить «із середини», від самих мовців, які порушують закони мови. У цьому випадку проявляється залежність дискурсу англіцизмів від ідентичності, самосвідомості й відмежування.

Проблема взаємодії мов і культур, процеси збагачення словникового складу мови за рахунок запозичень завжди були актуальними для лексикологічних студій німецької мови. Проте останнім часом у зв'язку з бурливою глобалізацією вона набула нового звучання та вийшла за межі лінгвістики, отримавши громадський характер. Не лише у фахових виданнях, а й на сторінках газет, телебаченні й Інтернет-сторінках відбуваються постійні суперечки щодо доцільності чи недоцільності вживання запозичень з англійської мови, його масштабу та впливу на сучасну німецьку мову, що свідчить про проблему, яка довго називалася в Німеччині й від розв'язання якої залежатиме доля німецької мови.

Зауважимо, що критичне ставлення до надмірного запозичення було поширеним ще в XVII ст. Кількість французьких слів у тогочасній німецькій мові навіть переважала кількість англіцизмів на сучасному етапі. Відомі науковці та письменники – Андреас Гріфіус, Мартін Опіц, Філіп фон Цезен – активно виступали за звільнення мови від французького ярма. Вони запропонували багато німецьких відповідників для невідомих французьких слів, одні з яких були висміяні, інші існують у мові до сьогодні: *Anschrift (Adresse)*, *Bücherei (Bibliothek)*, *Augenblick (Moment)*, *Leidenschaft (Passion)*, *Lustspiel (Komödie)*, *Mundart (Dialekt)*, *Rechtschreibung (Orthographie)*, *Verfasser (Autor)*. Із запропонованих у 1813 році німецьким педагогом Йоахімом Гайнріхом Кампе 11 000 відповідників прижилися лише 3 000, зокрема *Feingefühl (Delikatesse)*, *Hochschule (Universität)*, *Stelldichein (Rendezvous)*, оскільки штучне онімення наштовхнулося на повне неприйняття навіть таких майстрів слова, як Шиллер чи Гете.

У 1885 році було засновано Загальнонімецьке мовне товариство, гаслом якого стало: «Коли розмовляєш німецькою, пам'ятай, що ти німець!». Його метою була не лише боротьба із французькими запозиченнями, а й пробудження німецької національної ідентичності. Нова хвиля пуризму піднялася на початку XX ст. Особливо вирізнявся Едуард Енгель, який називав запозичення «раковими пухлинами на тілі німецької мови, німецького народу, німецької честі» та вважав, що «лише німецькомовний німецький народ може стати панівною нацією». За іронією долі такі шовіністичні гасла не знайшли підтримки нацистів, які, навпаки, вирізнялися прихильним ставленням до іноземних слів і всіляко переслідували пуристів, про що свідчить наказ Гітлера від 19.11.1940: «...Фюрер не бажає такого насильницького онімення й не схвалює штучної заміни давно вкорінених у німецькій мові іншомовних слів такими, які не народжені в душі німецької мови і зде-

більшого не повністю передають зміст іншомовних слів» [1, 23].

Із закінченням Другої світової війни затихли дискусії щодо доцільності вживання запозичень, хоча саме із цього часу починається їх активний перехід із англійської мови. Турбота про чистоту мови повернулася в 1990-х роках і до сьогодні залишається однією з найбільш резонансних тем.

Аргументів «за» вживання англіцизмів порівняно менше, ніж аргументів «проти». Найвагомим із них є той, що для деяких англійських слів немає відповідників і їхнє значення можна передати лише описово, що, виходячи з мовної економії, не є доцільним. Часто англіцизми влучніше передають думку мовця, ніж відповідне німецьке слово. Знову ж таки, виходячи з мовної економії, англіцизми здебільшого коротші, ніж німецькі слова. Вони швидше спадають на думку в розмові. Уживання англіцизмів цілком відповідає духові часу, тобто американізація суспільства сприймається як позитивне явище. Крім того, дехто вважає, що англіцизми надають німецькій мові особливого відтінку, навіть роблять її благороднішою. Декому подобається милозвучність англіцизмів порівняно з різкуватою німецькою вимовою. Аргументом на користь англіцизмів є також той факт, що знання англійської мови сприяє міжнародному порозумінню.

Прихильники вживання англіцизмів стверджують, що в мові «немає зайвих слів, тому що, по-перше, в ній можуть існувати синоніми, по-друге, тому що для мовця жодне з використаних слів не є зайвим, оскільки інакше б він його не вживав». Надлишкове вживання англіцизмів часто демонструють на слові *Kids*. Хоча при детальному його розгляді видно, що воно не ідентичне у своєму вживанні зі словом *Kinder*. Ці два слова не є повними синонімами, адже вони не ідентичні ані денотативно, ані конотативно й не можуть бути взаємозамінними в усіх контекстах. У ситуації, коли мовець хоче дізнатися, скільки дітей у його співрозмовника, він ніколи не питає: *Wie viel Kids haben Sie?* Слово *Kids* уживається в німецькій мові лише в множині, це збірна назва, яка має легкий іронічний відтінок, уживається людьми середнього віку для позначення сьогоднішньої молоді та заміняє давніші англіцизми, такі як *Teens*, *Teenager*. Тобто, семантика німецького слова й англіцизму переважно має незначні відмінності [8, 172].

Проте найбільше критики з вуст прихильників англіцизмів лунає на адресу Товариства захисту німецької мови, яке було засноване в 1997 році під назвою «Товариство порятунку німецької мови» (з недавнього часу воно називається «Товариство німецької мови» (VDS)) і займається виключно вивченням англіцизмів у сучасній німецькій мові. Його звинувачують у нераціональному підході до проблеми та розпалюванні негативних емоцій у суспільстві щодо вживання англіцизмів. Тому на своїй сторінці в Інтернеті Товариство розмістило відповіді на всі закиди й контраргументи щодо схвального ставлення до вживання англіцизмів.

Передовсім члени Товариства заперечують своє прагнення до «чистої» німецької мови, оскільки не вважають пуризм позитивним явищем, а лише праг-

нуть зменшити потік зайвих англійських слів. При цьому вони не заперечують уживання таких англійських слів, як *Jeans, Computer, surfen, Team, Stress, Internet*, оскільки вони є інтернаціоналізмами і пристосовані як фонетично, так і формально до німецької мови.

Замість того, щоб використовувати для позначення нових речей уже готові англіцизми або утворювати за їх допомогою нові слова, які не зрозуміють навіть американці, члени Товариства пропонують використовувати потенціал рідної мови. Якщо з кожним предметом чи явищем запозичувати їхнє позначення, в мові пануватиме хаос.

І хоча мова – це живий організм, який постійно змінюється, англо-американський вплив не можна виправдовувати цим фактом. Процес змін, які відбуваються в мові століттями й перетворили "Hus" на "Haus", а "itan" на "essen", проходив природнім шляхом, тоді як деякі «самозвані неологісти», які мають певні можливості (преса, телебачення), самі вносять у мову англійські слова й поширюють їх серед населення, незважаючи на доцільність такого новаторства. Така самодіяльність може призвести до вимирання німецьких слів.

Закон про мову, проти якого виступають прихильники вживання англіцизмів, оскільки він може обмежити їхні мовні права, потрібен лише для того, щоб заборонити вживати англійські слова та вирази на державному рівні. Це стосується передусім засобів масової інформації, а також виробників товарів. Однак закон не в силі вплинути на особисте життя кожного, і тому в повсякденній мові кожен може спілкуватися так, як вважає за потрібне.

Товариство також відкидає звинувачення у ворожому ставленні до чужого, адже піклування про рідну мову – природній процес. Навпаки, дивною видається симпатія німців до всього американського й водночас відсутність інтересу до інших націй і культур. Іноземні журналісти скаржаться, що відкритість німців світові обмежується відкритістю до американської культури. Звідси виходить, що саме англіцизми спричиняють ворожість до чужого.

Рудольф Гоберг, голова Товариства німецької мови (*Gesellschaft für deutsche Sprache*) у Візбадені, пише, що «англіцизми – це не злі бацили, які проникають у добру німецьку мову й роблять її хворою чи руйнують. Те, які слова ми впусимо в німецьку мову, залежить від мовної спільноти, тобто від нас. Ми самі несемо відповідальність за розвиток рідної мови» [8, 315]. Інший німецький дослідник зауважує, що «англіцизми насправді не є «злими бацилами» для німецької мови. Вони лише гості, яким ми, в цьому випадку не зовсім ввічливо, покажемо на двері, якщо вони без запрошення «прийшли» на наш поріг» [5].

Неправильним є твердження, що англійські вирази короткі та влучні. *Computer, Service point, monitor, Facility manager, cargo, newcomer* довші, ніж *Rechner, Auskunft, Bildschirm, Liegenschaftsverwalter, Fracht, Neuling, Flies, slow motion, e-mail, bodyguard, Funeral master*, за кількістю складів, так само як *Faltblatt, Zeitlupe, e-Post, Leibwächter, Leichenbestatter, Tie-break,*

*sale, recycling* коротші, ніж *Entscheidungsspiel, Schlußverkauf* і *Reststoffverwendung*. Виграючи в довжині, англійські слова більшістю випадків програють у їх розумінні. Сила німецької мови в її наочності. *Entscheidungsspiel, Schlußverkauf* і *Reststoffverwendung* хоча й мають більшу кількість складів, ніж англійські відповідники, залишаються зрозумілими кожному, тому що це слова рідної мови. Про короткість одного разу влучно сказав Макс Ліберман, коли хтось зауважив, що на відомій картині одна рука довша за іншу. На що М. Ліберман відповів: «Рука не може бути занадто довгою, якщо вона гарна». Це саме стосується й будь-якої мови [5].

Про нібито позитивний вплив англійської мови говорять не лише в контексті глобалізації, а й у контексті Європейського Союзу (далі – ЄС), який потребує мови, яка б виконувала функцію основної у сфері економічного та політичного спілкування. Звичайно, на таку роль претендує англійська. Із цього можна зробити два висновки: по-перше, так становить англійської мови в ЄС аж ніяк не має бути пов'язане з потоком англіцизмів у німецьку мову, по-друге, культурне розмаїття Європи створює її творчий потенціал, адже мова – це засіб не лише спілкування, а й національної ідентичності. І якщо ЄС, замість своїх мов, користуватиметься англоамериканською, він утратить капітал у вигляді мовно-культурного потенціалу. Англійська мова впливає не лише на німецьку, а й на інші мови ЄС, однак У. Амонні й Д. Ціммер стверджують, що саме німецька мова лідирує за кількістю запозичень.

Ті, хто вважає, що англіцизми в рекламі не шкодять німецькій мові, оскільки люди в повсякденному житті так не говорять, також не мають рації. Реклама робить ставку не так на мову, як на невербальний вплив на свідомість людини. Цієї мети вона досягає картинками та знаками, які виглядають як слова, що є витонченим трюком рекламного мистецтва. Рекламні англіцизми – це не лише слова, а й знаки, словесне значення яких здебільшого не суттєве, оскільки вони лише симулюють реальність. Людина, подивившись рекламу, сприймає її, щоб не відстати від решти, не лише купує прорекламовані товари, а й переймає її мовні кліше та починає розмовляти «сучаснішою» мовою. Мовні знаки, як-от *fun, light, power, kids, event, shop* тощо, сприяючи реалізації товарів і послуг, виконують для впливу на думки й бажання роль мовного замітника. Це призводить не тільки до занепаду мови, а й до «кокаколізації» суспільства, оскільки мовні картини світу замінюються рекламними кліше.

Багато німців скаржаться на заплутаність німецьких речень і довжелазні складені іменники, особливо в офіційно-діловому стилі. Тоді як складені англіцизми пишуться зазвичай окремо, що створює ілюзію простоти і зрозумілості порівняно з німецькими словами, напр.: *Beschäftigungssicherungsvereinbarung, Wohnumfeldverbesserung*. Але їхні складові поєднані граматично, тому легко встановити зв'язки між окремими словами і зрозуміти зміст цілого, тоді як про точне значення англійських композитів можна здебільшого лише здогадуватися виходячи з контексту. То чому ж тоді не замінити *outsourcing*

на *ausgründen, community policing* на *bürgernahe Sicherheit, key account* на *Großkunden-Betreuung, public private partnership* на *gemeinsames staatlich-privates Handeln, a venture capital* на *Wagniskapital*?

Здебільшого таке зловживання англійськими термінами в офіційній і розмовній мовах пов'язане з модою. Проте за своєю сутністю мова не може бути модною, адже складається як зі старих, так і з нових елементів. Слова будь-якої мови є зрозумілими для всіх її мовців (комунікативна функція), вони називають відповідні предмети чи явища (номінативна функція), а також складають речення за відповідними граматичними структурами. Тому для того, щоб бути зрозумілим для інших, треба дотримуватися цих положень. Використання англіцизмів слугує передовсім для позначення всього нового, сучасного та цікавого. Замість того, щоб пояснити, в чому полягає новизна товару, тенденції, думки чи заходу, в якій хочуть перекопати суспільство, ліниві й некомпетентні рекламодавці, оратори, письменники та бюрократи використовують англіцизми. Однак не все те, що словесно оформлено в новому вигляді, справді нове.

Потік англіцизмів розхитує систему правил німецької мови, адже більшість із них важко пристосувати до неї. Зі зростанням кількості запозичень у мові складнішають правила орфографії та орфоepії. Тому майже кожне слово виглядатиме для іноземця як виняток.

Члени Товариства погоджуються із закидом, що не завжди їхні аргументи достатньо науково обґрунтовані. Однак їхня діяльність має швидше культурно-політичне, ніж наукове спрямування, бо мова належить не лише мовознавцям, як здоров'я народу не належить тільки медицині, а вода й повітря – лише хімікам.

Деякі мовознавці вважають велику кількість англіцизмів у повсякденній мові не настільки загрозливою, як їх надлишок в економічній і науковій сферах. Тобто, німецька мова, яка свого часу дала основу для техніки та економіки, тепер перетворилася на *Feierabendsprache* (мову, якою спілкуються після роботи). Це яскраво ілюструє Р. Гоберг на прикладі двох графіків, поданих у статті “*English rules the world. Und was wird aus Deutsch?*”. Вони зображають кількість публікацій (у відсотках) різними мовами на природничо-наукову й соціальну тематику з 1974 до 1995 роки. Німецька мова втратила свої позиції як у першому (із 3,6% до 1,2%), так і в другому (із 10% до 4,1%) випадках. Така статистика свідчить про те, що мова, яка не розвивається далі, бідніє [8, 177–178].

У 2001 році німецький мовознавець Р. Глан провів дослідження на тему «Англійське в розмовній німецькій мові». В опитуванні брали участь обидві сторони, тобто як противники, так і прихильники вживання англіцизмів. Загалом було опитано 130 осіб: 65 підлітків (учнів 7, 10 і 12 класів гімназії) та 65 дорослих віком від 40 до 60 років, із них 67 осіб жіночої статі і 63 – чоловічої.

Дослідження причин уживання/невживання англіцизмів показало, що більшість опитуваних схвалює вживання англіцизмів, хоча автор, на жаль,

не наводить конкретних даних. Ставлення до вживання англіцизмів мало залежить від ставлення мовців до англоамериканської культури. Лише 17,7% респондентів зважають на цей фактор, причому вони здебільшого належать до противників уживання англіцизмів. Найважливішим аргументом на користь англіцизмів є відсутність відповідників для деяких слів англійського походження. Так уважає 90 опитаних. Найсуттєвішим аргументом проти є можливість використання німецьких слів, який висунули 57 респондентів.

Як уживання англіцизмів, так і, навпаки, їх уникання залежать від бажання належати до певної соціальної групи чи, навпаки, відмежуватися від неї. При цьому на першому плані стоїть визначення належності до певних груп за рівнем освіченості. Уживання англіцизмів не є прерогативою молоді. Хоча вона й частіше, ніж дорослі, схвалює англіцизми. У групі «дорослі» також виявлено швидше позитивне ставлення до англіцизмів.

Автор дослідження не знайшов чіткої залежності в уживанні англіцизмів від статі мовця. Проте варто підкреслити, що жінки менш скептично ставляться до вживання англіцизмів, ніж чоловіки. Не виявлено й чіткої залежності вживання англіцизмів від рівня освіти опитуваних. Відрізняються лише аргументи, оскільки зі зростанням рівня освіти вони стають більш виваженими.

Щодо врахування рівня знань англійської мови, то 23,8% опитуваних визнали, що інколи змушені зважати на нерозуміння вжитих ними англіцизмів їхніми співрозмовниками, тому вони їх пояснюють чи перекладають. 35,4% опитуваних інколи зважають на таку проблему. 40,8% респондентів не зважають на можливе нерозуміння. Цікаво, що лише 23,8% опитаних не припускають знання англійської мови співрозмовником. Без обмежень припустити знання англійської мови можуть 29,2% молоді й 52% дорослих. Такий результат виглядає дивним з огляду на твердження, що саме старше покоління має більше труднощів із розумінням англіцизмів. Якщо б це було так, то саме ця група мала б, виходячи з власного досвіду, вважати, що й співрозмовник не володіє англійською мовою [6, 228–233].

Ще один німецький мовознавець, Дірк Гоффманн, який провів подібне опитування, отримав такі результати. Найбільш корисними англіцизми вважають люди з вищою освітою віком від 21 до 30 років (76%) і без вищої освіти віком 31–40 років (86,4%). Невисокою є кількість молоді (15–20 років), яка вважає англіцизми корисними. Із віком кількість прихильників такої думки зменшується незалежно від рівня освіти. Найменша кількість прихильників англіцизмів є серед жінок старших за 60 років (2,4%). Саме в цій віковій групі автор виявив гендерні відмінності в результатах (для порівняння – кількість чоловіків становить 4,8%). Зайвими англіцизми вважають також 40% підлітків. Тут простежується зростання з віком кількості людей, які дотримуються такої думки. Найбільше противників англіцизмів є в групі осіб віком 51–60 років із вищою освітою (72,4%). Щодо чоловіків віком після 60 років, які вважають англіцизми зайвими, то їхня

частка на 16,2% перевищує частку жінок цієї вікової категорії [9, 246].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** На завершення згадаємо слова Ф. Шіллера про те, що мова є символом ідентичності, «дзеркалом нації», її своєрідності й історії, а тому засобом зв'язку з Батьківщиною. Суголосною є й думка І. Франка про те, що мова росте елементарно – разом із душею народу. Душа народу хворобливо відкрита до чужинства, як не російського, то англійського... Гадаємо, у такому випадку необхідно покладатися

на сильні індивідуальності, бо саме вони здатні творити духовне та розумне суспільство, яке, попри всі проблеми, керується не силою обставин, не модою, а силою ідей. Найсильніші ідеї прості. У суспільно-мовній дійсності – це цілковитий, безумовний, беззастережний пріоритет рідного слова як єдиного путівника у світовому різномов'ї, як стрижня сильної нації [4, 156]. У подальшій перспективі варто простежити динаміку вживання англіцизмів у сучасній німецькій мові в різних професійних дискурсах (науковому, мас-медійному, політичному, побутовому)

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Лопушанський В. М. Англіцизми в сучасній німецькій мові / В. М. Лопушанський, Н. Т. Дашко. – Дрогобич, 2009. – 98 с.
2. Міщенко А. Л. Адаптація англіцизмів до системи сучасної німецької мови (на матеріалі англіцизмів комп'ютерної галузі й технологій : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / А. Л. Міщенко ; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2009. – 20 с.
3. Слаба О. В. Словотвірний потенціал англоамериканізмів як показник пристосування запозичень до словотвірної підсистеми мови (на матеріалі німецької лексики з економіки) / О. В. Слаба // Філологічні науки : зб. наук. пр. Сумського державного педагогічного університету. – Суми : СумДПУ, 2002. – С. 115–122.
4. Фаріон І. Д. Англомовний наступ в українській дійсності / І. Д. Фаріон // Сучасність. – 2000. – № 3. – С. 150–156.
5. Dieter H. Verein Deutsche Sprache tritt Verleumdungen entgegen / H. Dieter, G. Schrammen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vds-ev.de/denglisch/argumente/index.php>.
6. Glahn R. Englisch im gesprochenen Deutsch – Einfluss und Bewertung / R. Glahn // Duden Thema Deutsch, Bd. 3. – Mannheim, 2000. – S. 220–233.
7. Hoberg R. Sprechen wir bald alle Denglisch oder Germeng? / R. Hoberg // Duden Thema Deutsch, Bd. 1. – Mannheim, 2000. – S. 303–329.
8. Hoberg R. English rules the world. Was wird aus Deutsch? / R. Hoberg // Duden Thema Deutsch, Bd. 3. – Mannheim, 2000. – S. 171–183.
9. Hofmann D. Do you understand Denglisch? Eine Umfrage zum Anglizismenverständnis / D. Hofmann // Duden Thema Deutsch, Bd. 3. – Mannheim, 2000. – S. 236–246.