

Сам факт существования может быть воспринимаем и познаваем. В тексте проявляется весомое противопоставление конструкций *познания*: «знать всё» и «не знать ничего». Так Сарай, который всё знает, учит Тишку. В слове «всё» тоже сдвигается семантика, отчего меняется смысл базовых глаголов *познания*. В своём труде «Апокалипсис в быту. Поэтика неостранения у Андрея Платонова» Ольга Меерсон называет подобные сдвиги «подстановками», то есть такими словами, которые целиком заимствуют семантику какого-то другого слова [2]. «Всё» принимает вид какой-то обобщённой абсолютной экзистенции, которую можно познать, о которой можно что-либо утверждать. Так Сарай утверждает, что «знает всё», а «всё ведь это мёртвое», «всё нарочно». Последней фразой Сарай разрушает мысль о том, что Тишка думает на самом деле. Для Сарая процесс мышления – только «представление» [1]. При этом само познание способно изменить восприятие. Так Тишка, наученный Сараем тому, что весь мир на самом деле тёмный, начинает его таким видеть: «Чёрный? – спросил Тишка, сейчас же вообразив тьму и почти увидев её своими глазами на месте сияющего солнечного света». Здесь соседствуют глагол *познания* «вообразить» и *восприятия* «увидеть». Точно также наутро после этого разговора Тишка «видел свет за окном, но он ему казался смутным» [Там же]. Но есть и другой случай влияния познания на восприятие. Сарай выдаёт себя за умного, всезнающего человека, но при этом научает Тишку тому, что мир тёмный, лишь «представление», а сам при пожаре посылает людей в огонь за своими вещами; есть Фёкла Семёновна, которая не говорит о том, что она знает всё, но при этом хранит в себе знание: «Она знала, что за видимыми звёздами есть невидимые, и они тоже освещают землю, но тем светом, который люди не видят» [Там же]. Её знание внутренне направлено на тайну существования.

Заключение. Можно сказать, что в тексте Андрея Платонова «Избушка бабушки» бытийные глаголы расширяют своё значение, принимают новые функции: жизнь и смерть неразлучны, их переход зависит от состояния, а сам факт бытия может восприниматься по-разному из-за разных способов познания.

1 Избушка бабушки / Андрей Платонов. – URL: <https://platonov-ap.ru/novels/izbushka-babushki/> (дата обращения: 09.03.2026). – Текст: электронный.

2 Меерсон, О. А. Апокалипсис в быту. Поэтика неостранения у Андрея Платонова / О. А. Меерсон. – М.: ГРАНАТ, 2016. – 256 с.

3 Понятие «семантическое поле» / А. К. Башарина – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-semanticheskoe-pole/viewer> (дата обращения: 09.03.2026). – Текст: электронный.

ЗАИМСТВОВАНИЕ КАК СПОСОБ ПОПОЛНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Юнгвирт В.,

студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Василькова М.В., ст. преподаватель

Цель данной работы – выявление и анализ основных источников и типов заимствований в современной немецкой экономической терминологии.

Актуальность исследования обусловлена активным проникновением иноязычной лексики, прежде всего англицизмов, в профессиональный язык немецкой экономики, что требует осмысления процессов их адаптации и систематизации для понимания современных тенденций развития терминосистемы.

Материал и методы. Материалом исследования послужили экономические термины немецкого языка, отобранные из толковых словарей и корпуса немецкоязычных экономических текстов. В ходе работы применялись следующие методы: метод целенаправленной выборки, описательный метод и сравнительно-сопоставительный анализ.

Результаты и их обсуждение. В состав любого языка входят лексические единицы, которые ему не родны. Такие единицы называются заимствованиями. Для носителей языка не проблема выявить такие слова в родном языке, однако со временем заимство-

вания настолько глубоко проникают в языковую систему, что их трудно обнаружить. В наше время языки продолжают развиваться и принимать лексические единицы из других языков, и немецкий язык не является исключением [1, с. 15].

В немецком языке можно установить множество заимствований из других языков мира: французского, английского, русского, латыни и др. Ряд терминов смогли приспособиться настолько естественно, что их стало невозможно отличить от коренных слов немецкого языка. А иные сохраняют свое иностранное звучание, что придает речи определенный ритм и выразительность, то есть делает ее более живой, мелодичной и эмоционально насыщенной.

Процесс заимствования не раз становился объектом исследования как в отечественной, так и в зарубежной лингвистике. Вопросами заимствования в отечественной лингвистике занимались А.А. Реформатский, Н.М. Шанский, Э.В. Кузнецова, М.Д. Степанова и многие другие.

Несмотря на то, что данное языковое явление было исследовано учеными в разные времена, наблюдаются различные подходы к его пониманию. В настоящей работе мы придерживаемся традиционного понимания данного явления, а именно – принятия лексической единицы из другого языка с сохранением его основных дефиниционных параметров и фонетико-морфологической адаптацией [2, с. 100].

Одним из самых популярных языков, из которого заимствуются лексические единицы, является английский язык. В немецком языке существует большое количество английских заимствований, которые можно распределить по следующим категориям:

- фонетические и семантические заимствования (например, „Computer“ – „computer“, „downloaden“ – „download“). Это заимствования схожи фонетически и семантически в английском и немецком языках. Иногда могут быть небольшие различия, но слова в этой категории в двух языках практически не отличаются друг от друга как по значению, так и по произношению.

- фонетические заимствования (например, „Handy“ (мобильный телефон) – „handy“ (удобный, (имеющийся) под рукой) или „Smoking“ (смокинг) – „smoking“ (курение). Данная категория заимствований включает слова, которые только фонетически похожи.

- семантические заимствования, или кальки (например, „Sinn machen“ – „to make sense“ – *иметь смысл* или „Seifenoper“ – „soap opera“ – *мыльная опера*). К данной категории относятся слова или словосочетания, которые семантически совпадают с английскими, но отличаются фонетически. Другими словами, это кальки, или дословный перевод идиоматических выражений.

Все эти заимствования естественным образом проникают в немецкий язык и претерпевают фонологические и морфосинтаксические изменения.

Таким образом, в немецком языке встречается немало английских заимствований, многие из которых имеют очень похожее произношение и значение, как и в английском. Другие фонологически похожи, но сильно отличаются по значению, в то время как третьи не имеют фонологического сходства, но имеют общие значения. Также важно помнить, что вторичные или морфологические значения заимствованного слова часто не переходят в другой язык.

Влияние английского языка особенно заметно в сфере экономики, что наглядно демонстрирует большое количество примеров английских заимствований, нашедших свое место в немецкой экономической терминологии: das Asset (актив, имущество), der Cent (цент), der Export (экспорт, экспортные товары), der Import (импорт, импортные товары), das Leasing (лизинг), das Management (менеджмент), das Marketing (маркетинг), der Partner (партнер), der Scheck (банковский чек, денежное поручение) [3].

Небольшое количество экономических терминов, используемых в немецком языке, представляют собой прямые заимствования из английского языка, часто в форме существительных, состоящих из двух компонентов: der Cashflow (денежный поток), das Crowdfunding (краудфандинг), die Covernote (ковернот), das Benchmarking (бенчмаркинг), der Businessplan (бизнес-план).

Помимо английских заимствований, в немецкой экономической терминологии широко представлена лексика из других языков:

- итальянские заимствования: das Giro (безналичный расчет), das Konto (счет), die Kasse (касса, наличные деньги), die Bilanz (баланс, сводный отчет), die Bank (банк);

- французские заимствования: die Emission (эмиссия), die Bonität (кредитоспособность), die Ökonomie (экономика, экономия), die Deflation (дефляция), die Rentabilität (рентабельность);

- латино-французские заимствования: die Marge (маржа, гарантийный взнос), die Reserve (резерв), die Arbitrage (арбитраж), die Akzise (акциз), die Aktie (акция).

Заключение. Проведенный анализ подтверждает, что заимствования играют важную роль в формировании немецкой экономической терминологии, среди которых доминируют англоамериканизмы, а также представлены заимствованные лексические единицы из итальянского и французского языков. Фонетическая, грамматическая и семантическая адаптация заимствованных единиц способствует их естественному встраиванию в систему немецкого языка.

1 Рассказова, Е. А. Заимствования в немецком языке / Е. А. Рассказова // Международный журнал «Цифровая наука». – 2022. – №6. – С. 13–20.

2 Зарипова, А. Н. Немецкая, русская и татарская терминология : моногр. / А. Н. Зарипова. – Казань : Яз, 2012. – 140 с.

3 Ключко, И. К. Заимствование как способ пополнения лексического состава языков / И. К. Ключко. – Текст : электронный // Репозиторий ВГУ имени П. М. Машерова. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/26300> (дата обращения: 22.02.2026). – Электрон. версия ст. из: Беларуска-руск-польскае супастаўляльнае мовазнаўства, літаратуразнаўства, культуралогія : зборнік навуковых артыкулаў. Віцебск : ВДУ імя П. М. Машэрава, 2013. – С. 32–34.

РЕЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА В ТИКТОК-АККАУНТАХ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ

Якимович К.О.,

студент 2 курса ГрГУ имени Янки Купалы, г. Гродно, Республика Беларусь

Научный руководитель – Пивоварчик Т.А., канд. филол. наук, доцент

В условиях развития цифрового медиапространства к числу ключевых каналов коммуникации футбольных клубов с их целевыми аудиториями относятся каналы на различных цифровых медиаплатформах. Как отмечает Ю. В. Парамонова, «социальные сети стали действенным каналом коммуникации между спортивными клубами и их целевой и потенциальной аудиторией, удовлетворяя две основные потребности болельщиков: в получении максимального объёма информации о клубе и в обсуждении полученной информации» [1, с. 189]. По словам К. А. Онуприенко, «в связи с широким распространением и особой стилистикой подачи материала на коммуникационных платформах анализ их лексических, стилистических и лингвистических особенностей представляется вполне актуальным» [2, с. 283].

Цель исследования – проанализировать речевые особенности контента в tiktok-аккаунтах футбольных клубов.

Актуальность исследования обусловлена тем, что TikTok является одной из самых динамично развивающихся социальных сетей, и важно понимать, что в такой социальной сети нужно уметь привлекать внимание аудитории не только через видео и звук как ключевые семиотические ресурсы TikTokа, но и путем вербального оформления постов, в том числе потому, что не всегда пользователи могут расслышать, о чем говорится в видео, или понять, что в нем показывается.

Материал и методы. В качестве материала изучения выбраны тексты постов и комментариев к ним в tiktok-аккаунте белорусского профессионального футбольного клуба «БАТЭ» из г. Борисова. Основные методы исследования – лексико-семантический и функционально-стилистический.