

УДК 811.112.2

П.Н. ДУНДІЙ,
доцент кафедри перекладу
Київського інституту перекладачів

АНГЛО-АМЕРИКАНІЗМИ ЯК ТЕРМІНОЛОГІЧНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У НІМЕЦЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглянуто специфіку функціонування англійських лексичних і термінологічних запозичень та їх типів у німецькій галузевій лексиці з економіки. Типи лексичних запозичень досліджуються на тлі лексичних змін у підрозділах економіки з особливо активним запозиченням англо-американізмів.

Ключові слова: лексична одиниця, термін, запозичення, англо-американізм, повне запозичення, калька.

Аналізуючи запозичення англо-американізмів (АА) маємо справу як із загально-мовними лексичними, так і термінологічними запозиченнями. У зв'язку з цим може виникнути питання про розмежування термінологічних одиниць і одиниць лексики, які не належать до термінології та спеціальної лексики.

Оскільки термін є також словом, то він є мовним знаком і разом зі словом належать до однієї знакової системи. Щодо сутнісної характеристики терміну у дослідженнях вчених існують розбіжності. Одні висувують ідею протиставлення термінів загально-мовної лексики та виведення їх за межі останньої, інші прагнуть ідентифікувати терміни із загально-мовною лексикою, оскільки ні в формі, ні в змісті не виявляють суттєвої різниці між словом і терміном.

Для дослідження типів запозичень протиставлення терміна та лексичної одиниці є умовним і важливим тільки тоді, коли з'ясуємо дефінітивні особливості терміна та слова, те що їх об'єднує та різнить у процесах запозичення.

Запозичення економічної термінології один з найдинамічніших процесів лексико-семантичної системи мови, що пов'язаний з появою нових форм господарювання, поглибленням бізнесових зв'язків на міжнародному рівні та розвитком нових технологій.

Мета цього дослідження полягає у тому, щоб проаналізувати типи термінологічних запозичень в економічній лексиці німецької мови на тлі змін у різних підрозділах економіки. Часто ці зміни стаються завдяки запозиченням з англійської мови. Це пояснюється насамперед тим, що США й англійський науковий і культурний простір надалі залишаться провідними в економічному та науково-технічному розвитку. Тут виникають нові поняття і найменування цих понять, що потім переходять у інші мови, у тому числі в німецьку. АА активно поповнюють німецьку економічну лексику і стають невід'ємною частиною цієї терміносистеми.

Здебільшого німецька економічна термінологія запозичує лексичну одиницю, щоб усунути понятійну лакунарність. Переважно запозичення терміна відбувається через потрєбу в найменуванні нового поняття або явища, коли мова-реципієнт не встигає запропонувати для наукової реалії власну мовну одиницю. При цьому важливим аспектом запози-

чення може стати однозначність терміна у рамках певної терміносистеми, його стислість та системність.

Аналіз різних термінологій, здійснений окремими авторами, ставить під сумнів правомірність пред'явлення до термінів названих вимог, оскільки чимала частина реально функціонуючої термінології їм не відповідає, однак такі терміни продовжують обслуговувати відповідні галузі знань. Таким чином, ретельне вивчення термінів і термінологічних систем ставить під сумнів той факт, що терміну обов'язково притаманні стислість, однозначність, точність, і наголошується на тому, що терміни необхідно аналізувати в процесі їх функціонування, тобто в текстах, і що полісемія у цьому випадку явище неминуче і природне [1].

Незважаючи на це, чимала кількість запозичених термінів функціонує у формі єдино можливого, тобто незамінного варіанта відображення спеціального поняття та не має інших еквівалентів у німецькій мові, наприклад: *das Marketing, das Management, das Swap* тощо.

АА-терміни наявні практично у всіх сферах економічної лексики, але головними є ті, що відтворюють основні поняття економічної теорії та політекономії, оскільки вони універсальні, фундаментальні і, як правило, інтернаціональні. Так, термін *Marketing* є носієм характерного тільки для нього значення і його важко замінити іншим поняттям. Крім того, він став похідним для багатьох інших термінів, зокрема композитів, що вже, здебільшого, не сприймаються як іншомовні: *Marketingberatung, Handelsmarketing, Marketingvermittler, Marketingabkommen, Marketinganwendung, Marketingforschung, Marketing der Produktionsmittel*. Це означає, що термін продовжує бути продуктивним, тривають процеси його запозичення, що разом із розвитком мови та суспільства він розширює свою функціональність.

Характеризуючи запозичення економічної термінології, варто вказати на розгалуженість та багатоаспектність її сфер і проаналізувати особливості у порівнянні з іншими терміносистемами.

До основних підрозділів економіки, в яких активно відбуваються запозичення, належать:

1. Фінанси, банківська та страхова справа.
2. Виробництво та підприємництво.
3. Торгівля.
4. Транспорт.

Розглядаючи ці напрями, прослідкуємо типи лексичних запозичень АА. Розвиток науково-технічної термінології сприяє переважно прямому лексичному запозиченню (нім. *Sach- und Wortentlehnung*, англ. *borrowing*) терміна, тобто безпосередньому переходу фонологічного та морфологічного варіанта лексичної одиниці з однієї мови в іншу. При цьому запозичена внутрішня і зовнішня форма поняття вносить і закріплює нові знання, розширює понятійну модель світу мови-реципієнта [2; 3].

Повне запозичення відображає поняття, що було повністю або частково відсутнє у німецькомовній лінгвокультурі та є часто безальтернативним. При повному запозиченні відбувається безпосереднє проникнення фонетичного і морфологічного варіанта АА в економічну термінологію німецької мови, де лексична одиниця не втрачає ознак мови-продуцента. Таким чином, йдеться про запозичення як матеріальної оболонки лексичної одиниці, так і її понятійного змісту.

Назвемо найуживаніші повні запозичення у підрозділі економіки «Фінанси, банківська та страхова справа».

Вибраний фактичний матеріал включає мовні одиниці, що семантично заповнюють відсутні або невживані у німецькій мові поняття у сфері банківських рахунків, грошового обігу, фінансової і біржової діяльності, страхуванні:

- Averaging, n* – послідовна купівля акцій за курсом, що постійно змінюється;
- Bear, m* – спекулянт;
- Blue Chips* – акції високої вартості;
- Bottom, m* – найнижчий рівень курсу акцій в межах певного проміжку часу;
- Bonus, m* – бонус, знижка;
- Daytrading, n* – продаж акцій упродовж одного дня;

Dealer, m – біржовий маклер, дилер;
Holding-Bank, f – холдинг-банк;
jobbern – грати на біржі;
Pool, m – пул;
Run, m – масове вилучення вкладів з банку, біржова паніка;
Report, m – репорт;
Scheck, m – чек, платіжне доручення;
Slump, m – раптове падіння (цін, курсу цінних паперів тощо);
Swap, n – своп;
Swing, m – свінг.

Слід зауважити, що окрім сфери фінансів, банківської, страхової справи повні запозичення активно вживаються практично у всіх підрозділах економіки: виробництві та підприємстві, торгівлі, транспорті, наприклад: Outsourcing, s; Trading, s; Charter, m; Hedging, s; Know-how, n; Konzern m, Management n, Recycling, n; Start-up; Clearing, n; Dumping, n; Salesmanship, n; Telquel-Kurs, m; Pay-Back, n; Voucher, m/n; Flop, m; Management, s; Management-Buy-Out, s; Marketing, s; тощо.

Ці та інші повні запозичення стали складовою німецької економічної термінології та продовжують номінувати нові явища, що виникають у процесі розвитку виробництва та технологій, наприклад, AA Manager:

- утворення дериватів – Managerin, managerkrank, Managertyp тощо;
- поява додаткових семантичних відтінків значення – Manager не тільки професійний керуючий у підприємницькій діяльності, але й бізнесовий радник музикантів, художників;
- вихід за межі економічної термінології і входження в інші лексичні сфери, як от у моводіжну субкультуру: Damager від «to damage» та «Manager» – у комп'ютерних іграх персонаж, головна функція котрого – завдати шкоди ворожим гравцям; Mucker-manager – заводій, головний розбишака.

При взаємодії з мовною системою німецької мови повні AA переходять в економічну термінологію без змін або з незначними модифікаціями у звуковому та графічному оформленні, адаптуючись у німецьку термінологічну лексику на фонетичному, орфографічному та морфологічному рівнях.

Такі процеси виникають через генетичну спорідненість англійської та німецької мов і перш за все у тих випадках, де фонетична, орфографічна та морфологічна структури обох мов мало різняться одна від одної: Export, overdraft, Dealer, Bear, brand, Crash, Pool, Tip, Clearing, salesmanship, cash and carry тощо.

При адаптації AA-терміни можуть зазнавати тих чи інших змін:

- фонетично: англ. clerk [clɑ:k] – нім. Clerk [clɑ:rk]; англ. budget – нім. Budget з французькою вимовою [by'dʒe:]; англ. Sponsor – нім. der Sponsor вимовляється відповідно [sp] і [ʃp] тощо;

- орфографічно: англ. Check – нім. Scheck; англ. strike – нім. Streik тощо;

- морфологічно: англ. to charter – нім. chartern; нім. der Jobber – англ. Jobber. При цьому AA-терміни пристосовуються до системи роду, числа та відмінювання німецької мови.

Отже, на сучасному етапі запозичування в німецьку економічну лексику надходить більше повних запозичень без змін або з незначними варіаціями.

Іншою підгрупою прямих запозичень AA в економічній лексиці є часткові запозичення. Якщо в повному запозиченні переймається внутрішня та зовнішня форми, то при частковому – внутрішня форма терміну. Основним способом часткових запозичень є калькування [4, с. 110; 5]. Процес проникнення кальок у німецьку термінологію обґрунтовується білатеральністю мовного знака та появою на основі наявного в мові значення нової лексичної одиниці, що категоризує картину світу. Калька виступає явищем мовного контакту, що внутрішніми ресурсами мови-реципієнта реалізує семантичну модель мови-продуцента через переклад. За певних умов такий спосіб може бути прийнятнішим від повного запозичення, адже калька створюється з матеріалу мови-реципієнта, отже, безпосередньо пов'язана з її лексичною системою. Процес калькування спрощується, якщо структури взаємодіючих мов типологічно близькі [6].

Серед АА економічної терміносистеми було виявлено цілу низку повних кальок та напівкальок.

До повних, або словотвірних кальок належать терміни, що послівно перекладаються, тобто в них переймається внутрішня форма поняття мови-продуцента і створюється засобами мови-реципієнта. В англійському мовознавстві їх називають *loantranslation* [7; 8], у німецькомовному – *Lehnübersetzungen* [9], російськомовному – словообразовательные кальки [10], українському – словотвірні чи повні кальки [4].

Повні кальки – завуальовані або приховані запозичення, бо, наприклад, нелегко зрозуміти, що термін *Gemeinschaftsunternehmen* є запозиченням-калькою англійського *joint-venture*.

Назвемо найуживаніші повні кальки на прикладі підрозділу економіки «Виробництво та підприємництво»:

Business, n = *Geschäft*, n – бізнес, справа; комерція; комерційна діяльність;

Boom = *Aufschwung*, f – бум;

Consulting, n = *Beratung*, f – консультування продуцентів, продавців та покупців з широкого кола питань економічної діяльності підприємств, фірм, організацій;

Department, n = *Abteilung*, f – відділ, підрозділ;

Joint-venture, n = *Gemeinschaftsunternehmen*, n – спільне підприємство;

Outsider, m = *Außenseiter*, m – аутсайдер, підприємство, яке не входить в монополістичне об'єднання;

Teamwork, s = *Gemeinschaftsarbeit*, f – групова, командна робота різних спеціалістів;

Research & Development = *Forschung und Entwicklung* – дослідження та розвиток;

Sales-Manager, m = *Verkaufsleiter*, m – завідувач відділом збуту, менеджер зі збуту;

Sales-Promoter, r = *Vertriebskaufmann*, r – особа, яка займається збутом товару, його рекламою;

Sales-Promotion, e = *Verkaufsreklame, Verkaufsförderung*, e – стимулювання збуту, продажу товару, реклама товару;

Trend, m = *Richtung, Entwicklungstendenz*, f – тенденція, напрям.

До напівкальок належать слова або словосполучення створені з елементів власного та іншомовного матеріалу, через це в них чітко простежується «чужинний» елемент і їх можна віднести до розряду іншомовних слів. Д.С. Лотте називав їх «трансформними» [11, с. 12]. Німецькомовна література визначає цей вид запозичень як *Lehnübertragungen, Mischbildungen* [12], англійська – *loan-renditions* [13, с. 315].

У німецькому мовознавстві *Lehnübertragungen* [14] вважаються також запозичення, що складаються з не дослівно, а вільно перекладених елементів мови-донора.

Найуживаніші напівкальки у підрозділі економіки «Торгівля та транспортні перевезення»:

Bahn-Card, f = *Bahn-Karte*, f – залізнична дисконтна карта, надає знижки для проїзду залізницею;

free on Waggon = *frei Waggon* – франко-вагон;

Minibus, r = *Kleinbus* – мікроавтобус;

Shopping-center, s = *Einkaufszentrum*, n – торговельний центр;

terms of payment = *die Zahlungsbedingungen* – умови виплати;

carriage paid to... = *Fracht bezahlt* – перевезення сплачене до...;

circular check = *Reisescheck*, m – дорожній чек;

dead-weight-Tonnage, f = *Gesamtzuladungsgewicht*, n – повна вантажність судна;

disbursement = *Ausgabe*, f – витрати з обслуговування судна;

shippingorder = *der Verschiffungsauftrag*, m – ордер на завантаження;

switch = *Switchgeschäft* n – зовнішньоторговельна угода;

shopping = *das Einkaufen*, n – купувати, купівля;

time charter = *Zeitcharter*, m – тайм-чартер (угода на оренду торговельного судна або його частини на певний строк).

Зазначена лексика покриває поняття і реалії, пов'язані з торгівлею та організацією доставки товару від відправника до одержувача, включаючи вибір виду транспорту, напрямку перевезення, способу транспортування.

Головно, кальки входять до термінології німецької мов як синоніми до вже наявної німецької лексики і утворюють лексичні дублети, не заповнюючи мовних лакун. Такі терміни тільки диференціюють або прагматизують певні значення економічної термінології і не виступають їх повними відповідниками.

Підкреслимо, що різнотипні кальки зустрічаються у всіх підрозділах економічної лексики:

Account – Bericht; accounting – Buchführung, Zählung, Rechnung, Berechnung; Accounting Policies – Bewertungsmethoden; added value – Zusatznutzen, Zusatzleistung (Vermarktung); Advance Payment – Vorschuß, Anzahlung; advertainment – Werbeunterhaltung; Auditor – Rechnungsprüfer, Wirtschaftsprüfer; agent – Kundenbetreuer, Kundenberater (telefonisch); agreement – Vertrag, Abmachung; Annual Accounts – Jahresabschluss; byproduct – Beiprodukt; Credit-Rating – Krediteinstufung, f Cost-Benefit-Analysis – Kosten-Nutzen-Analyse; Break-even-Point – Gewinnschwelle; Career Check – Lebenslaufbewertung; aerospace-industry – Luft- und Raumfahrtindustrie; anti-aging – Altersverzögerung тощо.

Після проникнення кальки у термінологічну систему мови-рецептора сфера її вживання і значення може розширюватися або звужуватися, тобто відбувається семантичний розвиток у нових умовах. Наприклад, AA-термін *der/ das Claim, -[s], -s* [15] отримав такі значення:

– *Besitzanspruch, besonders auf eine Goldgräberparzelle; auch das Grundstück selbst* – вимога; претензія на володіння, домагання; земельна ділянка;
– *Anrecht, Anteil (bes. an einer Goldmine)* – акція, частка (особливо на золотокопальні);
– *Schlagwort, Slogan, Spruch, Werbespruch* – слоган, рекламний слоган.

Однією з важливих груп термінологічних запозичень у німецькій економічній мові є екзотизми. Назви-екзотизми передають поняття або явища, що нехарактерні для культури народу мови-позичальниці. Такі терміни вживаються, щоб перекрити відсутні у німецькій мові англійські реалії. Інколи це може бути німецька реалія, що створена англійською мовою, наприклад: *Deutsche Corporate Governance Kodex* – Німецький кодекс корпоративного управління. Зібраний емпіричний матеріал свідчить, що серед AA німецької економічної термінології можна виділити групи назв-екзотизмів та їх скорочень для означення:

1. Організацій, установ, компаній і назв торгових марок:

Apple Inc. – *die Apple Inc, «ЕПЛ» (Apple)*;

SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telekommunikations) – *SWIFT (Gesellschaft zur Abwicklung des internationalen Zahlungsverkehrs im Rahmen der Außenhandelsfinanzierung)*, СВІФТ (Міжнародна міжбанківська система передачі інформації та здійснення платежів);

die General Motors Company (GM) – Дженерал моторз;

Association Cambiste Internationale (ACI) – *Internationale Devisenhändlervereinigung*, Міжнародна асоціація дилерів валютних бірж;

WITSA (World Information Technology and Services Alliance) – *Weltweite Vereinigung von IT-Industrievereinigungen*, Всесвітня спілка ІТ-об'єднань інформаційних технологій і послуг;

der Brain-Trust – консультативна комісія з економіки США;

die American Stock Exchange – Американська фондова біржа;

die New York Stock Exchange – Нью-Йоркська фондова біржа;

die Federal Reserve Bank – Федеральний резервний банк;

die Microsoft Corporation – корпорація Майкрософт;

die International Business Machines Corporation (IBM);

die Wall Street – Волл-стріт.

2. Назв програм, законів, нормативних актів:

Deutsche Corporate Governance Kodex – Німецький кодекс корпоративного управління (регулює систему, структуру та процедури, що використовуються для управління та контролю корпорації);

der Dow-Jones-Index – індекс Доу-Джонса;

New Deal – програма реформ для регламентації в соціальній та економічній сферах Америки;

Sherman act – антитрестівський закон Шермана (США);
single tax – єдиний земельний податок (в США).

3. Найменування посад, звань, професій:

Artdirektor, Lazouter, Visualizer, Streetworker, Sheriff, Cowboy/girl, Broker тощо.

Ці та інші терміни-екзотизми розширюють концептуальну картину світу мови-реципієнта про певні реалії англословного світу та несуть важливу інформативну функцію, однак не становлять основи словникового складу німецької мови.

Отже, в економічній галузевій лексиці німецької мови вживаються переважно повні запозичення, кальки (їх кількість значно менша порівняно з повними лексичними запозиченнями) та запозичення-екзотизми (вживаються переважно оказіонально).

Аналізуючи АА як аспект термінологічного економічного дискурсу, варто наголосити на проблематиці інтернаціональної лексики, адже значна кількість АА наявні в інших мовах.

Інтернаціоналізми та запозичення при всіх спільних рисах не є ідентичними явищами. Як зазначав В.В. Акуленко, «інтернаціоналізми є категорією синхронії зі своїми специфічними характеристиками, а запозичення – умовна для синхронії група фактів, що виокремлена за діахронними критеріями. Специфічними рисами лексичних інтернаціоналізмів є також їхня омологічність – міжмовна схожість у планах змісту та вираження» [16, с. 31].

У проблематиці інтернаціональної лексики цікавим є співвідношення «своє – чуже», яке традиційно розглядається як протиставлення близького, знайомого з далеким, невідомим і навіть зловісним. Інтернаціоналізм знімає ці протиріччя, адже інтернаціоналізми не можуть уважатися елементами тільки однієї мови, бо тоді втрачається їх інтернаціональний характер. Тобто лексична одиниця, якщо вона справді інтернаціоналізм, не має сприйматися як «чуже». Таким чином поняття «інтернаціональне» виходить за межі двох протилежних та взаємовиключних понять «своє – чуже». Це, радше, своє та чуже одночасно [17].

Кожне інтернаціональне слово виникає в мові як результат запозичення, однак не кожне запозичення є інтернаціоналізмом. Тобто поняття «запозичення» є ширшим за поняття «інтернаціоналізм», хоча інтернаціоналізми проникають у більшу кількість мов. Сучасна тенденція вказує на те, що інтернаціоналізми-терміни входять практично у всі розвинуті мови. Так, значна кількість запозичених термінів-інтернаціоналізмів економічної сфери вживається у більшості європейських мов, наприклад:

укр. маркетинг, бізнес, євродолар, ваучер, інвестор, стагфляція, капітал, консалтинг, трест, спонсор тощо;

рос. маркетинг, бизнес, евродоллар ваучер, стагфляция инвестор, капитал, трест тощо;
фр. marketing, business, eurodollar, voucher, stagflation, investisseur, capital, trust тощо;
нім. Marketing, Eurodollar, Voucher, Stagflation, Investor, Kapital, Trust тощо.

Ці терміни є також в іспанській, польській, фінській та інших мовах.

Передусім наукова термінологія сприймає іншомовні елементи, та отже формує спільний лексичний матеріал різних мов, що полегшує взаєморозуміння носіїв різних мов та міжкультурну комунікацію. Тому не слід виключати того, що дедалі щільніші міжнародні контакти спонукатимуть до частішого вживання термінів-інтернаціоналізмів. Тобто з термінів-синонімів (дублетів), що мають однакове значення *das Angebot – die Offerte, das Shopping-center – das Einkaufszentrum, der Kreditbrief – das Akkreditiv* будуть вживатися інтернаціоналізми, що стає загальною тенденцією мовного розвитку.

На сучасному етапі запозичення АА має активний і масовий характер. Досягнення наукової і технологічної думки, що створюються англійською мовою, переносяться на інші національні ареали, а ті найважливіші, що продукуються національними мовами, перекладаються англійською. У результаті з'являються і розвиваються спільні сфери, які знаходять адекватне мовне вираження у термінології. Таким чином, терміносистеми національних мов, сприймаючи, головню, англійські іншомовні елементи, формують спільний інтернаціональний лексичний матеріал.

Однозначність тлумачення таких інтернаціональних термінів спрощує міжнародне ділове спілкування, сприяє кращому взаєморозумінню у міжкультурній комунікації і є об'єктивною тенденцією. Однак запозичення як багатоплановий процес може призводити до появи лексичних варіантів та полісемії, що обумовлено самою сутністю мови, бо варіант-

ність є однією з універсальних ознак природного розвитку мови. Запозичений АА-термін може зазнавати змін, модифікуватися як у плані вираження, так і в плані змісту і розпочати «жити» щонайменше у двох трансформаціях, не порушуючи семантичної цілісності. У цих випадках АА-термін як лексична одиниця змінює свою форму або зміст на різних рівнях, у тому числі – фонетичному, морфемному, лексичному, граматичному та словотвірному.

Тобто АА-термін як одиницю плану вираження та змісту можна співвіднести з декількома лексемами і розглянути через призму багатозначності та синонімії, що стане об'єктом подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Головин Б.Н. Роль терминологии в научном и учебном общении / Б.Н. Головин // Термин и слово. – Горький: Изд-во ГГУ им. Н.И. Лобачевского, 1979. – с.14–23.
2. Д'яков А.С. Типологія мовних інтерференцій та їх роль у формуванні національних терміносистем: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 Київськ. нац. ун-т ім. Т.Г. Шевченка. / А.С. Д'яков. – Київ, 1997. – 16 с.
3. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов / Д.С. Лотте. – М.: Наука, 1982. – 149 с.
4. Д'яков А.С. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти / А.С. Д'яков, Т.Р. Кияк, З.Б. Куделько. – К.: Вид. дім «KM Academia», 2000. – 218 с.
5. Степанова М.Д. Теоретические основы словообразования в немецком языке / М.Д. Степанова, В. Фляйшер. – Москва: Высшая школа, 1984. – 264 с.
6. Цима Л.І. Взаємодія англійських та французьких запозичень у сучасній німецькій мові / Л.І. Цима // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: Вид. центр Київськ. нац. лінгв. ун-ту. – 2000. – Вип 6. – С. 164–167.
7. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: Учебник для студентов и факультетов иностранных языков / И.В. Арнольд. – 3-е изд., перер. и доп. – М.: Высшая школа, 1986. – 296 с.
8. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка / В.И. Заботкина. – Москва: Высшая школа, 1989. – 126 с.
9. Stepanova M.D. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. – 2., verb. Aufl. / M.D. Stepanova, I.I. Černyševa. – Moskau: Vysšaja Škola, 1986. – 247 S.
10. Алексейчик Г.М. Современный русский язык: Лексикология. Фразеология. Лексикография. Фонетика. Орфоэпия. Графика. Орфография: учебное пособие / Г.М. Алексейчик, Н.И. Астафьева, И.А. Киселёв и др. – Мн.: Изд. Вышэйшая школа, 1990.
11. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов / Д.С. Лотте. – М.: Наука, 1982. – 149 с.
12. Lehnert M. Der angloamerikanische Einfluß auf die Sprache der beiden deutschen Staaten / M. Lehnert. – Die amerikanische Bildungselite des 19. Jh. und ihr Image von Dresden / E.Brüning. – Berlin: Akademie-Verlag. – 1991. – S. 5–20.
13. Richard M. Hogg. The Cambridge History of the English Language. Vol. 1: The Beginnings to 1066 / Richard M. Hogg. – Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
14. Homberger D. Sachwörterbuch zur Sprachwissenschaft / D. Homberger. – Stuttgart, 2003.
15. Duden – Das große Wörterbuch der deutschen Sprache. – Режим доступу: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Claim>
16. Акуленко В.В. Интернациональные элементы в лексике и терминологии / В.В. Акуленко. – Харьков: Высшая школа, 1980. – С. 10–42.
17. Кияк Т.Р. Запозичення та інтернаціоналізми у фахових мовах / Т.Р. Кияк // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2006 / Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/1068/1/06ktpifm.pdf>

В статье рассмотрена специфика функционирования английских терминологических заимствований и их типов в немецкой отраслевой лексике по экономике. Типы лексических заимствований

исследуются на фоне лексических изменений в подразделах экономики с особо активным заимствованием англо-американизмов.

Ключевые слова: лексическая единица, термин, англо-американизм, заимствование, полное заимствование, калька.

The article considers the particularities of the English terminological loanwords in the German language of economics. It analyzes the types of lexical loanwords due to lexical changes in the economic domains which actively borrow Anglo-Americanisms.

Key words: lexical unit, term, Anglo-Americanism, borrowing, complete borrowing, loanword.

Надійшло до редакції 8.06.2012.