

Вікторія УСТИНОВА

СЛОВОВІРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ-ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ СФЕРИ ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЇ

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія.

Випуск 1(35) 2016

УДК 811.112.2*373.611

Устїнова В. Словотвірні особливості інновацій-запозичень у сучасній німецькій мові сфери телебачення та телекомунікації; 10 стор.; бібліографічних джерел – 9; мова – українська.

Анотація. У статті визначено словотвірні особливості інновацій-запозичень у сучасній німецькій мові сфери телебачення та телекомунікації. Встановлено, що проаналізовані інновації-запозичення відбивають загальні тенденції інтелектуалізації та глобалізації, стандартизації та раціоналізації, які властиві лексичному рівню сучасної німецької мови. У німецькій мові сфери телебачення та телекомунікації переважають мотивовані лексичні одиниці, значення яких можна інтерпретувати на підґрунті значення їх словотвірних компонентів; більшість неологізмів утворена за композитними продуктивними моделями, а також набуває словотвірної активності. Інновації-запозичення цієї сфери утворюють відкриті групи, які постійно поповнюються новими лексичними одиницями.

Ключові слова: інновації, неологізми, запозичення, словотвірні моделі, композити, сучасна німецька мова сфери телебачення та телекомунікації.

Сучасний стан розвитку німецької мови характеризується активізацією поповнення лексичного складу новими словами, в тому числі й запозиченнями, передусім англо-американського походження, зумовленого глобалізаційними й інтеграційними процесами, які відбуваються у світі, радикальними змінами у суспільно-політичній, економічній, науково-технічній сферах життя носіїв мови кінця ХХ – початку ХХІ ст. Це підтверджується і даними граматики Duden: 83% неологізмів є словотвірними, 12% – неосемантичними (набуття словами нових значень), 5% – запозиченнями із інших мов [D 2005, с. 646–647]. За спостереженнями вчених, велика кількість неологізмів з'явилась у таких сферах, як-от: «Комп'ютер / Інтернет», «Політика», «Засоби масової комунікації», «Освіта», «Здоров'я», «Змінення демографічної ситуації», «Дозвілля / Розваги» [2, с. 77-78; 9, с. 152].

Отже, динамічні інноваційні процеси у німецькій мові останнього часу спричинили появу великої кількості неологізмів, тобто «слів, значень і сполучень, що є як нововведенням певного періоду, так і зовнішнім і внутрішнім запозиченням у ньому, а також слова і сполучення, які стали актуальними в указаний період» [1, с. 16]. У сучасній науковій літературі під терміном «неологізми», частіше за все, розуміються інновації, які відповідають нормі, зафіксовані словниками нових слів і характеризуються частотним уживанням у мовленні [6, с. 42].

Зрозуміло, що оновлення та розширення лексики німецької мови засобами власне німецького словотвору та шляхом запозичення не залишилося поза уваги науковців. У сучасній германістиці плідно розробляється проблема вивчення неологізмів в описовому і неографічному аспектах: класифікація й ідентифікація нових слів, шляхи і тенденції їх появи у мові, їх інтеграції, особливості лексикографічної обробки тощо (О. Домашнев, Г. Д'яконов, Л. Нефе-

дова, О. Розен, І. Савицький, Л. Шаліна, I. Barz, U. Fix, W. Fleischer, G. Lerchner, A. Neudeck, E. Teliembach та ін.). У роботах вітчизняних і зарубіжних германістів схарактеризовано основні способи утворення нових слів, розглянуто запозичення в аспекті неології та неографії, визначено роль іншомовних елементів у німецькому словотворі тощо (О. Гордишевська, П. Дундій, С. Мангушев, Н. Комлева, М. Степанова, М. Топурідзе-Сумбатова, В. Федорцова, В. Фляйшер, I. Barz, L. Derooy, W. Fleischer, G.-H. Gartner, A. Golodov, D. Herberg, M. Kinne, P. Müller, W. Teubert, D. Zimmer та ін.). Достатньо повно досліджено лексичні інновації у мові політики, міжнародного життя, економіки, моди, спорту, реклами, екології, інформаційних і комп'ютерних технологій (О. Карнаухов, О. Михеева, М. Озоліна, О. Розен, І. Сахно, С. Belica R. Raab-Fischer, W. Teubert та ін.). Однак відсутність спеціальних розвідок щодо неологізмів німецької мови сфери телебачення та телекомунікації, характеристики їх лексико-семантичних і словотвірних особливостей зумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета статті – визначити словотвірні особливості інновацій-запозичень у сучасній німецькій мові сфери телебачення та телекомунікації.

Серед неологізмів кінця ХХ – початку ХХІ ст. у сфері телебачення та телекомунікації поширені неологізми, запозичені з англійської мови (так звані англо-американізми), які наочно демонструють роль запозичень у процесі лексичного оновлення сучасної німецької мови загалом.

На думку І. Барц, у німецькій мові наявні два типи запозичень: слова, утворені виключно з іншомовних (запозичених) елементів; слова з комбінованою структурою, які складаються з іншомовних (запозичених) і автохтонних елементів: «Zum Gegenstand der Fremdwortbildung (auch: Lehnwortbildung)

werden zwei Gruppen von Wortbildungen gezählt. Die einen sind Bildungen aus ausschließlich fremdsprachlichen (entlehnten) Elementen wie Telekommunikation, telegen, rekonstruieren, bei den anderen haben sich fremde und native Elemente miteinander verbunden wie in Telefongespräch, Beratungstelefon, telegrafisch, hausieren, konsequenterweise» [D 2005, с. 690]. Тобто, поряд із запозиченими англо-американізмами у німецькій мові існують слова з англійськими елементами – гібридні новоутворення, в яких англійські компоненти вводять нове поняття (предмет, реалію), а німецькі компоненти полегшують їх засвоєння й інтеграцію в систему німецької мови. Указуючи на типовість цього процесу, Л. Нефедова слушно підкреслює: «В аспекті мовної свідомості новизна чужого іншомовного слова знімається частково, якщо носієві німецької мови відомі будь-які структурні аналоги відповідних позначень, зрозумілою є словотвірна форма, якщо можливі асоціації з уже відомими словами того самого або іншого етимологічного плану. Англіцизми легко утворюють з німецькими основами нові найменування – неологізми другого порядку за типом слів-гібридів» [5, с. 29]. Зауважимо також, що англо-американські запозичення у німецькій мові досить швидко асимілюються не тільки на лексичному рівні, але й на граматичному (отримують категоріальні ознаки певних частин мови, утворюють словоформи, слугують матеріалом для утворення нових слів) і фонетичному рівнях.

Проведений нами аналіз англо-американських запозичень, за даними сучасних німецьких словників, свідчить, що у сфері телебачення та телекомунікації найбільш поширеними є лексичні одиниці, створені в результаті словоскладання, що є найбільш продуктивною моделлю зовнішніх неологізмів-транспозитів.

Так, у мові сфери телебачення та телекомунікації домінують детермінативні композити, де обидва конституенти знаходяться в гіпотактичному та підрядному зв'язку [8, с. 60]; детермінат, як правило, є наголошеним і визначає більш детально детермінатив. Наприклад:

der Anchorman ('радіо, телебачення: ведучий програми' [NW, с. 10]; [D 2004, с. 160]; [OD, с. 26]) – композит, який складається з двох складових: *anchor* + *man* (Sb₁+Sb₂); має похідні: *Nachrichtenanchorman*, *ARD-Anchorman*;

die Anchorwoman ('радіо, телебачення: ведуча програми' [NW, с. 10]; [D 2004, с. 160]; [OD, с. 26]) – композит, який складається з двох складових: *anchor* + *woman* (Sb₁+Sb₂); основний компонент у композитах: *Nachrichtenanchorwoman*, *Tagesthemenanchorwoman* (чотирирохскладова бінарна структура), *Vox-Anchor-woman*;

der Blockbuster ('найбільш популярний продукт, особливо кінофільм' [D 2004, с. 237]; у деяких словниках ресструється так само, як і в англійській мові [OD, с. 83], ще одне значення – 'те, що добре продається на ринку' [DUW, с. 128]) – композит, який складається з двох складових: *block* + *buster*

(Sb₁+Sb₂); є означальним компонентом у композитах: *Blockbusterfilm*, *Blockbustermedikament*;

die Gameshow ('розважальна телевізійна гра' [NW, с. 126]; [D 2004, с. 401]) – композит, який складається з двох складових: *game* + *show* (Sb₁+Sb₂); основний компонент у композитах: *Femsehgameshow*, *Vorabendgameshow*, *RTZ-Gameshow*; означальний компонент у композитах: *Gameshowkandidat*, *Gameshowmoderator*. Підкреслимо, що в мові-джерелі цей композит є словосполученням і пишеться окремо: *game show*; у мові-реципієнті існує два варіанти написання: *Gameshow*, *Game-Show*;

die Primetime (американське телебачення: 'вечірній час, коли максимальна кількість телеглядачів дивиться телепередачі' [DUW, с. 1239]; [D 2004, с. 768]) – композит, який складається з двох складових: *prime* + *time* (Adj+Sb); у мові-джерелі пишеться окремо: *prime time*; у мові-реципієнті зафіксовано два варіанти написання: *Primetime*, *Prime Time*.

У сфері телебачення та телекомунікації поширені акронімно-композитні запозичення, в яких однією із складових є звуковий або літерний акронім у якості означального або основного компонента. Словотвірна структура таких найменувань являє собою комбінацію двох складових – «іменник + іменник (літерний акронім – англ. *television*)» (Sb₁+Sb₂):

das Internet-TV (Інтернет-телебачення – 'трансляція звукової та відеоінформації через Інтернет' [D 2004]; це значення також зафіксовано у мові-джерелі [W]); написання цього слова у мовах розрізняється: в англійській мові пишеться окремо – *internet TV*, у німецькій через дефіс – *Internet-TV*;

das Pay-TV ('платне кабельне телебачення' [DUW, с. 1190]; [D 2004, с. 732]); є означальним компонентом у композиті *Pay-TV-Bucher*; у мові-джерелі пишеться окремо – *pay TV*;

das Reality-TV ('телерозділ, який демонструє реальні події' [DUW, с. 1228]; [D 2004, с. 796]; [RC]); в англійській мові пишеться окремо – *Reality TV*.

Досить поширеними є композити, складені із скорочених основ, тобто телескопічні утворення, які виникли у результаті контамінації слів. Такі лексичні одиниці не мають повного аналогу, для розуміння їх умотивованості та словотвірної структури потрібно відтворити кожен із скорочених частин [7, с. 60]. О. І. Міхєєва, вважаючи такі новоутворення симплексами, слушно вказує: «з точки зору семантики дані лексичні одиниці є однозначними», вони зберігають «свою семантичну структуру і співвідношення із концептом у результаті транспозиції із мови-джерела до мови-реципієнта» [4, с. 107]. Телескопічна модель словотвору відбиває загальну тенденцію до універбалізації та раціоналізації мови. Прикладами телескопічних номінацій у сфері телебачення та телекомунікації є такі, як-от:

das Infotainment ('показ фактів, новин у телепрограмах за допомогою різноманітних розважальних спецефектів' [NW, с. 167]; [D 2004, с. 497]; [CIDE, с. 729]) – *information* + *entertainment*; є основ-

ним компонентом у композиті: *Femsehinfortainment*; означальним компонентом у композитах: *Infotainmentmagazin*, *Infotainmentsendung*, *Infotainmentshow*;

die Sitcom ('ситуативна комедія (серіал)' [D 2004, с. 896]) – *situation* + *comedy*; основний компонент у композитах: *Familiensitcom*, *Femsehsitcom*; означальний компонент у композитах: *Sitcomformat*, *Sitcomlacher*, *Sitcomserie*.

Серед нової лексики сфери телебачення та телекомунікації зустрічаються іменники, створені за нетиповою для німецької мови моделлю – від складних дієслів, точніше, вільних синтаксичних сполучень дієслів із прислівниками у постпозиції. Такі складні утворення означають дію, матеріальний результат, місце тощо; їх словотвірна структура – це комбінація двох складових – «іменник + прислівник» (Sb+Adv). Наприклад, за такою моделлю було утворено слово **das Call-in** ('теле- або радіопрोगрама, яка надає можливість глядачам і слухачам дзвонити у прямий ефір' [NW, с. 47]); означальний компонент у композиті: *Call-in-Sendung*. Зазначимо, що в англійській мові це слово пишеться через дефіс (*call-in*); у німецькій мові зафіксовано два варіанти: *Call-in*, *Callin*.

Властиві мові сфери телебачення та телекомунікації й лексичні одиниці, створені в результаті конверсії. Такі номінації знаходяться на межі слова і словосполучення, зберігаючи форму останніх [3, с. 241], елементами, які поєднують їх складові, є займенники та сполучники. Наприклад:

das Pay-per-View ('кабельне телебачення, оплата здійснюється за перегляд певної передачі' [NW, с. 253]; [D 2004, с. 732]; [CIED, с. 1038]) – композит, який складається з двох складових: *pay* + *view* + єднальний елемент *-per-* (V+Sb); в якості означального компонента використовується в композитах: *Pay-per-View-Angebot*, *Pay-per-View-Femsehen*, *Pay-per-View-Kanal*, *Pay-per-View-Verfahren*;

das Video-on-Demand ('платна форма телебачення, що дозволяє індивідуально дивитися телепрограми або відеофільми по кабельній мережі з мультимедіа або відеосервера' [NW, с. 359]; [D 2004, с. 1040]; [DUW, с. 1735]) – композит, який складається з двох складових: *video* + *demand* + єднальний елемент *-on-* (Sb₁+Sb₂); означальний компонент у ком-

позитах: *Video-on-Demand-Angebot*, *Video-on-Demand-Service*, *Video-on-Demand-System*.

Абревіатури (акроніми та контрактури), забезпечуючи потреби наукової та технічної термінології, уможливають компакту побудову нових термінів, характерних й для сфери телебачення і телекомунікації. Наприклад: **die Soap** ('мильна опера (телесеріал)' [NW, с. 313]; у мові-джерелі зафіксовано два ЛСВ: 1) 'мило'; 2) 'мильна опера' [OD, с. 762] – ініціальна контрактура (скорочене слово) від *soap opera*; використовується в якості основного компонента у композитах: *Dailysoap*, *Femsehsap*, *Krankenhaussoap*; у якості означального компонента у композитах: *Soapdarsteller*, *Soapsérie*, *Soapstar*, *Soapvorschau*.

У деяких випадках англонеологізм може бути означальним компонентом у композиті, де основним компонентом є німецький елемент. Наприклад, таким чином було утворено: **das Multiplexkino** ('великий кінокомплекс' [W, с. 224]) – композит, який складається з двох складових: *Multiplex* + *Kino* (Sb₁+Sb₂); основний компонент у композитах: *Cinestar-Multiplexkino*, *10-Säle-Multiplexkino*; означальний компонент у композиті: *Multiplexkinoboom* (трьохскладова бінарна структура).

Отже, проаналізовані інновації-запозичення у сфері телебачення та телекомунікації відбивають загальні тенденції інтелектуалізації та глобалізації, стандартизації та раціоналізації, які властиві лексичному рівню сучасної німецької мови. Переважають мотивовані лексичні одиниці, значення яких можна інтерпретувати на підґрунті значення їх словотвірних компонентів; більшість неологізмів утворена за композитними продуктивними моделями (Sb₁+Sb₂; Adj+Sb; Sb+Adv), а також набуває словотвірної активності, що виражається в участі цих одиниць у творенні нових похідних новоутворень, двох-, трьох-, чотирьохкомпонентних білінгвальних композитів. Інновації-запозичення сфери телебачення та телекомунікації утворюють відкриті групи, які постійно поповнюються новими лексичними одиницями. Перспектива подальшої розробки цієї проблеми, на нашу думку, пов'язана із вивченням прагматичних функцій нової лексики у телевізійному та телекомунікаційному дискурсах.

Література

1. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография : автореф. дис. ... доктора филол. наук: спец. 10.02.01 – Русский язык / С. И. Алаторцева. – СПб., 1999. – 40 с.
2. Голодов А. Г. Инновации-заимствования в актуальной немецкой лексикографии / А. Г. Голодов // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках : материалы VI Международной научной конференции; Днепропетровск, 22–23 апреля 2013 г. // Сост. Т. С. Пристайко. – Д. : Нова ідеологія, 2013. – С. 76–78.
3. Зеленецкий А. Л. Теория немецкого языкознания : учеб пособие для студ, лингв, ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений / А. Л. Зеленецкий, О. В. Новожилова. – М. : Издательский центр Академия. – 2003. – 400 с.
4. Михеева Е. И. Неологизмы современного немецкого языка: Интегративный аспект (на материале имен существительных) : дис.... канд. филол. наук : 10.02.04 – Германские языки [Электронный ресурс] / Е. И. Михеева. – М. : РГБ, 2005. – 281 с. – (Из фондов Российской государственной библиотеки). – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/diss/05/0704/050704023.pdf>

5. Нефедова Л. А. Иноязычная лексика в современном немецком языке: иноязычная лексика в контексте заимствования и словообразования: монография / Л. А. Нефедова. – М. : МПГУ, 2012. – 98 с.
6. Пристайко Т. С. О метаязыке современной неологии / Т. С. Пристайко // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках : материалы IV Международной научной конференции; Днепропетровск, 9–10 апреля 2009 г. // Сост. Т. С. Пристайко. – Д. : Пороги, 2009. – С. 40–45.
7. Розен Е. В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке / Е. В. Розен. – М. : Менеджер, 2000. – 192 с.
8. Erben J. Grundlagen der Germanistik. Einführung in die deutsche Wortbildungslehre / J. Erben. – Berlin : Erich Schmidt Verlag, 1983. – 170 s.
9. Steffens D. Von «Aquajogging» bis «Zickenalarm» / Doris Steffens // Neuer Wortschatz im Deutschen seit den 90er Jahren im Spiegel des ersten größeren Neologismenwörterbuches. In: Der Sprachdienst 51, H. 4, 2007. – S. 146–159.

Словники

CIDE – Cambridge International Dictionary of English. – London : Cambridge University Press, 1995. – 1773 s.

DUW – Deutsches Universalwörterbuch A–Z. – 4. Auflage. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zurich: Dudenverlag, 2001. – 1848 s.

D 2005 – Duden: Die Grammatik : Unentbehrlich fuer richtiges Deutsch : Herausgegeben von der Dudenredaktion : Nach den Regeln der neuen deutschen Rechtschreibung 2006 ueberarbeiteter Neudruck der 7., voellig neu erarbeiteten und erweiterten Auflage : [Nach der verbindlichen Rechtschreibregelung]. – Mannheim; Wien; Zuerich : Dudenverlag, 2005. – 1343 c. – (Der Duden; Band 4).

D 2004 – Duden: Das grosse Worterbuch der deutschen Sprache in 10 Banden. Aktualisierte Online-Ausgabe [Электронный ресурс]. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zurich : Dudenverlag, 1999–2004. – 4800 c. – Режим доступа: www.duden.de, свободный. Загл. с экрана.

NW – Neuer Wortschatz Neologismen der 90-er Jahre im Deutschen I [Hg.: Herberg d. u. a.]. – Berlin : Waher de Gruyter, 2004. – 393 c.

OD – Oxford Dictionary. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 938 c.

RC – www.realitychannel.tv

W – www.webtvlist.com

Виктория Устинова

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИЙ-ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ В СФЕРЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В статье определены словообразовательные особенности инноваций-заимствований в современном немецком языке сферы телевидения и телекоммуникации. Установлено, что проанализированные заимствования отражают общие тенденции интеллектуализации и глобализации, стандартизации и рационализации, свойственные лексическому уровню современного немецкого языка. В языке сферы телевидения и телекоммуникации преобладают мотивированные лексические единицы, значения которых можно интерпретировать на основе значения их словообразовательных компонентов; большая часть неологизмов была образована по композитным продуктивным моделям, приобретает словообразовательную активность. Инновации-заимствования этой сферы создают открытые группы, постоянно пополняющиеся новыми лексическими единицами.

Ключевые слова: инновации, неологизмы, заимствования, словообразовательные модели, современный немецкий язык сферы телевидения и телекоммуникации.

Ustinova Victoria

WORTBILDUNG MERKMALE DER INNOVATION-ENTLEHNUNGEN IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE AUF DEM GEBIET DES FERNSEHENS UND DER TELEKOMMUNIKATION DARGESTELLT

Zusammenfassung. Im Artikel werden die wortbildenden Besonderheiten der Innovation-Entlehnungen in der modernen deutschen Sprache auf dem Gebiet des Fernsehens und der Telekommunikation dargestellt. Festgestellt, dass die analysierten Anleihe spiegeln gemeinsame Intellektualisierungs- und Globalisierungstendenzen wieder, die standartfähig und rational dem lexikalischen Niveau der modernen deutschen Sprache entsprechen. In der Sphäre der Sprache des Fernsehens und der Telekommunikation dominieren motivierte lexikalische Einheiten, deren Werte interpretiert werden können basierend auf dem Wert ihrer wortbildenden Komponenten. Der größte Teil der Neologismen wird durch Komposita gebildet.

Stichworte: Innovation, Neologismen, Entlehnungen, die wortbildende Modelle, die Sphäre der Sprache des Fernsehens und der Telekommunikation.

Стаття надійшла до редакції 24.05.2016 р.

Устинова Вікторія Олександрівна – кандидат філологічних наук, ст. викладач кафедри німецької мови та літератури з методикою викладання Криворізького державного педагогічного університету.