

Лапенков Д.С., Минякова Н.И., Олейник О.В.
Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)
Оренбургского государственного университета
E-mail: lang_f@ogti.orsk.ru

РОЛЬ И МЕСТО АНГЛО-АМЕРИКАНИЗМОВ СРЕДИ НЕОЛОГИЗМОВ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

В статье рассматриваются проблемы английских и американских заимствований в современном немецком языке. Дается классификация заимствований на современном этапе развития немецкого языка, а также говорится о процессах и источниках заимствований. Примеры, приводимые в статье, показывают широкий круг социально-культурных аспектов, являющихся полем применения современных заимствований в немецком языке.

Ключевые слова: англо-американизмы, неологизмы, заимствования, развитие языка, источники заимствования.

Новые явления в языке необходимо рассматривать во взаимодействии социальных и внутривидовых закономерностей. Процессы взаимодействия языков и, как следствие, обогащение их словарного состава оказываются обусловленными социальными факторами.

Процесс численного возрастания словарного состава немецкого языка за счет иностранных слов принято называть заимствованием. Последним по времени пластом заимствований в немецком языке являются англо-американизмы, получившие распространение после Второй мировой войны. XX век ознаменовался постоянным расширением международных контактов, а интеграционные процессы в Западной Европе второй половины ушедшего столетия вызвали необходимость создания единого языка, который мог бы выполнять функции посредника в межкультурной коммуникации. Функции языка мирового (глобального) общения возлагаются на английский язык. Его влияние на европейские языки постепенно усиливается, особенно с появлением «массовой культуры». Английский язык – не только самый популярный иностранный язык, но он обладает высоким социальным и культурным престижем.

Немецкая культура явилась одной из наиболее проницаемых для реалий англо-американского образа жизни, а немецкий язык вобрал за последние 100–150 лет не одну тысячу слов из американского и британского вариантов английского языка.

Различают три типа лексических изменений:

1) спонтанные изменения «снизу», обусловленные внутренними процессами развития языка;

2) изменения, вызванные общественно-политической ситуацией и, следовательно, связанные языку «извне» (говорящим жестко предписывается овладение языком в новом для них коммуникативно-стилевом варианте);

3) освоение большого количества заимствований в целях коммуникативного престижа [Guy, 1999: 48].

Р. Райер и А. Бауманн отмечают, что для ФРГ в период с 1950 по 1990 год был характерен третий тип языковых изменений. Для новых федеральных земель на востоке Германии характерны второй и третий типы языковых изменений [Reiher, Baumann, 2000].

Процесс заимствования можно теоретически обосновать и математически смоделировать. Этот процесс обнаруживает S-образное течение [Best, 2000: 49]. Это означает, что в зависимости от времени интенсивность проникновения иностранных слов в лексический фонд немецкого языка неодинакова. Имеются фазы, когда этот процесс постепенно начинается, далее он набирает темп до момента, когда рост заимствований замедляется и почти прекращается.

Согласно исследованию С.В. Мангушева, в немецком языке количество слов, заимствованных из английского языка, в текстах определенной тематики («спорт», «развлечения», «кинематограф») может достигать до 7% использованной лексики [Мангушев, 2002: 5].

По мнению ряда авторов, среди всех заимствований англицизмы являются самой частотной лексикой в речи носителей немецкого языка [Россикина, 2001: 109–110] и «уже никто не может обойтись без этих слов» [Zimmer, 1998: 10]. Молодежь считает англизированный немец-

кий язык единственно нормальным способом выражения. Американская культура является молодой, современной, динамичной, сексуальной, эти качества передаются словарному составу английского языка, что обеспечивает наличие определенной привлекательности называемых предметов, ср.: *Unterhose – Slip, Laden – Shop, Höhepunkt – Highlight, Wochenende – Weeken*.

Е.В. Розен обеспокоена чрезмерной инвазией американизмов в немецком языке, но изучение семантики заимствованных из английского языка и его американского варианта слов и коллоквиализмов позволило автору сделать вывод о том, что говорить о «засилии» данной лексики в немецком словаре было бы неверно [Розен, 2000].

Исследователи англо-немецких контактов сходятся во мнении, что именно американский вариант английского языка оказывает значительное влияние на словарь современного языка, а частотность американизмов в речи немцев постоянно растет. Однако анализ частотной характеристики англо-американизмов, проведенный Мангушевым С.В., указывает на преимущество англицизмов над американизмами и в письменной речи на немецком языке [Мангушев, 2002: 5].

Вследствие определения незначительного влияния географического фактора на процесс взаимодействия современных языков, акцент в исследовании перемещается на остальные факты экстралингвистического характера, обусловленные политическими, экономическими и социальными контактами индивидуумов – носителей различных культур. Поэтому в качестве причин такой неологизации обычно указываются расширение международных связей, расширение и возрастающая роль средств массовой информации, научно-техническая революция, разнообразие форм идейно-политической борьбы [Мжельская, Степанова, 1983: 125].

С.В. Мангушев считает, что «англо-немецкая культурно-языковая контактная зона представляет собой область тесного взаимодействия различных культур, вектор которых направлен от англоязычной культуры на немецкий язык» [Мангушев, 2002: 15]. Автор отмечает первенство англичан и американцев в некоторых областях человеческой деятельности, что явилось причиной заимствований, образующих терминологию массовой культуры и не имеющих аб-

солютных синонимов в немецком языке. Также автор указывает на культурный изоморфизм (тождество картин мира) контактирующих языковых систем на современном этапе.

Наиболее яркие сферы таких заимствований – это области науки, конкурирующие в интернациональном плане, прежде всего естественные науки, компьютерная область, область путешествий, туризма, общественного транспорта, рекламы, моды и поп-музыки. Один из главных мотивов заимствования – потребность в наименовании новых вещей: *Scanner, Browser, Software*. Англо-американизмы эстетически более привлекательны, чем немецкие эквиваленты: *Trash Look – Müllaussehen, Bike – Fahrrad, Event – Veranstaltung*, вследствие этого в сфере легкой промышленности при наименовании товаров чаще стали прибегать к употреблению английских слов, например: *Der Starunterden Designernbekam Ovationen für die super coolen Outfits mit den trendigen Tops im Relax-Look* [Lisa, 2005/30]. – *Звезда в обществе дизайнеров заслужила овации за крутой внешний вид, выразившийся в модных топах свободного стиля*.

Многие авторы указывают на конкретные причины перехода слов из одного языка в другой: тенденция к немотивированности или, наоборот, мотивированности языкового знака [Павлов, 1985: 2527; Смедкой, 1975: 121]. С тенденцией к появлению в языке немотивированных или частично мотивированных знаков взаимосвязано стремление носителей языка к «краткости лексического номинативного средства» [Павлов, 1985: 26–27].

Так, хотя в немецком языке уже имелось слово *der Geruchssinn*, после 1968 года появляется заимствование *das Flair* со значением «*аура, которая делает человека или вещь привлекательной*», а также *die Anstrengung – der Stress, das Hochschulgelände – der Campus*.

Реализация данной тенденции, для которой характерна односложность как результат свертывания многокомпонентных лексем, сопровождается снижением уровня мотивированности лексемных образований, ослаблением или утратой части признаков их детализированных внутренних форм. Семантический анализ заимствований, их прототипов и синонимов в немецком языке показывает, что заимствуются слова, имеющие, как правило, либо частично, либо полностью мотивированную внутреннюю фор-

му [Шанский, Боброва, 1997: 80] (это не относится к монокультурным терминам и словам, сохраняющим в какой-то мере культурный след донора, например: *tennis, golf* и т. д.).

Не наблюдается появление или существование в немецком языке большого количества абсолютных синонимов. Так, существительное *die Kids*, служащее синонимом к слову *die Kinder*, чаще используют для обозначения подростков, молодых людей нынешнего поколения, более продвинутых и современных. Если принимать во внимание стилистическую дифференциацию заимствований в сравнении с исконными синонимами (типа *der Junkie – Drogenabhängiger; der Killer – der Mörder*), то абсолютных эквивалентов наберется не более нескольких десятков, и их число не превышает 2–3% от общего количества заимствований из английского языка.

Языковой контакт представляет собой взаимодействие двух или более языков, оказывающее влияние на структуру и словарь одного из них. Результатом языкового контакта является взаимодействие экстралингвистических и внутриструктурных факторов и может быть представлен в виде нескольких моделей.

Наиболее продуктивными являются модели заимствования существительных, несущих лингвоэнциклопедические знания о культуре языка-донора, не имеющих абсолютных синонимов в языке-акцепторе (*die Jeans, das T-Shirt, der CD-Player, der Videorecorder, das Handy, die Leggings*). Заимствования, которые не имеют абсолютных эквивалентов, относятся к сфере массовой культуры XX в. (*das Pop-Ikon, der Hip-Hop, das Techno, der Brit-Pop – «britisch pop», der Retro-Popper-Look – «попсовый внешний вид в стиле 1980-х годов»*), а некоторое количество существительных – к высокочастотной лексике контактирующих языков. Перемещение этих слов в немецкий язык носит закономерный характер и поддерживается такими внутриструктурными детерминантами, как экономия языковых усилий (синтагматическая экономия) и тенденция к коммуникативной четкости лексических единиц.

Широко известно перемещение аббревиаций из английского языка, которое также связывают с рационализацией языка. Несмотря на определённые недостатки, эти заимствованные слова действительно экономны, ибо значительно сокращают «площадь» словесных знаков. Например, *EBAY* от *electrobuy* – «электронная

покупка, самый большой интернет-магазин»; *der DJ* от *discjockey*; *das AIDS* от *Acquired Immune Deficiency Syndrome* – «вирус иммунодефицита человека, СПИД»; *der VIP* от *very important person*; *Blog, Vlog* от *web-log, video-log* – «активированная домашняя страничка в Интернете».

Особую модель языкового контакта представляет появление в языке-акцепторе существительных, имеющих в немецком языке однословные эквиваленты, не обнаруживающие размежевания значения в контактной зоне. Заимствование слов данной группы обуславливается рядом экстралингвистических и внутриструктурных факторов. В прессе такие синонимы находят поддержку в стремлении избегать тавтологических излишеств.

Д. Циммер пишет, что основной особенностью немецкого языка последних десятилетий являются трудно поддающиеся исчислению псевдослова, которые были образованы путем быстрого «склеивания» обломков слов, часто неясного интернационального и англо-американского происхождения. Порою трудно определить, где одна языковая форма заканчивается и начинается действовать другая, и о каком языке вообще идёт речь. Эти слова, кроме своей новизны, не обладают ничем примечательным, не находя применения в художественной литературе. «Нормальных» слов они, к сожалению, не образуют. Создаётся впечатление, что развивается новый, интернациональный язык, слова которого состоят преимущественно из сокращённых, наспех склеенных элементов трёх языков (греческого, латинского и английского): *taxi, mega, mikro, super, neo, anti, euro, techno, Center, Park, Shop, Studio, Szene*. У этого «языка» отсутствует грамматика и служебные слова, которые способствуют организации грамматических отношений, поэтому этот словарный состав вынужден приспособляться к единичным языкам [Zimmer, 1998: 23].

Согласно П. Поленцу [Polenz, 1999: 402] среди заимствований следует различать: 1) *Lehnübersetzungen* (кальки) – слова, состоящие из материала родного языка, но построенные по иноязычной словообразовательной модели, где происходит перевод морфемы за морфемой или слово за словом, например, *das Blumenkind* от *flower child* – «сторонник движения хиппи», *die Pille* от *the pill* – «противозачаточные таблетки», *Sinnmachen* от *to make sense* –

«иметь смысл»; 2) Lehnübertragungen – в отличие от первой группы более свободные образования, где близкий перевод наблюдается только у некоторых частей слова, *der Wolkenkratzer* от *sky-scraper* – «небоскреб», *Weltnetz* от *world wide web* – «всемирная компьютерная сеть»; 3) Lehn schöpfungen – здесь нет ни соответствия, ни схожести с иноязычным образцом, *die Niethose* от *(blue) jeans*; 4) Lehnbedeutungen – заимствуется значение у схожего по смыслу слова, например, глагол *schneiden* приобрел значение «игнорировать, не обращать внимания, смотреть сквозь пальцы» от английского слова *to cut*.

Современный немецкий язык изобилует английскими заимствованиями, но сегодня он уже не в силах ассимилировать весь поток новых слов. Процесс онемечивания англо-американизмов подразумевает «присвоение», например, существительным, грамматического рода, числа и падежа. Но в немецком языке встречаются слова, имеющие двойную маркированность: *die E-Mail* или *das E-Mail* – «электронная почта». Возникают проблемы и с образованием множественного числа: *Notebook* (*переносной компьютер*) – *Notebooks*, но *User* (*пользователь*) – *User* (не *Users*), *die Flyer* (*гарантия скидки при входе или при покупке напитков на дискотеках*) или *die Flyers*. Колебания в определении рода и в форме множественного числа обнаруживают существительные: *Multimedia* и *Modem* (*die Modems* или *die Modeme*, *der Modem* и *die Modemen*).

Некоторые заимствования всегда будут оставаться таковыми, не поддаваясь ассимиляции. Так, некоторые прилагательные, пришедшие в немецкий язык из английского, не имеют степеней сравнения. Можно встретить: *ein cooler Typ* (*классный тип*), *ein softes Waschmittel* (*бережное моющее средство*).

Чем «моложе» заимствованное обозначение [Розен, 2000: 149], тем более оно формально отличается от немецких и ранее заимствованных слов. Так, графика наименования *touch Screen* соответствует английской орфографии, в немецком языке нет буквенного сочетания *scr*, а имена существительные пишутся с заглавной буквы. Другое заимствованное сложное слово *das Jointventure* (= *Gemeinschaftsunternehmen*), сохраняя в целом английскую графику, подчиняется немецкой орфографии: как существительное оно пишется с заглавной буквы.

Контрактура *Hightech* первоначально самостоятельно не использовалась, будучи определенной частью различных слов: *Hightech-Produktionsanlagen*, *Hightech-Bereich*, *Hightech-Demonstrator*. В рекламных текстах и заголовках можно встретить *das Hightech* в самостоятельном употреблении. Каждая из частей этого слова встречается в других сочетаниях: *die High fidelity Hi-Fi* – «высокая точность воспроизведения», *die Highsociety* – «высшее общество», *das Highlife* – «жизнь высшего общества», *der Highball* – «хайбол» (виски или ликер, разбавленный минеральной водой). Например: *Die Münchener Highsociety strickte daraus ihr eigenes Thema: Wie erfolgreich darf die Frau eines erfolgreichen Managers sein* (Bunte 1998/ 51)? <Мюнхенское высшее общество интересуется тем, насколько может быть удачлива жена успешного менеджера?>

Усеченное *Tech* употребительно, но его «расшифровка» для немца не представляет трудности (*Tech* – *Technik*), поэтому новое слово *das Braintech* по крайней мере в своей финальной части понятно. Ср.: *Das Braintech* – обобщенное наименование медицинских препаратов, успокаивающие действующих на психику, *das Brainbuilding* «психоаутотренинг». С основой *brain* – известные сравнительно новые обозначения: *der Braintrust* – «мозговой трест» (*группа экспертов, консультантов*), *das Brainstorming* – «мозговая атака» (*обмен мнениями между специалистами для оптимального решения какой-либо проблемы*), *der Braindrain* [*breindrein*] – «утечка мозгов» (*эмиграция специалистов в другие страны*), в сленге *Brainstorm* – «раздумья». Так, отличаются следующие сленгизмы с *Jet*-. *Jet-setter* – «известные, богатые люди», *Jet-set* – «обеспеченный класс общества», *Jet-set-Geselle* – «молодой человек из высшего общества», *jetten* – «улетать».

Слово, которое образовалось в результате соединения иноязычного и немецкого компонента, называют «гибридным» [Розен, 2000: 151]. Слова-гибриды облегчают иностранному слову вхождение в систему немецкого языка. Новизна чужого, иноязычного слова «снимается» частично, если носителю немецкого языка известны какие-либо структурные аналоги соответствующих обозначений, понятна словообразовательная форма, если возможны ассоциации с ранее известными словами той же или иной этимологии. Например, *der Nebenchecker* – «со-

сед», *der Soundtempel* – «дискоотека», *Mauspad* – «специальный коврик, который улучшает работу компьютерной мышки».

По оценке М.С. Романовой, заимствование экспрессивных англицизмов или наделение такой лексики экспрессией в самом немецком языке является специфичной чертой социолекта молодежи по сравнению с литературным языком [Романова, 2001: 107]. Для молодежного социолекта характерно употребление англицизмов, которые несут в себе оценочное и эмоционально-оценочное отношение говорящего к действительности. Оценочность может заключаться во внутренней форме слова или появляться в результате добавления внешних формальных элементов.

Е.А. Земская выделяет следующие ономастические типы англо-американизмов:

1. Номинативный (самый распространенный тип), с привлечением прагматических коннотаций. В подавляющем большинстве случаев американизмы выполняют номинативную функцию – служат для наименования предметов и явлений действительности, прежде всего тех, которых не было и нет в Германии. Например: *green card* – «вид на жительство», *sale* – «распродажа», *steak* – «бифитекс».

2. Служащие для самовыражения, самоутверждения, в какой-то мере для саморекламы людей, которые стремятся повсеместно вставлять в речь англицизмы. В этом случае речь говорящего изобилует восклицаниями, междометиями (*well, why, o.k.*). Ср.: *Küzel wie «4 u» (for you) finden im Deutschen besonders schnell Akzeptanz; sie sind ultimative Vereinfachungen des ohnehin prägnanten und auch deshalb so erfolgreichen SABE (Standard American-British English)* [Spiegel 2005/ 30]. <Знаки сокращения «4 u» (для тебя) быстро нашли применение в немецком; они являются ультимативными упрощениями без того четкого и из-за этого же успешного стандарта английского языка>.

3. Экспрессивно-стилистический тип, использующий для выражения отношения к тому, о чем идет речь, иногда – шире – к США и американскому образу жизни вообще. Это может быть ирония, высмеивание, легкая шутка.

Заимствования выступают, по преимуществу, фактором внешнего развития лексического фонда и в то же время до известной степени переплетаются с внутренними особенностями словарного состава, будучи связаны с генетической дифференциацией лексического фонда.

За последние десятилетия в ФРГ и в других немецкоязычных странах произошли радикальные перемены – изменились политические условия жизни носителей языка, наблюдаются значительные сдвиги в экономике и совершенствование социальных систем. Все это в сочетании с общими для европейской культуры техническими и материальными новшествами не могло не сказаться на количественном росте современного вокабуляра, на формировании отдельных его участков. Экстралингвистические факторы обусловили образование новых слов для возможности общения в новых языковых условиях, что привело к интенсификации образования сленга. В свою очередь источником появления новых номинаций в молодежном сленге являются внешние заимствования из английского языка. Заимствования и активизация в образовании сленга, вовлечение их в коммуникативные структуры и дальнейшее изменение введенных номинаций являются характерными особенностями процесса неологизации.

Вопрос о возникновении и классификации новых слов напрямую связан с понятием нормы как формой существования языка. Когда появляется, заимствуется новое слово или формируется новое значение, возникает потребность в оценке языкового явления в плане нормы / отклонения от нормы.

14.01.2013

Список литературы:

1. Мангушев, С. В. Закономерности ассимиляции англо-американизмов в немецком языке (на материале прессы и толковых словарей) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / С. В. Мангушев. – Самара : СамГПУ, 2002. – 15 с.
2. Мжельская, О. С. Новые англицизмы в русском языке / О. С. Мжельская, Е. И. Степанова // Новые слова и словари новых слов. – Л. : Наука, 1983. – С. 125–129.
3. Павлов, В. М. Понятие лексемы и проблема отношений синтаксиса и словообразования / В. М. Павлов. – Л. : Наука, 1985. – 300 с.
4. Розен, Е. В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке / Е. В. Розен. – М. : Менеджер, 2000. – 192 с. – ISBN 5-8346-0079-4.
5. Романова, М. С. Специфика функционирования англицизмов в немецком молодежном языке : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / М. С. Романова ; Сам. гос. пед. ун-т. – М., 2001. – 180 с.

6. Россихина, Г. Н. Новый англо-немецкий язык: угроза и реальность? / Г. Н. Россихина // Филологические науки. – 2001. – № 2. – С. 109–116.
7. Шанский, Н. М. О национально маркированной номинации в русском языке / Н. М. Шанский, Т. А. Боброва // Русский язык в школе. – 1997. – № 6. – С. 79–83.
8. Guy, G. R. The sociolinguistic types of language change / G. R. Guy // Diachronica. – Hildesheim, 1999. – Vol. 7, № 1. – P. 47–67.
9. Reihner, R. Mit gespaltener Zunge? Die deutsche Sprache nach dem Fall der Mauer / hrsg. R. Reihner, A. Baumann. – B.: Aufbau Taschenbuch Verl., 2000. – 277 s.
10. Best, K.-H. Unser Wortschatz. Sprachliche Untersuchungen / Karl-Heinz Best // Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende: Sprachkultur oder Sprachverfall / hrsg. von Karin M. Eichhoff-Cyrus und Rudolf Hoberg. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2000. – S. 35–52. – ISBN 3-411-70601-5.
11. Polenz, P. Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart / Peter Polenz. – Bd. 3: 19. und 20. Jahrhundert. – Berlin, New York: de Gruyter, 1999. – 482 s. – ISBN 3-11-014344-5.
12. Zimmer, D. Deutsch und anders – die Sprache im Modernisierungsfieber / Dieter Zimmer. – Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, 1998. – 383 s.
13. Lichtungen: Zeitschrift für Literatur, Kunst und Zeitkritik. – Graz. – 2004. – № 99. – 120 s.
14. Spiegel, Der: Das deutsche Nachrichtenmagazin. – Hamburg. – 2005. – № 30. – 154 s.
15. Bunte: Illustrierte. – Offenburg / Baden. – 1998. – Heft 51. – 122 s.

Сведения об авторах:

Лапенков Денис Сергеевич, заведующий кафедрой английского языка, теории и методики обучения английскому языку Орского гуманитарно-технологического института (филиала) Оренбургского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент, e-mail: oscarr21@yandex.ru

Минякова Наталья Ивановна, декан факультета иностранных языков Орского гуманитарно-технологического института (филиала) Оренбургского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент, e-mail: lang_f@ogti.orsk.ru

Олейник Ольга Викторовна, заведующий кафедрой немецкого и французского языков, теории и методики обучения немецкому и французскому языкам Орского гуманитарно-технологического института (филиала) Оренбургского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент, e-mail: olejnik-troizkaja@yandex.ru
462403, г. Орск, пр. Мира, 15а

UDC 81'44

Lapenkov D.S., Minyakova N.I., Olejnik O.V.

Orsk Humanitarian and Technological Institute (the branch of) Orenburg state university

E-mail: lang_f@ogti.orsk.ru

THE ROLE AND THE PLACE OF ANGLO-AMERICANISMS AMONG THE NEOLOGISMS OF MODERN GERMAN

The article deals with the problems of English and American borrowings in the modern German language. The classification of borrowings at the modern stage of the language development is given as well as the processes and sources of borrowings are spoken about. Examples given in the article show wide range of social and cultural spheres of borrowings use in modern German.

Key words: anglo-americanisms, neologisms, borrowings, language development, sources of borrowings.