

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ АНГЛІЗМІВ У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМОВНОМУ СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ

У статті йдеться про процес запозичення іношомовної лексики у сучасну німецьку мову. Розглядаються комунікативно-прагматичні особливості новітніх англійзмів, які функціонують у німецькій мові спорту. Здійснено аналіз дефініцій термінів «запозичення» та «англійзми». Проаналізовано новітні англійзми, які отримані методом суцільної вибірки із текстів газетного дискурсу, розміщених на сайтах німецькомовних інтернет-видань газет «DAV Panorama», «Sport Bild», «Kicker», «11 Freunde». Виявлено найбільш уживані англійзми – іменники, які слугують мовній економії та варіації вираження спортивною мовою.

Ключові слова: іношомовні запозичення, англійзми, спортивний дискурс, прагматична функція.

The article considers the process of borrowing foreign vocabulary into the modern German language. The communicative and pragmatic features of the latest anglicisms that function in the German language of sports are considered. An analysis of the definitions of the terms "borrowing" and "anglicism" was carried out. The latest anglicisms obtained by the method of continuous sampling from the texts of newspaper discourse posted on the websites of the German-language online editions of the newspapers "DAV Panorama", "Sport Bild", "Kicker", "11 Freunde" were analyzed. The most commonly used anglicisms have been identified - nouns that serve linguistic economy and variations of expression in sports language

Key words: foreign loanwords, anglicism, sports discourse, pragmatic function.

Нові явища, а саме запозичення термінології, особливо запозичення англійзмів є ознакою сучасного процесу номіналізації. Проблематика процесів запозичення й словотворення є предметом постійного наукового пошуку. Наукові розвідки щодо іношомовних запозичень набули актуальності в останні десятиліття. Глобальні перетворення у суспільстві, швидкий технічний прогрес впливають на мовний розвиток європейських країн та цілого світу. Створення єдиного культурного простору призводить до зближення словникового складу європейських мов.

На необхідності досліджень впливу англійзмів на словниковий склад сучасної німецької мови наголошують дослідники Г.Д. Авчіннікова, І.І.Барнич, Н.П. Дундій, В. Карстенсен, Н.В. Ставчук, С. Földes, E. Leisi, W. Viereck та ін. Дослідники звертають увагу на те, що кількість англійзмів, що функціонують у сучасній німецькій мові стабільно зростає. У своїх публікаціях вищезазначені дослідники розглядають причини виникнення,

особливості функціонування англійзмів у різних сферах, адаптацію новітніх англійзмів у сучасній німецькій мові.

Мета даної розвідки – дослідити прагматичний аспект запозичень з англійської мови, які функціонують у сучасному німецькомовному спортивному дискурсі. Об'єктом дослідження є новітні англізми, що функціонують у сучасній німецькій мові. Предмет – прагматичні особливості уживання новітніх англійзмів у німецькомовному спортивному дискурсі.

Спорт як невіддільна частина життя сучасного суспільства отримує своє відображення в мові та комунікативній діяльності людини, що дає підстави для його розгляду як певного типу соціально зумовленого мовлення. Окремі характеристики спортивного дискурсу знаходимо у наукових працях Н.Д. Арутюнової, О.В. Бабенко, О.О. Гаврилюк, В.І.Карасіка, Л.С. Козуб, О.О. Шекери. В контексті парадигми лінгвокультурології спортивний дискурс як будь-який інший має зв'язок з позамовною дійсністю. Будучи текстом, «зануреним у спортивне життя, спортивний дискурс пов'язаний з базовими потребами людини в ігровій діяльності, фізичному вдосконаленні, змагальності» [1, с. 309].

Про причини процесу іншомовного запозичення написано багато. Вітчизняні та зарубіжні дослідники виділяють як зовнішні, так і внутрішні чинники цього процесу. Отже, внутрішні умови змін у словниковому складі мови визначаються системними зв'язками. Зовнішні умови залежать від соціальних детермінантів, а саме: зв'язку і взаємовідносин мови з суспільством, свідомістю людини, природою тощо. Змінюючись, мова виконує своє головне призначення як засобу спілкування й пізнання. Беручи до уваги думки вітчизняних і зарубіжних дослідників, вважаємо запозиченням слово або словосполучення, яке перенесене з однієї мови в іншу через мовні контакти і до певної міри асимільоване у новому мовному середовищі.

Запозичення з англійської мови у німецьку відомі ще з XV століття. І сьогодні англізми відіграють значну роль у процесі збільшення словникового складу німецької мови.

Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених питанням запозичень, єдиного підходу до визначення цього поняття немає.

Традиційно запозиченням вважають прийняттям (*Übernahme*), переміщенням (*Versetzung*), перенесенням (*Transfer*). Йдеться про елементи однієї мови, що функціонують у іншій. При визначенні терміну запозичення англійського походження виникають питання насамперед етимологічного характеру, оскільки англійська мова проявляється в багатьох різних регіональних, національних і міжнародних формах, та є поширеною у всьому світі. Тому часто предметом лінгвістичних розвідок стають або американізми, або британізми (В. Engels).

В рамках нашого дослідження питання походження запозичених слів з англійської мови по відношенню до різновидів англійської мови не є визначальним. Для аналізу англомовних запозичень використовуємо

нейтральний термін «англізм» (*Anglizismus*) як загальний термін, що охоплює усі варіанти англійської мови (Ch. Götzler, A. Onysko, W. Yang). Йдеться про широкий спектр «мовних одиниць, починаючи з морфем і закінчуючи фразами, які використовуються в німецькій мові та походять з англійської» (P. Eisenberg).

Варто зазначити, що жодна група іншомовних запозичень у сучасній німецькій мові не збільшується так швидко, як англізми. Запозичення з англійської мови функціонують в усіх сферах життя. Тоді як, латинізми і грецизми зустрічаються насамперед у царині освіти та науки.

Матеріалом дослідження мовної специфіки німецького спортивного дискурсу слугували тексти газетного дискурсу, розміщені на сайтах німецькомовних інтернет-видань газет «DAV Panorama», «Sport Bild», «Kicker», «11 Freunde».

Вище зазначені спортивні видання було обрано через те, що вони належать до спортивних журналів з найвищим тиражем, отже, охоплюють широку аудиторію. Так, «Sport Bild» є найвідомішим у Європі спортивним журналом, який читають усі вікові групи. Основа увага приділяється футбольній тематиці, але також повідомляють про інші види спорту, такі як теніс і бокс. У свою чергу «Kicker» вважає себе «номером 1 у футболі», більшість читачів цього журналу – чоловіки.

Як показав проведений аналіз, частота вживання англізмів залежить від теми і подій, про які йдеться у спортивних виданнях. Оскільки всі проаналізовані нами журнали охоплюють схожі предметні теми, можна казати про однакову частку вживання англізмів. Однак є і певні відмінності. Як бульварний журнал «Sport Bild» характеризується простішою мовою та коротшими реченнями, ніж у «Kicker», що означає, що англізми вживаються частіше замість їхніх довших німецьких еквівалентів. Це можна розглядати як причину трохи вищої частки англізмів порівняно з «Kicker», оскільки майже немає відмінностей у використовуваних темах і цільовій групі.

З'ясовано, що найбільш уживаними англізмами, що зустрічаються у проаналізованих спортивних виданнях, є іменники (*Trainer/Trainerin, Training, Profi, Sport, Star, Team, Ticket, Torwart*). Англізми слугують мовній економії, помітності та варіації вираження спортивною мовою.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гаврилюк О.О. Комунікативні стратегії і тактики спортивних коментарів. *Молодий вчений. Філологічні науки.* № 11 (63). 2018. С. 308-314. – Режим доступу: <https://www.molodyvchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3477/3442>

Список ілюстративних джерел:

2. Sport Bild. URL: <https://sportbild.bild.de/>

3. Kicker. URL: <https://www.kicker.de/>

4. 11 Freunde. URL: <https://11freunde.de/startseite>

Науковий керівник кандидатка педагогічних наук, доцентка Гоштанар І.В.