УДК 803.0

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА АДАПТАЦІЯ АНГЛІЦИЗМІВ І АНГЛО-АМЕРИКАНІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОСИСТЕМИ)

Лісогуб Л.І., ст. викладач

Краматорський економіко-гуманітарний інститут

Активізація процесу запозичення і широке вживання англійської лексики в німецькій мові у сфері економіки пов'язано з високим розвитком американського бізнесу, проникненням нових привабливих, модних, корисних або важливих речей, уявлень, понять. Особливу роль при запозиченні відіграє принцип мовної економії. Запозичене слово виявляється коротшим, змістовнішим, виразнішим, ніж відповідне багатоскладове, а іноді багатокореневе німецьке слово.

Значення термінології постійно зростає у зв`язку з розвитком науки. Термін є одним із компонентів соціальної пам`яті, важливим чинником фахового спілкування. Термінологічні проблеми виходять за межі однієї нації і набувають інтернаціонального значення, стають проблемами історії цивілізації людства, взаємостосунків між народами. Сказане справедливе і для економічного терміна. В останнє десятиліття двадцятого століття багато зроблено для становлення та розвитку термінознавства та термінографії.

У даній статті здійснюється підхід до терміна як до складової частини загальнонародної мови з обмежувальною специфікою.

Запозичені англійські й англо-американські терміни у системі німецької мови отримують нове оформлення, зазнають адаптації, що являє собою комплексний процес, який охоплює всі сторони існування і розвитку слів у мові. Освоєння іншомовних слів мовою розглядається лінгвістами як максимальне наближення їхньої фонетичної, графічної, морфологічної і лексико-семантичної характеристики до відповідних норм мови, що запозичує.

Семантичні властивості запозичених термінів виявляються при розгляді лексико-семантичної адаптації, під якою розуміється семантичний розвиток запозичень у період входження і подальшого функціонування в мові, взаємодії зі словами мови-рецептора, словотворчої активності, взаємозв'язку із загальновживаною лексикою.

Основним виглядом смислових перетворень на першому етапі лексико-семантичної адаптації запозичених термінів є звуження семантичного об'єму. Воно пов'язане зі звуженням сфери вживання даних термінів, що зумовлено наявністю факту вибірковості лексико-семантичного варіанта, що запозичується, який розглядається в лінгвістиці як одна із закономірностей, характерних для процесу запозичення[7, 69].

На першому етапі відбувається проникнення запозичень у мову, воно використовується тільки для позначень реалій, частіше за все це терміни, які на цьому етапі асиміляції мають тільки одне значення, наприклад: *das Clearing, das Deficit-spending, das Forfeit, das Marketing-mix, das Marketing-Research.*

На другому етапі асиміляції відбувається розширення сфери вживання слова згідно німецької дійсності, запозичення розширює своє значення. Це період подальшого функціонування запозичених термінів у термінологічній системі мови-рецептора, їхній мовний семантичний розвиток у нових умовах. На цьому етапі адаптації можлива реалізація здатності вузькоспеціалізованих термінів до набуття нових значень. Наприклад, англіцизм *bargaining* у німецькій мові *das Bargaining* має такі значення:

1) das Verhandeln (Wirtsch.);

2) [Vertrags]abschluß (Wirtsch.) [2, 106].

Запозичення стає невід'ємною частиною лексико-семантичної системи мови-рецептора, починає розвиватися на грунті мови, що запозичує згідно з існуючими у ній законами. Воно взаємодіє з лексичними одиницями мови, встановлюючи з ними семантичні зв'язки.

Більшість запозичених термінів однозначна в межах однієї термінологічної підсистеми:

die Consistency -, …cies: Widerspruchsfreiheit, Stimmigkeit der Angaben von Befragten (in der Markt- u. Meinungsforschung);

das Desk-Research -[s], -s: Auswertung statistischen Materials zum Zweck der Markt- und Meinungsforschung;

das Direct costing -, -[s]: Sammelbez. für verschiedene Verfahren der Teilkostenrechnung (Wirtsch.);

die Merchant bankers -; engl. Banken, die bes. den Außenhandel durch Wechselgeschäfte u. durch das Ausgeben von Anleihen (Anleihenbegebung) finanzieren.

das Merchandising, -s: Gesamtheit der verkaufsfördernden Maßnahmen der Herstellers einer Ware [1, 1008].

Результатом семантичного розвитку запозичених термінів при їхньому функціонуванні в мові-рецепторі є полісемія. Певну частину запозичених термінів складають багатозначні термінологічні одиниці:

das Claim -[s], -s:

1) Anrecht, Rechtsanspruch, Patentanspruch (Rechtsw);
2) Anteil (z.B. an einem Goldgräberunternehmen) (Wirtsch.);
3) Behauptung, die von der Werbung aufgestellt wird].

der Poll -s, -s:

1) Meinungsumfrage, - befragung;
2) Wahl, Abstimmung;
3) Liste der Wähler od. Befragten [2, 609].

Між споконвічними словами і запозиченими можуть виникати і синонімічні зв'язки, у силу чого серед термінів з'являються синонімічні пари:

der Goodwill - der Firmenwert,

das Handling - die Handhabung;

das Marketing-Research - die Absatzforschung;

das Research - die Marktforschung;

der Spot - der Werbekurzfilm, der Werbetext;

die Superrevision - die Nach-, Überprüfung;

das Surplus - der Gewinn;

die Surtax - die Steuer.

Синонімія споконвічно німецьких та англійських термінів підтримується не тільки перетином одного із значень запозичення зі значенням споконвічного слова, але також високою словотворчою продуктивністю запозиченого слова-терміна, що ввійшов у нову мовну систему.

Запозичений термін володіє рядом поєднувальних можливостей (потенцій). Відбувається підкорення запозичення нормам мови, що приймає, розвиваються комбінаторні явища.

У складних словах запозичення виступає в ролі основного або визначального слова. Один з компонентів новоутворень являє собою вже відому лексичну одиницю, що самостійно вживається в галузі банківської, біржової справи, маркетингу, менеджменту, реклами, ділової комунікації, оподаткування, фінансування.

Характерною особливістю новоутворень є те, що вони виступають не в абсолютно новому значенні, а в тому ж, яке має основне слово, але тільки з іншою конкретизацією.

Особливий інтерес становлять новоутворення зі словом *das Leasing:*

engl. leasing, dt. das Leasing, укр. лізинг - довгострокова оренда обладнання, машин, споруд виробничого призначення [6, 164].

Ця лексична одиниця не втрачає свого значення в новоутвореннях, словосполученнях, абревіатурах:

der Leasing-Antrag - лізингова оферта (пропозиція);

die Leasing-Branche - лізингова галузь;

der Leasinggeber - лізингодавець;

die Leasing-Gesellschaft - лізингова компанія;

das Leasing-Modell - лізингова модель;

der Leasingnehmer - лізингоодержувач;

das Leasing-Unternehmen - лізингова компанія;

die Leasing-Variante - лізинговий варіант;

der Leasing-Vertrag - лізинговий договір;

das Rückleasing - зворотний лізинг;

das Finanzleasing - фінансовий лізинг;

das Kompensationsleasing - компенсанційний лізинг.

Різновидом цього типу асиміляції є включення запозичень до складу різних стійких одиниць, наприклад:

Leasing anwenden - застосовувати лізинг,

die neue Leasing-Variante anbieten - пропонувати новий варіант лізингу.

На прикладі наступних речень, вибраних з текстів різних функціональних стилів, можна продемонструвати лексико-семантичні зв'язки запозиченого терміна *das Leasing:*
Obwohl der Leasing-Vertrag über zwanzig Jahre abgeschlossen wird, kann die Produktionskapazität je nach Bedarf jederzeit verringert oder bis zur Vertragsauflösung abgebaut werden.

Die etwa 120 deutschen *Leasing*-Unternehmen haben ein Neugeschäft von 1, 4 Mrd. DM auf die Beine gestellt.

An der Spitze der *Leasing*-Kundschaft steht das verarbeitende Gewerbe mit 38%, gefolgt vom Handel mit 22%.

Der Bundesverband deutscher *Leasing*-Gesellschaften hat ermittelt, dass sich die Investitionen der *Leasing*-Unternehmen in letzten Jahrzehnt verfünffacht haben, während die der Gesamtwirtschaft nur verdoppelt werden konnten.

Bemerkenswert ist auch, dass die *Leasing*-Branche von konjunkturellen Schwankungen bisher kaum berührt worden ist.

Der *Leasinggeber* (Hersteller, Lieferant bzw. spezielle Finanzierungsinstitution) überläßt dem Leasingnehmer Anwender das Objekt für eine vereinbarte Grundmietzeit zur Nützung [5, 88-90].

Die auch international zu den Spitzenvertretern der Branche zahlende Mainzer DAL (Deutsche Anlagen Leasing GmbH) will nicht zuletzt durch das neue Leasing-Modell auf Expansionskurs bleiben, durch das sogenannte Produktionskapazitäten Leasing (PK), das Unternehmen jetzt anbietet.

An den geleasten Maschinen angebrachte Meßanlagen übewachen deren Leistungen und übermitteln die Daten an den DAL-Zentralcomputer [5, c. 83].

Приклад з рекламного тексту:

EBV-Leasing

Das Auto-Leasing mit höherer Leistung

Ab sofort gibt es jedes Auto mit EBV:

Das innovative *Leasing* mit individueller Versicherung, markenunabhängiger Beratung und günstiger Finanzierung plus Mehrleistungs-Paket, das nicht mehr kostet. [3, 107]

Першим компонентом нових слів або термінологічних словосполучень часто виступає іменник engl. *investment*, dt. *der Investment*:

der Investmenttrust, das Investmenthaus, das Investmentpapier, das Investmentgeschäft, das Investmentgruppe, das Investmentgesellschaft, der Investmentprozeß, das Investmentzertifikat.

Наприклад: Alle Eckdaten zu ca 200 *Investmentgesellschaften* und den über 2000 in Deutschland zum Vertrieb zugelassenen *Investmentfonds*.

Das US-*Investmenthaus* Lehman Brothers hat die Aktie des Thyssen-Konzerns (WKN748500) mit “Outperform" bewertet.

Як основне слово виступає іменник engl. manager, dt. der Manager у новоутвореннях:

der *Austria-Tabak-Manager,* der Brand-Manager, der SCU-Manager, der Fonds-Manager, der Milch-Manager, der Port-foliomanager, der Produktmanager, der Roadmanager, der Österreich-Manager, der Sales-Manager, der Senior-Manager, der Topmanager, der Risiko-Manager, der Pazifik-Fondmanager, der Volksbegehrens-Manager, der Volvo-Manager.

Слово *manager* є основним у словах, які мають два визначальних компоненти: *der Austria-Tabak-Manager, der Pazifik-Fondmanager, der Volksbegehrens-Manager.*

Christian Heger, *Österreich-Manager* vom US-Erzeuger Motorola: “Klein, leicht und doch mit allen technischen Möglichkeiten ausgestattet, das ist das Handy der Zukunft". [3, c. 128]

Die *Austria-Tabak-Manager* hoffen, Ende des Jahres den Vorjahres-Rekordgewinn von 1, 8 Mrd. noch übertreffen zu können. [3, c.77]

Jörg Haider konnte dann auf den Klestil-Zug aufspringen, weil er - außer sich selbst - keinen überzeugenden FP-Kandidaten aufzuweisen hat. Oder er sieht die Kosten des Euro-Volksbegerens auch als Investition in eine neue Spitzenfrau an: Denn *Volksbegehrens-Managerin* Susanne Riess-Passer konnte den Schwung daraus für eine Präsidentschaftskandidaten mitnehmen. [3, c.17]

Широко представлені складні іменники, які мають як основний або визначальний компонент запозичення engl.: *marketing,* dt.: *das Marketing:*

das Konvertionsmarketing, das Makromarketing, das Massenmarketing, der Marketingdienst, das Marketinginformationsteam, die Marketingkommunikation, die Marketingmöglichkeit, das Marketingprogramm, die Marketingversion, die Marketingstrategie, die Marketingforschung, das Marketingmilieu, die Marketingumwelt, der Marketingkomplex, der Marketingorganisation, das Marketingprinzip, das Probemarketing, das Testmarketing, die Marketingprognosierung, das Remarketing, die Marketingtaktik, die Marketingleitung, das Marketingforschungsystem, das Zielmarketing, das Preismarketing та інші.

Запозичення знаходяться відносно до споконвічного слова в препозиції або постпозиції. Необхідно відзначити високий словотворчий потенціал запозичень у мові і наявність великої кількості складних слів.

Виділяються основні моделі, в яких запозичення виступає в ролі основного або визначального слова:

аа[1] - Investmenttrust, Topmanager;

на - Finanzleasing, Zielmarketing;

ан - Leasing-Antrag, Imageschaden, Investmentgeschäft;

ааа - Internet-Service-Provider;

нна - Volksbegehrens-Manager, Austria-Tabak-Manager;

ана - Marketinginformationsteam,

наа - Bau-Holding-Konzern;

анн - Internet-Buchhändler, Internet-Buchhandlung.

Соціальна комунікативна потреба може обумовити перехід цих або інших лексичних одиниць у загальновживану лексику.

У сучасній німецькій мові спостерігаються процеси детермінологізації. Детерминологізацію терміна *das Know-how* можна продемонструвати на таких прикладах:

Typisch für ein Joint-Venture ist, dass die Partnerunternehmen sich mit ihrem Know-how ergänzen, d.h. dass jedes der beteiligten Unternehmen über Fähigkeit oder Kenntnisse verfügt, bei (einem) dem anderen nicht vorliegen; das können z. B. Kapital, Patente, Produktionsanlagen, Kontakte u. a. sein [4, 143].

So vereinigen sich in unserem Unternehmen umfassendes Know-how in den Bereichen Schienenverkehr und Luft- und Raumfahrt sowie ein vielfaltiges Angebot an anspruchsvollen Dienstleistungen. [4, 290].

---

[1] аа = 2 компоненти-англіцизми;

на = 1 компонент німецький (це може бути раніш запозичене слово з іншої мови) та один компонент-англіцизм;

ан = 1 компонент-англіцизм и 1 німецький компонент.

Спостерігається процес ретермінологізації - перехід термінів з однієї термінологічної системи в іншу і подальша їхня участь одночасно в декількох терміносистемах.

Як приклад можна розглянути термін *der Transfer*:

1. Zahlung ins Ausland in fremder Währung оплата, сплачування, платіж за кордон в іноземній валюті (банківська справа);

2. Übertragung - перенесення, передача (псих., пед.);

3. Überführung, Weitertransport - перевіз, перевезення (транспорт);

4. Wechsel eines Berufspielers (Sport) - зміна, заміна професійного гравця (спорт.);

5. (Sprachw.) positiver Einfluß der Muttersprache auf eine Fremdsprache (лінгв.) позитивний вплив рідної мови на іноземну мову.

Адаптація запозичених англійських і англо-американських термінів на різних рівнях представляє освоєння запозичених термінів у вигляді зростаючої лінії, від мінімального освоєння в графічному плані до максимального лексико-семантичного: *графічна – фонетична – морфологічна - лексико-семантична*.

ЛИТЕРАТУРА

1. Duden Deutsches Universalwörterbuch. 2., völlig neu bearbeitende und stark erweiterte Auflage. Mannheim; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1989. – 1816 S.
2. Duden Fremdwörterbuch. Band 2. Bibliographisches Institut Mannheim / Wien / Zürich. Dudenverlag, 1982
3. News, Nr. 37·11. September, 1997.
4. Ulrich Achilles. Marktplatz. Deutsche Sprache in der Wirtschaft. Büro für Verlagsmarketing, Köln, 1998. –295 S.
5. Артемюк Н.Д.. Пособие по экономическому переводу. Часть 2.- М., НВИ – ТЕЗАУРУС, 1999.- С. 88-90.
6. Лесюк О.І., Титова В.В., П'ятничко Б.П., Крамаренко С.К. Короткий словник з економіки та менеджменту.-К.: Спалах ЛТД, 1996.
7. Чернышова И.И. Лексические заимствования в лексико-семантической системе языка (на материале немецкого языка) // Лингвистика и методика в высшей школе. Вып. 5, МГПИИЯ имени М. Тореза. - М., 1970. – С.65-70.