

УДК 811.112.2'373.45

АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В НІМЕЦЬКОМОВНИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Слаба О.В., к. філол. н., доцент,
доцент кафедри іноземних мов
Київський національний лінгвістичний університет

Стаття присвячена дослідженню англо-американських запозичень в економічній терміносистемі німецької мови на прикладах німецькомовних видань. Увагу зосереджено на структурній класифікації англіцизмів. Також досліджено поняття «фахова мова» і «термінологія».

Ключові слова: англо-американське запозичення, економічна терміносистема німецької мови, фахова мова, термінологія.

Статья посвящена исследованию англо-американских заимствований в экономической термино-системе немецкого языка на примерах немецкоязычных изданий. Внимание сосредоточено на струк-турной классификации англицизмов. Также проанализированы понятия «профессиональный язык» и «терминология».

Ключевые слова: англо-американское заимствование, экономическая терминосистема немецкого языка, профессиональный язык, терминология.

Slaba O.V. ANGLO-AMERICAN BORROWINGS IN THE GERMAN PUBLICISTIC TEXTS

The article deals with the research of Anglo-American borrowings in the German economic terminology on the basis of German publications. The concepts of „language for professional purposes” and „terminology“ have been analyzed while investigating the scientific works of many scholars. It has been established that these two concepts are closely interacted and are part of modern languages. It is pointed out that their base is a commonly used vocabulary; they act as means of professional communication of specialists and information transfer; they have a connection with a certain area of professional activity. The terms are the basic elements of the language for professional purposes. It has been stated that the process of lexical borrowing is due both to external and internal reasons. Most Anglo-American borrowings in economic vocabulary are neologisms and mainly concern the spheres of money and banking, management, computer technology and the media. The reason for this is the leading position of the USA in the above-mentioned industries. This is also due to the gradual globalization and the internationalization of the economy, where English plays an important role. The article focuses on the structural classification of Anglicisms. It has been established that English borrowings play a crucial role not only in modern German but also in other languages of the world, since they form the majority of modern neologisms. Eight groups of Anglicisms, consisting of nouns, have been selected in the modern German press. Prospects for further research are in the study of the most productive ways of adapting Anglo-American borrowings in the German economic terminology system.

Key words: Anglo-American borrowing, German economic terminology system, language for professional purposes, terminology.

Постановка проблеми. Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. більшу частину запозичень, які вільно використовуються в газетах, журналах та інших засобах масової інформації, становлять англо-американські запозичення (англіцизми), що характерно не тільки для німецької мови. Проблема лексичних запозичень є однією з основних у мовознавстві, адже запозичення іншомовних слів – це один із шляхів поповнення будь-якої мови, тому будь-яке дослідження щодо вивчення процесу запозичення й функціонування іншомовних слів у мові-реципієнті залишається актуальним.

Мета статті – дослідити системні зв'язки англо-американських запозичень у німецькій економічній терміносистемі.

Матеріалом дослідження слугували німецькомовні публіцистичні статті з електронних ресурсів таких видань: „Spiegel online”, „Welt”. Багато іншомовних запозичень у німецькомовних виданнях економіч-

ної тематики англо-американського походження.

Аналіз останніх досліджень. Проблемі запозичень у різних терміносистемах присвячено дослідження В. Акуленка, Л. Архипенко [1], С. Вовчанської [2], Н. Дундія [3], В. Котвицької [4], Д. Лотте [5] та ін. Змінам у системі сучасної німецької мови під впливом запозичень чимало уваги приділяють і сучасні німецькі мовознавці: К. Гетцелер, Р. Глан [6], Р. Келлер, Х.-Г. Шмітц, А. Шенфельд.

Значний внесок у дослідження теоретичних та практичних засад фахових мов зробили Л. Хоффман [7], Т. Рьолке, Т. Шіппан [8], В. Шмідт.

Сьогодні немає єдиної дефініції поняття «фахова мова». Одне з найвідоміших і точних визначень, на нашу думку, належить Л. Гоффману: «Фахова мова – це сукупність усіх мовних засобів, які використовують у професійно обмеженій комунікативній сфе-



рі для взаєморозуміння комунікантів, які працюють у цій галузі (і популяризації фахової лексики та контактів з неспеціалістами)» [7, с. 53]. На думку Т. Кияка, «до цієї дефініції варто додати ще й той факт, що функціонування фахової мови забезпечується винятково чітко встановленою термінологією» [9].

Усі наведені вище спроби визначення терміна «фахова мова» зводяться до того, що основною функцією фахової мови як субваріанта літературної або загальноживаної мови є забезпечення взаєморозуміння, інформаційного та когнітивного обміну знаннями у визначеній професійній сфері чи дискурсі. Функціонування фахової мови забезпечує чітка термінологічна система, до якої можуть входити вузькогалузеві лексеми, міжгалузеві наукові терміни, інтернаціоналізми, професіоналізми, запозичення, номенклатурні назви і загальноживані слова, що за межами цієї фахової сфери є маловживаними чи вживаються з іншим значенням [10].

Поняття «термінологія» часто вживається як синонім до терміна «фахова мова». Проте І. Барнич зауважує, що лінгвісти розрізняють ці два терміни [11]. «Термінологія» і «фахова мова» перебувають у тісній взаємодії та є складниками сучасних мов; їхньої базою є загальноживана лексика; вони є засобом професійного спілкування фахівців і передачі інформації; ядром є терміни; пов'язані з певною сферою професійної діяльності [11, с. 19].

Виклад основного матеріалу. Сьогодні економічна термінологія вийшла за межі тільки економічної науки й уживається у сфері публіцистики, радіо, телебачення, реклами, щоденного побутового спілкування.

Процес лексичного запозичення зумовлений як зовнішніми, так і внутрішніми причинами. Зовнішні чинники виникають як наслідок більш-менш тісних політичних, економічних, культурних зв'язків між народами. Інтенсифікація закордонних контактів створює сприятливий ґрунт для іншомовних запозичень.

У 90 рр. ХХ ст. у Німеччині відбулося багато соціальних та політичних змін, які сильно вплинули на розвиток німецької лексики. З'явилися багато нових слів, неологізмів, які належать до таких сфер вживання, як нові технології, політика, бізнес, зв'язки із громадськістю тощо. Це впливає не тільки на лексичний склад німецької мови, а й на інші мови, тому що це загальний процес.

У німецькій лексиці з'явилися передусім нові назви, які були створені за таких обставин:

1. Політичні зміни в Німеччині (Ostalgie, Ossi).

2. Запозичення з інших мов (outdoor, Notebook)

3. Обчислення (у нім. Maus після англ. mouse для комп'ютерних аксесуарів).

4. Словотворення (mailen від mail).

Найчастіше ці неологізми використовуються в галузях економіки, комп'ютерних технологій, спорту тощо:

1) економіка: *s Onlinebanking, s Onlineshopping, r Online, r, s E-Commerce, s E-Cash, s Management-Buy-out, r Shareholder, r Shareholdervalue, e Gegenfinanzierung, e Cash-and-carry-Clause, e Einkaufsmall;*

2) комп'ютерні технології (у поєднанні з новими засобами зв'язку): *Simsen, s E-learning, r Superhighway, e IT (IT-Inverstition, IT-Infrastruktur, IT-Branchen-Magazin), r Chat (chatten, r Chatroom, s Chatforum), e Suchmaschine, e DVD, surfen, online, offline, e E-mail, s Notebook ;*

3) спорт і розваги: *s Rafting, s Inlineskating (inlinen, r Inliner, r Inline), s Multiplex, e Spaßkultur, s Get-together, e Lateshow, s Blinddate, chillen, e Girlpower.*

Внутрішні мовні причини запозичень пояснюються тенденцією до полісемії споконвічного слова або, навпаки, економією мовних засобів, потребою розмежування значенневих відтінків, необхідністю зауважувати поняття, тенденцією до нероздільного цілісного поняття, соціально-психологічними чинниками, наприклад, мовною модою, престижністю.

Кожна мова формує упорядковану систему, яка постійно рухається, особливо її лексичний рівень. Розвиток словника – це динамічний процес, на який впливає соціально-економічна ситуація.

Іншомовні лексичні одиниці, більшість з яких – англо-американські запозичення, коли входять у систему німецької мови, адаптуються до парадигми відмінювання дієслів або іменників / прикметників і набувають відповідних закінчень (*du recyclest, des Piercings, downgeloadet, die Handys, der boomende Immobilienmarkt*).

Більшість англоамериканізмів в економічній лексиці є неологізмами і в основному стосуються сфери грошей та банківської справи, управління, комп'ютерних технологій та засобів масової інформації. Причиною цього є провідна позиція Сполучених Штатів Америки в згаданих вище галузях. Це також пов'язано з поступовою глобалізацією й інтернаціоналізацією економіки, де англійська мова відіграє важливу роль.

Багато англо-американських запозичень у професійних назвах. Часто в оголошеннях можна прочитати, що шукають *Key As-*

count Manager, Human Resource Manager, Broker або *Cutter*.

Використання англіцизмів (та іншомовних слів взагалі) залежить від ситуації та мовця, є більш-менш відповідні можливості висловлювань – або натуральні, або закордонні, сучасні або старомодні, нові або старі. Отже, це може бути непродуктивним, якщо лікар застосовує терміни на латині й англійські назви сучасної лікарняної техніки в спілкуванні зі своїм пацієнтом або, з іншого боку, вдається до аматорських описів у спілкуванні зі своїм колегою.

Поява такої лексики передусім позначилася на мові преси, де англіцизми вживалися як заміники – синоніми для аналогічних німецьких лексем, але також і як первинні назви для наукових та технічних нововведень, різного роду методів, продуктів виробництва тощо. Лінгвісти зазначають [12, с. 128], що висока динаміка, якою характеризувався розвиток подій у цей період, сприяла швидкому проникненню таких лексичних інновацій у майже всі без винятку сфери комунікації.

Зібраний нами мовний матеріал відбивався з публіцистичних текстів економічної тематики і дозволив визначити такі групи:

1. Англіцизми, що складаються з англomовного слова:

<...> *sodass der User am Ende gar nicht mehr merkt, ob* <...>

User engl. – користувач; той, хто працює з комп'ютером, застосовує комп'ютерні програми;

<...> *könnte eine neue übers Internet downloaden* <...>

Internet engl. – скорочення для «міжнародна мережа» (всесвітня комп'ютерна мережа для передачі або обміну оцифрованої інформації, в якій пропонуються різні послуги);

<...> *wenn Manager auftreten* <...>

Manager engl.-amerik. – керуючий; той, хто управляє промисловим, торговим, фінансовим і т. ін. підприємством.

2. Англійські сполучення:

Das trend-Service für Globetrotter und Urlaubshungrige <...>

Globetrotter engl. – людина, яка багато подорожує світом;

<...> *als süßes Hideaway aufzustellen* <...>

Hideaway engl. – місце, яке використовується для приховування від інших людей;

<...> *für andere Mailboxen* <...>

Mailbox engl. – «поштова скринька» (файл для зберігання й обміну повідомленнями);

<...> *drei preisgünstigsten Airlines* <...>

Airline engl. – авіалінія, авіакомпанія.

3. Англіцизми, що складаються із двох окремих англійських слів:

<...> *mit einem Joint Venture mit dem französischen Baron* <...>

Joint Venture engl. – «спільне підприємство»; тимчасове або постійне злиття компаній для спільного виконання проектів, які не можуть бути реалізовані або фінансуються лише одним підприємством;

<...> *ein paar Mal in der Woche „Dinner Cancelling“ zu betreiben* <...>

Dinner engl. – 1) офіційна вечеря на честь людини або події; 2) основний прийом їжі;

Cancelling engl. – від engl. *cancel* – «відмовити».

4. Англіцизми, що складаються із двох англійських слів із дефісом:

<...> *die betreibereigenen Mail-Accounts* <...>

Mail engl. – «пошта», «кореспонденція»;

Account engl. – «обліковий запис» (користувацький доступ до системи даних, наприклад, до Інтернету).

5. Англіцизми, що складаються із трьох англійських слів:

<...> *ich wählte auf dem PC die Canon-Utility-Software* <...>

PC engl. – скорочення для персонального комп'ютера;

Canon – власна назва;

Utility engl. – «утиліта», комп'ютерна програма для виконання допоміжних функцій та обслуговування;

Software engl. – «програмне забезпечення» (сукупність програм системи оброблення інформації і програмних документів, необхідних для експлуатації цих програм).

6. Вирази, що складаються з одного або декількох англійських слів та іншого, неанглійського слова:

Außer dem Wort ist ja nichts Neues am Anti-Aging <...>

Anti – від gr. *anti*- («протилежне»),

Aging engl. – «старіння»,

<...> *mit dem neuen Firmenlogo* <...>

Firma – від *it. Firma* – «обов'язковий підпис підприємця під контрактом» (комерційне підприємство),

Logo engl. – скорочення для *logotype* («логотип», «марка фірми»).

7. Вирази, що складаються з одного або декількох англійських слів та німецького слова:

<...> *mittels klassischer Tuningmaßnahmen* <...>

Tuning engl. – усі заходи для подальшого підвищення руху автомобілів, зокрема потужність двигуна;

<...> *jener Webseite, die* <...>

Webseite – частина веб-сайту («сукупність сторінок за адресою в Інтернеті»);

<...> *im Ausnützen schmaler Zeitbudgets* <...>

Budget – під впливом fr. *Budget*, з англ. – «бюджет» («кошторис державних доходів та витрат»).

8. Вирази, що містять англійські скорочення:

<...> *auf Apples integrierter DVD-Brenner*
<...>

Apple – назва комп'ютерної програми,
DVD engl. – скорочення для *Digital Video Disc* («цифровий відеодиск»);

<...> *Anbindung von PDAs* <...>

PDA engl. – скорочення для *Personal Digital Assistant*.

Висновки. Отже, можна сказати, що запозичення з англійської мови відіграють дуже важливу роль не тільки в сучасній німецькій мові, але й в інших мовах світу, оскільки вони утворюють більшість сучасних неологізмів. Ми поділили їх на вісім груп, що складаються з іменників. Це характерна особливість журналістської мови, яка має тенденцію до номінального стилю.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архипенко Л. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця XX – початку XXI ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук. Харків, 2005. 23 с.

2. Вовчанська С. Морфолого-синтаксичний аналіз функціонування фахової мови маркетингу (на прикладі німецьких популярних газет – рубрика “die Wirtschaft”) . Філологічні трактати. 2013. Т. 5. № 4. С. 11–16.

3. Дундій Н. Запозичення та запозичування англо-американізмів у німецькомовному дискурсі (на прикладі фінансової та банківської термінології) . Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. 2013. Вип. 24. С. 122–130.

4. Котвицька В. Адаптація англіцизмів у сучасній німецькій мові. Одеський лінгвістичний вісник. 2013. Вип. 1. С. 62–67.

5. Лотте Д. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. М.: Наука, 1982. 149 с.

6. Glahn R. Der Einfluss des Englischen auf gesprochene deutsche Gegenwartssprache. Eine Analyse öffentlich gesprochenen Sprache am Beispiel von “Fernsehdeutsch”. 2. Auflage. Frankfurt am Main, 2002. 215 S.

7. Hoffmann L. Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung. 3. Auflage. Berlin: Akademie-Verlag, 1985. 307 S.

8. Schippan T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. 2 durchges. Aufl. Tübingen: Niemeyer, 1992. 307 S.

9. Д'яков А., Кияк Т., Куделько З. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. К.: Academia, 2000. 217 с.

10. Падалка Р., Ратушна О. Використання англіцизмів у німецькій мові (на матеріалі німецьких молодіжних журналів). Духовність особистості: методологія, теорія і практика. 2016. Вип. 4. С. 129–137.

11. Барнич І. Поняття «фахова мова» і «термінологія» у німецькій і українській мовах. Львівський філологічний часопис. 2018. № 3. С. 16–19.

12. Капуш А. Структурно-семантичні особливості та функціонування актуальних лексичних інновацій в німецькій мові. Острозька академія. Серія «Філологічна». 2014. Вип. 43. С. 128–130.

13. Die Welt. URL: <http://www.welt.de/>.

14. Spiegel online. URL: <http://www.spiegel.de/>.