

## **К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА ТУРИСТСКИЕ ТЕРМИНЫ ИТАЛЬЯНСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ**

*Е.Г. Долгополова, Н.У. Кондакова*

Данная статья посвящена вопросу влияния английского языка на туристские термины итальянского и немецкого языков, рассмотрены способы ассимиляции данных терминов, приведены примеры ассимиляции на различных уровнях.

Ключевые слова: термин, графическая ассимиляция, морфологическая ассимиляция, словообразовательная ассимиляция.

В соответствии с государственным образовательным стандартом студенты направления подготовки «Туризм» изучают два иностранных языка. На втором курсе студентам предлагается выбрать второй иностранный язык (немецкий, итальянский, французский или испанский) в соответствии с их интересами, предпочтениями и направлением их дальнейшей профессиональной деятельности. Чаще всего студенты выбирают немецкий и итальянский языки. Италия и немецкоязычные страны представляют собой особый интерес, как наиболее привлекательные направления туристской деятельности, и знания этих языков позволят студентам успешно конкурировать на рынке труда.

В соответствии с государственным образовательным стандартом студенты должны уметь использовать знания второго иностранного языка в профессиональной деятельности и владеть способностью к деловой коммуникации на втором иностранном языке.

Язык профессионального общения неразрывно связан с профессиональной терминологией. Обучение деловому языку в туризме подразумевает овладение специальной терминологией, чтение и перевод текстов по специальности, составление высказываний и работу с деловой коррес-

понденцией. Под термином мы будем понимать слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности [2].

Термин обладает рядом свойств: системность, наличие дефиниций, тенденция к моносемантичности в пределах своего семантического поля (терминологии данной науки, дисциплины), отсутствие экспрессии, стилистическая нейтральность [2].

Нарастание процессов глобализации нашло отражение во всех сферах современной жизни. Слова легко передаются от одних народов к другим, и по такой заимствованной лексике мы можем судить об отношениях между этими народами и странами. Особенно четко этот процесс просматривается в сфере туризма.

В профессиональной лексике данного направления появилось большое количество англоязычных терминов. Прочтение, перевод и использование таких лексических единиц в речи представляет собой определенную сложность.

Англоязычные термины можно разделить на две группы. К первой группе можно отнести англоязычные термины, существующие в языке параллельно с итальянскими или немецкими терминами. В этом случае англоязычные заимствования выступают в роли синонимов к уже существующим словам. Это может привести к разграничению значений или сдвигам в исходной семантике (*hotel – albergo, transfer – trasferimento, booking – prenotazione, package tour – insieme di servizi*). Если не наблюдается сдвига в семантике или разграничения значений, то такие англоязычные термины существуют в языке параллельно с собственными понятиями (*der Kurztrip – die Kurzreise, der Barkeeper – der Barmeister*).

Ко второй группе относятся такие заимствования, когда слово переносится в другой язык вместе с принципиально новым явлением или понятием. В этом случае не происходит изменение значения заимствованного слова. Примерами для иллюстрации такого явления могут послужить следующие, заимствованные из итальянского языка термины: *Albergo diffuso* и *Agriturismo*. *Albergo diffuso* – это вид размещения туристов, расположенный в одном жилом комплексе и образованный из нескольких соседних жилых хозяйств, управляемый общим центром и способный предоставить туристам услуги, соответствующие стандартам гостеприимства любого отеля. Концепция такого вида размещения зародилась в Карнии после землетрясения 6 мая 1976 года. Из-за разрушений жители были вынуждены ночевать в одних сохранившихся домах, питаться в других, заниматься сельским хозяйством в других и так далее. Сегодня *albergo diffuso* – это не только вид размещения, но и новый вид туризма, который помогает маленьким регионам развиваться и сохранять свою индивидуальность. *Agriturismo* это вид туризма, при котором турист проживает в каком-либо

фермерском хозяйстве, помогает заниматься ведением хозяйства, питается продуктами, выращенными на территории этого хозяйства и наслаждается природой местности. Появился в Италии в середине 60-Х годов XX века. Теперь такой вид размещения широко распространён во многих странах мира.

Количество заимствований зависит не только от интенсивности межкультурного взаимодействия народов, но и от сходства языков. Немецкий и английский относятся к группе германских языков, имеют схожие звуковые структуры, а также значительное количество однокоренных слов, что обуславливает большое разнообразие форм заимствования. Однако существенные различия в системе языков порождают сложности в процессе ассимиляции заимствований.

Ассимиляция англоязычных терминов в немецком языке осуществляется на трех уровнях:

- графическая ассимиляция;
- морфологическая ассимиляция;
- словообразовательная ассимиляция [3].

На уровне графической ассимиляции решается вопрос о слитном или раздельном написании сложных слов, а также использование строчной или прописной буквы в написании существительных. Среди проанализированных нами примеров наблюдается слитное, раздельное написание, а также написание через тире одних и тех же англицизмов (Lastminute Reise, Last Minute Skiurlaub, Last-Minute-Welle). Что касается написания строчной и прописной буквы, то в соответствии с правилами немецкого языка все существительные пишутся с прописной буквы (Charter, Camping). В написании прилагательных, предлогов и глаголов используется строчная буква (shoppen, all-inclusive).

На уровне морфологической ассимиляции большую сложность представляет собой присвоение рода англоязычным заимствованиям, так как этот процесс не подчиняется каким-либо правилам и данная грамматическая категория отсутствует в английском языке. М.С. Омельченко полагает, что присвоение рода в ряде случаев объясняется некоторыми морфологическими факторами. Так, к примеру, английским заимствованиям, заканчивающимся на -er, -or присваивается мужской род (der Diver, der Charter, der Touroperator) а отглагольные существительные на -ing получают средний род, как и немецкие субстантивированные инфинитивы (das Shopping, das Surfing) [4].

В отдельную группу можно выделить сложные слова, образованные путем словосложения, когда один из элементов является английским заимствованием, а другой представляет собой немецкое слово. По правилам немецкого языка род всего сложного слова определяется по последнему элементу. Таким образом, присвоение рода сложным словам с последним

немецким элементом не вызывает затруднений (*der Campingurlaub, die Checkliste, die Poolausbildung, das Skigebiet*). Однако, если последним элементом является английское слово, присвоение рода сопряжено с определенными трудностями (*der Außenpool, der Kurztrip, der Barkeeper, das Ostseesurfing*).

Заимствованные из английского языка глаголы получают инфинитивное окончание *-en* и подчиняются правилам немецких слабых глаголов (*shoppen, campen, surfen, snowboarden*).

В итальянском языке можно выделить следующие уровни ассимиляции англоязычных терминов:

- графическая ассимиляция;
- морфологическая ассимиляция;
- фонетическая ассимиляция;
- синтаксическая ассимиляция.

Под графической ассимиляцией мы понимаем написание английского слова по правилам итальянского языка. Например, замена графемы, несвойственной итальянскому *show – shou*, опущение непроизносимых гласных и согласных *tour – tur, shopping – shopin*. Примерами графической ассимиляции служат также варианты слитного или раздельного написания заимствованных слов, или написания через дефис. Встречаются варианты *in-coming tourism, incoming tourism, out-going, outgoing*.

На уровне морфологической ассимиляции заимствованные существительные из английского языка получают в итальянском категорию рода, как правило, мужского и используются с определенными и неопределенными артиклями мужского рода: *il fan, il follower, lo shopping, il design, il mood, di questa area* или приобретают категорию синонимичности существительного родного языка [1]: *la agency – l'agenzia, la gallery – la galleria*. Во множественном числе у таких существительных меняется только артикль определенный или неопределенный, сами они остаются в той же форме: *i bus gran turismo, i tour, gli stress, dei brand prestigiosi*.

Заимствованные прилагательные не изменяются: *pizzeria self-service, partita all inclusive, city sightseeing Milano, area fitness*.

Аббревиатуры остаются, как правило, неизменными: *sms, Wi-Fi, PC*. Ещё одним признаком морфологической ассимиляции является использование итальянских суффиксов для образования новых слов. Например, английский суффикс *-ation* заменяется итальянским *-azione*: *globalizzazione, informatizzazione*; *-ism* меняется на *-ismo*: *turismo, alpinismo*; *-ist* переходит *-ista*: *turista, artista, escursionista*; к существительным и прилагательным часто добавляется гласная *e, a, o*: *guide – guida, information – informazione, central – centrale, monument – monumento*. У глаголов наблюдается тенденция добавлять окончание *-are* к основе английского слова (*click – cliccare, chattare, digitare, controllare*).

На уровне фонетической ассимиляции наблюдаются следующие явления: английское слово *hotel* произносится без звука [h], так как он является непроизносимым, английские гласные звуки при ассимиляции получают новое звучание, например, открытый английский [æ] в итальянском читается как русская -а (*fax*).

Приведём примеры синтаксической ассимиляции. Итальянские словосочетания сосуществуют с английскими компонентами и согласуются между собой в роде, лице, числе: *nostro follower su Twitter, negozio must shop, e dotato di coffee maker, nuovissima spa, over 65 anni, aereo low cost, volo last minute, fare un break italiano*. Как видно из примеров, английский компонент может стоять в словосочетаниях, как перед существительным, так и после него, не смотря на общепринятое правило, что прилагательные обычно ставятся после существительного, которое они определяют.

В современном итальянском и немецком языках в терминологии туризма наблюдается также тенденция к употреблению неассимилированных заимствований. Этот процесс значительно упрощает подготовку специалистов данных областей при обучении второму иностранному языку, так как второй язык студенты Института Спорта Туризма и Сервиса начинают изучать с четвёртого семестра (блок профессиональной лексики вводится в шестом и седьмом семестрах), освоив все базовые термины своей специальности в рамках первого иностранного языка (английского).

Приведём примеры заимствованных из английского языка терминов в области туризма, которые получили широкое распространение в итальянском и немецком языках и практически вытеснили коренные слова: *tour operator, package tour, in check-in, gate, information desk, businessman, business trip, single room, double room, 3 star hotel, beach, help, brochure, tour guide, computer, ticket, emoticon*. Эти термины имеют свои варианты в итальянском и немецком языке, но они используются гораздо реже, чем их английские эквиваленты.

Таким образом, туристская терминология является важной частью профессионального компонента в рамках изучения, как первого, так и второго иностранного языка. Большое количество англоязычных заимствований обуславливает определенные сложности в работе с данным блоком лексики. Для решения поставленной задачи нами были проанализированы уровни ассимиляции англоязычных терминов и составлен список примеров таких заимствований, что позволяет студентам легче ориентироваться в данных терминах. Список постоянно пополняется в ходе работы с текстами профессиональной направленности.

### Библиографический список

1. Закутская, Н.Г. Проблемы английских заимствований в современном итальянском языке / Н.Г. Закутская, И.В. Побегайло // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2014. – № 4. – С. 58–62.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / под. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
3. Ольшанский, И.Г. Лексикология: Современный немецкий язык: учебник / И.Г. Ольшанский, А.Е. Гусева. – М.: «Академия», 2005. – 416 с.
4. Омельченко, М.С. Грамматическая ассимиляция англо-американских субстантивных заимствований в немецком языке / М.С. Омельченко // Вестник МГИМО-университета. – 2010. – № 3. – С. 112–116.

[К содержанию](#)