РОЗДІЛ 1
ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.111’373.43
DOI https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2025.39.3.1

AZ ANGOL LEXÉMÁK MINT NEOLOGIZMUSOK

ENGLISH LEXEMES AS NEOLOGISMS

Minya Károly,
orcid.org/0000-0003-2421-3580
PhD. Dr. habil, főiskolai tanár, igazgató,
Nyíregyházi Egyetem Nyelv- és Irodalomtudományi Intézet

Every living language fullfills its function through its variations and changes. First of all, the vocabulary expands, because of the scientific, technical and social changes: the renovations and renewals need to be expressed in words. In the following I intend to present what vocabulary expansions does the English language results in the Hungarian language, how do we understand or don’t understand these words as neologisms, and is it possible to replace them with native words.

English is the world language. Itis the main communication tool for politics, business, commerce, IT, media, technology, popculture, tourism, sport.

English became the language of global communication thanks tot he political, economical and cultural influence of the USA and Great Britain. (the Esparanto language for instance, cannot be a world language due to its lack of serious political and economical power, literature, culture, etc.).

The research, determination and classification of neologisms has been the subject of liguistics for a long time. I describe the new words in the following ways:

– neologisms according to time occured in our language recently.

– from the perspective of the speaker – unknown linguistic expression.

– from the perspective of stylistic effect – one time, casual expressions used by poets, writers or journalists.

– from the perspective of stratification of vocabulary neologisms usually occure in one lingustic layer.

English words presented in this work occured in the Hungarian language for different reasons, their presence is obvious, however, they may be replaced with native expressions. The research may be continued by examining other foreign words and replacing them with native equivalent according to how much they have spread though the Internet and in what context may they fulfill the role of a fitting native synonym. This, however, calls for another study.

This study also mentions the classification of neologisms, the naturalization of neologisms and lexemes with English origin in the Hungarian language, the possibility of replacement with native equivalent.

Key words: lexemes, global communication, neologisms, stylistic effect, lingustic layer.

Будь-яка жива мова у своїх варіантах і змінах здатна виконувати комунікативну функцію. Передусім збагачується лексичний склад, оскільки наукові, технічні та соціальні зміни потребують оновлення й розширення словникового запасу, щоб зробити їх виразними в мовленні. У цій роботі ми прагнемо показати, яких лексичних запозичень зазнає угорська мова під впливом англійської, як ці нові слова сприймаються в якості неологізмів, наскільки вони зрозумілі чи незрозумілі, а також чи можливо їх замінити автохтонними мовними одиницями.

Англійська мова є світовою мовою. Вона виступає основним засобом комунікації в політиці, бізнесі, торгівлі, інформатиці, медіа, технологіях, попкультурі, туризмі та спорті.

Своє глобальне поширення англійська мова здобула завдяки значному політичному, економічному та культурному впливу США, а також – меншою мірою – Великої Британії. (Згадана раніше есперанто не змогла стати світовою мовою, оскільки за нею ніколи не стояли потужні політичні й економічні чинники, а також розвинена художня література, культура тощо).

Дослідження, визначення та систематизація неологізмів уже тривалий час є предметом лінгвістики. Нами пропонується такий підхід до їхньої характеристики:

– З точки зору часу, неологізмом вважається слово, що з’явилося у вжитку порівняно недавно.

– Для окремої особи неологізмом є незнайоме мовне вираження.

– З погляду стилістичного ефекту, неологізм – це випадкове, одноразове поетичне, літературне чи журналістське слово.

– З погляду стратифікації словникового складу, неологізми зазвичай з’являються в межах певного мовного прошарку.

У цій статті розглядаються англіцизми, які проникли в угорську мову з різних причин. Їхня присутність очевидна, проте можна спробувати замінити їх незапозиченими, автохтонними відповідниками. Подальше дослідження може

включати аналіз інших запозичених слів з метою їхньої адаптації до угорської мови та вивчення ступеня їх поширення через пошукові системи Інтернету, а також визначення їхньої функціональності у різних стилістичних пластах та контекстах. Однак це вже предмет іншого дослідження.

Зокрема, розглядається систематизація неологізмів, засвоєння англомовних лексем в угорській мові та можливості їхньої адаптації.

Ключові слова: лексеми, глобальна комунікація, неологізми, стилістичний ефект, мовний прошарок.

Minden élő nyelv változataiban és változásában tudja betölteni a kommunikációs funkcióját. Elsősorban a szókincs bővül, hiszen a tudományos, technikai, társadalmi változások miatt az megújításokat és megújulásokat szavakkal kifejezhetővé kell tenni. Az alábbiakban azt kívánom bemutatni, hogy az angol nyelv milyen szókincsbeli bővüléseket eredményez a magyar nyelvben, valamint azt, hogy ezeket mint neologizmusokat miként értjük vagy nem értjük, illetve lehetséges-e ezeket anyanyelviekre cserélni.

A globális angol nyelv

„Az angol a világ eszperantója." Ez a mondat két tételt foglal magában. 1. Az angol világnyelv, lingua franca, 2. az eszperantónak ezt a szerepet nem sikerült betöltenie. Nyilvánvaló, hogy világnyelv. A politika, az üzleti élet, a kereskedelem, az informatika, a média, a technológia, a popkultúra, a turizmus, a sport legfőbb kommunikációs eszköze. Világnyelv természetesen létezett korábban is, például a latin, amely az ókorban évszázadokon át egyeduralkodó volt a Római Birodalom sikeres hódításainak köszönhetően. (A világnyelv fogalom ekkor korlátozottan értelmezendő, a latin jórészt Európa határain belül volt meghatározó. Az orosz pedig még inkább zárójelezendő, hiszen az orosz nyelv nem lépte át a Szovjetunió, illetve érdekszférájának a határát. A szovjet birodalom összeomlása óta pedig végképp csökkent a volt tagköztársaságokban a beszélők száma.)

Az angol nyelv annak köszönhetően vált a globális kommunikáció nyelvévé, hogy az Egyesült Államok és – csökkenő mértékben – Nagy-Britannia politikai, gazdasági, kulturális befolyása meghatározó. (A korábban említett eszperantó azért nem lehet világnyelv, mert sosem állt mögötte komoly politikai és gazdasági erő, valamint szépirodalom, kultúra stb.) Az angolul beszélőket három csoportba sorolhatjuk. 1. A lakosság többségének ez az anyanyelve: Egyesült Államok, Kanada, Nagy-Britannia, Írország, Ausztrália, Új-Zéland. 2. Egykori gyarmatok, pl. India, Pakisztán, Dél-Afrika, Zimbabwe vagy Guyana. Ezekben az országokban a lakosság bizonyos hányada az anyanyelve mellett közvetítő, második nyelvként használja. 3. Az angol mint idegen nyelv, kb. 70 országban. Meyers-Scotton hógolyóeffektusnak nevezi a következőt: „Minél többen tanulnak egy nyelvet, az annál hasznosabbá válik, és minél hasznosabb ez a nyelv, annál többen akarják megtanulni." Az angol a leggyakrabban használt nyelv, 373 millióan anyanyelvként, 1 milliárd 80 millióan, azaz háromszor annyian második nyelvként használják. A kínai mandarin nyelv esetében ez éppen fordítva van: az anyanyelvűek vannak döntő többségben, 929 millióan, 198 milliónak pedig a második nyelve. Ezután következik a hindi, a spanyol és a francia. A világ lakosságának több mint a fele 23 nyelven osztozik. Mindezek alapján érthető, hogy az angol nyelv elsősorban a szókincsével óriási hatással van a többi nyelvre [1, 618–632. o.].

A neologizmusok rendszerezése

A neologizmusok kutatása, meghatározása, rendszerezése igen régóta tárgya a nyelvtudománynak [5, 297–303. o.; 4, 154. o.; 3, 263–99. o.]

Magam tételesen a következőképpen jellemzem az új szavakat:

– Az idő szerint neologizmus az, ami viszonylag nemrég jelent meg a nyelvhasználatban.

– Az egyén szempontjából a számára ismeretlen nyelvi kifejezés.

– A stiláris hatás szempontjából az, ami egyszeri, alkalmi költői-írói-újságírói kifejezés.

– A szókészlet rétegződése szempontjából a neologizmus általában egy adott nyelvi rétegben jelenik meg.

A neologizmusokat nagyon sok szempontból lehet rendszerezni

1. A neologizmusok a létrejöttük célja szerint két csoportba sorolhatók.

a) Szükségszerű neologizmusok. Ezek a szavak gyakorlati céllal jönnek létre, jól tükrözik a társadalmi, politikai, gazdasági és kulturális élet változasit. A nyelv állományának szükségszerű elemekkel történő bővítése a nyelv állandó, kísérő jelensége. Például: *okospárna, belenget, reklámzaj.*

b) Stilisztikai neologizmusok. Egyszeri előfordulások, a költői-írói-újságírói nyelvhasználatban hapax legomenonok. Ezeket a pillanatnyi tartalmi, stiláris szükségszerűség hozza létre. Megalkotásukkor az egyediség, egyszeriség, a figyelemfelkeltés, ritkán a meghökkentés a cél. Például: *sárkányfogvetemény* (Vörösmarty Mihály), *miskájerkalap* (Krúdy Gyula), néppocsolya (Szabó Dezső).

2. A neologizmusok a létrejöttük módja szerint több csoportba sorolhatók, ezek közül néhány.

a) Szóösszetétel: *bérkommentelő, gerillaszobrász, hősziget.*

b) Szóképzés: *orosztalanítás, arcoskodik buszsávozik.*

c) Elvonás: *testszégyenít, fényfest, kamubejelent.*

d) Szórövidülés: *brutál, feszt* (’fesztivál’), *koreó* (’koreográfia’).

e) Elvonás és képzés: *kamattámogatott, tényellenőrzött, rezsicsökkentett.*

Ezenkívül ritkább szóalkotási módokkal is létrejöhetnek új szavak, mozaik- és betűszóalkotással, szóösszerántással, ikerítéssel stb.

3. A neologizmusok a gyakoriságuk szerint két csoportba sorolhatók.

a) Elterjedt neologizmus (1000 felett van a találatok száma a Google internetes keresőben): *lombkoronasétány, ársapka, gondosóra.*

b) Alkalmi neologizmus (az internetes keresőben 1000 alatt van a találatok száma): *monitornyak* (’az előre helyezett fejtartásból fakadó, a túlzott számítógép és telefon használat miatt kialakult testtartás’), *ökogyász* (’az ökológiai veszteségek felett érzett gyász’)*, SMS-intő, okosrózsafüzér* (’egy okosóra és egy applikáció kombinációja, amely emlékezteti viselőjét az imádság fontosságára’).

Ezenkívül csoportosíthatók a neologizmusok a kommunikáció formája szerint (szóbeliek, írásbeliek, írott beszéltnyelviek); a fogalmi tartalmuk szerint (politika, informatika, gazdaság egészségügy, szórakozás, gasztronómia, szépészet stb.); a szándékoltság (akarat) szerint (spontán neologizmusok, tudatos neologizmusok); a szófajuk szerint (ige, főnév, melléknév, igenév).

A neologizmusok eredet szerinti csoportosítása

A neologizmusok eredetük szerint lehetnek belső keletkezésűek (l. fentebb a neologizmusok a létrejöttük módja szerint), valamint idegen eredetűek, elsősorban az angol nyelvből származóak.

Az angol szavak átvételének első motivációja a hiány, az új valóságelemre, tárgyra fogalomra nincs magyar megfelelő. Másodsorban a kényelem, illetve jellembeli gyengeség. Nem vesszük figyelembe a kommunikáció során a befogadót, és nem kerüljük vagy adjuk meg az angol szó jelentését. A használatának a harmadik oka a presztízs és a csoporthoz való tartozás kifejezése. Például egy multinacionális cégnél csak *míting* van, *értekezlet* nincs, valamint efféle mondatok hangzanak el: „Szükséges egy call, hogy a brief alapján eldöntsük a deadline-t, de egyelőre sok az issue.” Közmagyarul: „Szükséges egyeztetni az ügyféllel, hogy a projekt leírása alapján eldöntsük, mi lesz a munka elkészítésének a határideje.”

Az idegen angol szavak használatakor feltétlenül célszerű és illendő a hallgatók vagy az olvasók szociokulturális hátterét figyelembe venni. Azaz a szakemberekhez szólva alkalmazható az idegen, angol eredetű változat, a nagyközönségnek viszont annál inkább a magyar a megfelelő. Ez igazából nem is nyelvészeti kérdés, hanem nevezzük etikainak. Ugyanakkor fontos az is, hogy a legfrisseb tudományág eredményeiről is be kell tudnia számolni magyarul a legnagyobb tudósnak is.

Az angol eredetű neologizmusok, lexémák meghonosodása a magyar nyelvben

Leggyakrabban fonetikus átírással történik. Az internetes keresőben a találatok száma jól mutatja egy szó átírt alakjának az elterjedtségét. Például: a *like* 17.700.000-szer szerepel az eredeti alakban, míg a kiejtés szerinti *lájk* 1.030.000-szer. További példák: *selfie* (792.000) – *szelfi* (843.000), *influencer* (528.000) – *influenszer* (254.000), *bluetooth* (4.370.000) – *blútúsz* (4220), *hype* (238.000) – *hájp* (4150).

Másodsorban az angol eredetű szavak magyar képzőkkel történő toldalékolásával történik meg ez a folyamat. Ez nyilvánvaló, hiszen az agglutináló magyar nyelvben az angol szavak toldalékot kapnak, főleg a képzőkkel keletkeznek új lexémák. Ezekben az esetekben már gyakran a fonetikusan átírt alakhoz kapcsolódnak. Például: *influenszerkedik, mémesedik* (’mémmé válik, azaz egy tréfás kép, szöveg terjedni kezd az interneten’), *szkippel* (kihagy, mellőz’), *trollkodik* (’az interneten gonosz, bomlasztó megjegyzéseket ír, kötekedik’), *presszingelés* (’nyomásgyakorlás’). Ehhez gyakran társul a perfektivitást kifejező igekötő is: *(rá)guglizik* (’a Google-keresőben tájékozódik’), *zoomol* (’ráközelít’, ’ránagyít’)*, csekkol* (’ellenőriz’), *beflessel* (’szokatlan és erőteljes élmény hatása alá kerül’), *belinkel.*

Az angol eredetű lexémák szóösszetételben is gyökeret ereszthetnek. Az összetétel egyik tagja angol eredetű, a másik magyar: *klónkártya, blogregény, drónbicikli, botoxkezelés, chipsadó, dizájnerdarab, dizájnerdrog, kiberhadsereg, kommenthuszár, lájkvadász, offshore-lovag, patchworkcsalád, webbolt, webmester, babakocsifitnesz, köldökpiercing, könyvtrailer, testszkenner, sufnituning.*

Szóösszetétel létrejöhet analógiás hatásra. A *hamburger* szó ma már nemzetközi, a német Hamburg város nevéből származik. Az elnevezés alapja az volt, hogy a Hamburg és Amerika között közlekedő hajókon ezzel a könnyen elkészíthető, olcsó étellel etették a kivándorló utasokat. Az amerikai angol terjesztette el, a magyarba is közvetlenül az angolból került be. Tehát nem bontható összetett szóra, amelynek az előtagja a *ham*, az utótagja pedig a *burger* lenne. Az történt, hogy a *hamburger* lerövidült a *burger* kifejezésre, és ez az utótagnak vélt elem kelt újfent életre, így született a *sajtburger, betyárburger, csibeburger, sertésburger, mangalicaburger, marhaburger.*

És végül az angol lexémák szószerkezetben is megerősödhetnek, például: *online szájreklám, online kampány, online pénztárgép, freestyle foci, rapid randi.*

Az angol eredetű lexémák magyarítása

A magyarítások az idegen szavak helyett kerülhetnek be a nyelvhasználatba, azonban alkalmi, tudatos és szükségszerű neologizmusokként elterjedésük, meghonosodásuk, meggyökeresedésük mindig is kérdéses volt és az is marad. A sok tényező közül meghatározó a közízlés, valamint az, hogy a sajtóorgánumok elterjesztik-e, vagy sem.

Az egyik legnyilvánvalóbb magyarítási mód a tükörfordítás, amikor a szóösszetétel tagjait szóról szóra lefordítjuk. Például: *ételpornó – food porn* ('az élelmiszerek vagy elkészített ételek ínycsiklandozó bemutatása'); *sejtmezőgazdaság – cellular agriculture* ('az állati sejtekből előállított laboratóriumi húsok kutatása és tömeges forgalomba hozatala'); *meztelenruha – naked dress* ('ruha, amely takar is meg nem is, és keveset hagy a képzeletre');

boldogságmenedzser – mood manager ('az a személy, akinek az a feladata, hogy az adott cégnél mindenki jól érezze magát').

A neologizmusok és a magyarítások szorosan összekapcsolódnak, hiszen egy-egy idegen szóra alkotott megfelelőnek tűnő új kifejezés csakis egyszeri lehet kezdetben, és a közízlésen, valamint a szerencsén múlik, hogy elterjed-e. Nagy-nagy többsége megmarad okkazionalizmusoknak. Erre bizonyíték például az, hogy hiába kitűnő magyarítás az aerobikra a tánctorna, a szoláriumra a fényfürdő, franchiese-ra a rendszerbérlet, nem maradt fenn és nem terjedt el. (Sőt gyakran irónia tárgya is lehet, a legenda szerint a grapefruitra alkotott citrancs szóra valaki azt mondta, hogy nem citrantok.)

A Szómagyarító honlap (www.szomagyarito.hu) web2-es honlap, tehát kizárólag a látogatói szolgáltatják a tartalmat, 2010 óta működik, amelyen jelen pillanatban 14.555 idegen szóra 19.787 magyarítás olvasható. Az alábbiakban a C betűs angol szavai közül kívánom bemutatni néhánynak a magyarítását. (Ez utóbbiak is természetesen neologizmusok.) Tehát a neologizmus (angol szó) megfelelője szintúgy neologizmus (a magyarítás).

A celeb szóra a következők születtek (53): *rivaldabogár, nyalkamáté, csacsogány, vihorász, arcművész, tüncibaba, percember, illegi-billegi, perchíresség, arcedzett, anyámasszony sztárocskája, képernyőhősike, bóvliarc, senkicske, nyüzsipofa, médiakonkoly, tiszavirág, képernyőmákvirág, lepkeagy, médiasáska, kérészjófej, gagyi kivagyi, szilikonfiú, szilikonlány, gipszcsillag, majmonc, vaktöltény, ketrecarcos, talminátor, üres kasfi, üres kasleány, bulvárbálvány, kameraviszketeg, perc-jófej, kámforripacs, gyügyüke, luficsúcsmenő, médiafagyöngy, pinyő, talpfafej, dobozkontár, lobbadt, rivaldamajom, semmihaszna, csillőr, elszálltságok, talmincs, villan-csillag, ismerönc, hirhedtség, sztárocska, hírenc, műsorarc.*

A létrejöttük módját tekintve az arány a következő:

Szóösszetétellel keletkezett: *rivaldabogár, nyalkamáté, arcművész tüncibaba, percember, perchíresség, arcedzett, képernyőhősike, bóvliarc, nyüzsipofa, médiakonkoly, képernyőmákvirág, lepkeagy, médiasáska, kérészjófej, szilikonfiú, szilikonlány, gipszcsillag, bulvárbálvány, kameraviszketeg, perc-jófej, kámforripacs, luficsúcsmenő, médiafagyöngy, talpfafej, dobozkontár, rivaldamajom.* Szóképzéssel: *csacsogány, vihorász, senkicske, majmonc, gyügyüke, pinyő, lobbadt, csillőr, elszálltságok, talmincs, ismerönc, hirhedtség, sztárocska, hírenc.* Szószerkezet a magyarítás: *anyámasszony sztárocskája, gagyi kivagyi, üres kasfi, üres kasleány.* Szóösszerántással: *talminátor* (*talmi* + *terminátor*); jelentésbővüléssel: *tiszavirág*, *vaktöltény*; ikerítéssel: *illegi-billegi, villan-csillag*; szándékos szóferdítéssel: *ketrecarcos, semmihaszna.* Stilárisan ironikus *a rivaldabogár, nyalkamáté, arcművész tüncibaba, percember, perchíresség, képernyőhősike, bóvliarc, nyüzsipofa, médiakonkoly, képernyőmákvirág, lepkeagy, médiasáska, kérészjófej, szilikonfiú, szilikonlány, gipszcsillag, bulvárbálvány, kameraviszketeg, perc-jófej, kámforripacs, luficsúcsmenő, médiafagyöngy, talpfafej, dobozkontár, rivaldamajom, csacsogány, vihorász, senkicske, majmonc, gyügyüke, pinyő, lobbadt, csillőr, elszálltságok, talmincs, ismerönc, hirhedtség, sztárocska, hírenc, anyámasszony sztárocskája, gagyi kivagyi, üres kasfi, üres kasleány, talminátor, tiszavirág, vaktöltény, illegi-billegi, villan-csillag, ketrecarcos, semmihaszna.* A rosszra, az elítélendőre született a magyarítások többsége. Ennek az oka az elutasítottsága ennek a státusnak, „foglalkozásnak".

A *campus* szóra a következő magyarítások születtek: *egyetemváros, tantér, egyetemi körzet, egyetemkert, tantelek.* Egy kivételével mind szóösszetétel. A coach szóra az alábbiakat javasolták: *életvezetési tanácsadó, edző, üzleti edző, céledző, lélekedző, életvezető, mentális tréner, személyiségfejlesztő, kócs, agytréner, módmutató.*A coach többjelentésű, ezt tükrözik a magyarítások is. A catering szóra a *kajafutár-szolgálat, otthonpincér, vendégélelmezés, étkeztetés, ételszállítás, vendéglés, távetető* kifejezéseket ajánlották a honlapon.

Összegzésként elmondhatjuk, hogy a bemutatott angol szavak különböző okok miatt kerülnek a magyar nyelvbe, nyilvánvaló a jelenlétük, de meg lehet próbálni az anyanyelvi helyettesítésüket.

A kutatás folytatható még további idegen szavak magyarításának a vizsgálatával abból a szempontból, hogy az internetes kereső alapján mennyire terjedtek el, mennyire és milyen stílusrétegben, kontextusban tölthetik be a találó szinonima szerepét. Azonban ez már egy újabb tanulmányt kíván.

IRODALOM

1. Medgyes Péter. Az angol nyelv és a globalizáció. *Educatio* 31., 2022.
2. Minya Károly. A neologizmusok hálózatos rendszere. *Magyar Nyelvőr*, 2022. 476–489.o.
3. Sólyom Réka. *A mai magyar neologizmusok szemantikája.* Nyelvtudományi Értekezések 165. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2014.
4. Szathmári István 2004. *Stilisztikai lexikon. Stilisztikai fogalmak magyarázata szépirodalmi példákkal szemléltetve.* Budapest: Tinta Könyvkiadó, 2004. 154.o.
5. Terestyéni Ferenc. A neologizmusok kérdéséhez. *Magyar Nyelvőr*, 51. 1955.