

АНГЛІЦИЗМИ ТА ПРИЧИНИ ЇХ ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Застровська С.О., Семенюк Т. П.

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

У статті систематизується існуючий досвід з'ясування причин появи англіцизмів у сучасній німецькій мові та зосереджується увага на ставленні представників німецької лінгвоспільноти до інтенсивного проникнення англіцизмів у рідну мову.

Ключові слова: англіцизм, запозичення, інтра- та екстралінгвістичні причини.

Англицизмы и причины их заимствования в современном немецком языке

Застровская С. О., Семенюк Т. П.

В статье систематизируется существующий опыт выяснения причин проникновения англицизмов в современный немецкий язык и уделяется внимание отношению представителей немецкого лингвосообщества к интенсивному внедрению англицизмов в родной язык.

Ключевые слова: англицизм, заимствование, интра- и экстралингвистические причины.

Постановка проблеми. Характерним для нашого часу є прагнення до глобальної інтернаціоналізації, наслідками якої є мовні контакти. Сучасні мовні контакти відбуваються з високим ступенем інтенсивності, цьому сприяють міжнародний освітній обмін, мережі радіо і телебачення, Інтернет, політичні міжнародні зв'язки і т. д. Співпраця та взаємодія представників різних культур зумовлює проникнення в словниковий запас нових слів шляхом їх запозичення з інших мов. Саме лексична система є більш відкритою для іншомовних елементів. У зв'язку з цим проблема запозичення іншомовних лексем на сьогоднішній день залишається **актуальною**.

Отже, **метою статті** є з'ясувати причини появи англіцизмів у сучасній німецькій мові та ставлення до цієї проблеми німців.

Мета передбачає розв'язання таких **завдань**: – систематизувати існуючий досвід з'ясування причин проникнення англіцизмів у сучасну німецьку мову; – зосередити увагу на ставленні представників німецької лінгвоспільноти до інтенсивного процесу проникнення англіцизмів у німецьку мову.

Об'єктом дослідження є англіцизми та англо-американізми у німецькій мові на **предмет** їхньої релевантності та необхідності асиміляції у систему німецької мови. Оскільки робота має оглядовий характер, то **матеріалом**

дослідження слугували доробки російських та німецьких науковців, лексикографічні джерела, Інтернет-ресурси та фрагментарно твори художньої літератури.

Кінець ХХ – початок ХХІ століття позначився процесом інтенсивної взаємодії різних мов і формування загального словникового фонду.

Що стосується німецької мови, то більшість нинішніх запозичень унаслідок взаємодії мов приходять саме з англійської мови, яка є мовою міжнародного спілкування. Англійська мова збагатилась численними новими поняттями, синонімами та словами-паралелями: *Bodybuilding, Cracker, Dress, Eyeliner, Flanell, Football, Shorts, Jogginganzug, Jersey, Knockout, musical, Make-up, Mixed Grill, New Look, Outfit, Pop, Punk*.

Вживання англіцизмів останнім часом стало показником яскравості, модної приналежності, слідування світовим тенденціям.

Англійські запозичення в німецькій мові відомі з ХV століття, що зумовлювалось значними суспільно-політичними подіями. Інтенсивний приплив англо-американізмів спостерігався після Другої світової війни. Цій тенденції сприяв поділ території Німеччини на окупаційні зони, дві з яких займали США і Великобританія, унаслідок чого між цими державами і ФРН існувала тісна політична, економічна і культурна взаємодія.

В останні два десятиріччя спостерігається справжній бум англо-американських запозичень у німецькій мові. Це явище привертає до себе неабиякий інтерес лінгвістів, про що свідчить велика кількість публікацій і досліджень (С. В. Гриньов, Г. О. Патрикєєва, Th. W. Adorno, S. Bohmann, W. Yang, G. Zifonun і т. п).

Під **запозиченням** варто розуміти, на нашу думку, перш за все, слово або словосполучення, які перенесені з первинної мови в мову-рецепієнт в результаті мовних контактів з подальшою асиміляцією в новому мовному середовищі [2, с. 7].

Як зазначає Х. Глюк, відповідно до мовного лексикону Метцлера, **англіцизми** (англо-американізми) – це запозичення з англійської мови, які певним способом інтегрувалися в німецьку мову [7, с. 42].

Вслід за В. Янгом визначаємо **англіцизми** як родові поняття для запозичень з американської англійської (АЕ), британської англійської (ВЕ), а також інших мовних округів, таких як Канада, Австралія, Південна Африка та ін. [11, с. 7].

Англіцизми масово проникають в німецьку мову, викликаючи захоплення в молодого покоління та страх і нерозуміння в тих, хто виріс на творах великих німецьких класиків і не впізнає німецьку мову сучасності. Надмірне вживання англіцизмів завдає труднощів для носіїв німецької мови, особливо якщо йдеться про вузько спеціальні поняття. Наведемо приклад із художньої літератури (розмова між пасажиром, який вперше має летіти літаком, та оператором довідкового бюро):

Fridolin trat näher. „Guten Morgen.“

Eine junge Dame in Uniform lächelte gültig.

„Ich möchte mit dem nächsten Flugzeug nach Rom fahren.“

„Fliegen!“ meinte die junge Dame.

„Fliegen, natürlich. Was muß ich da tun? Es ist mein erster Flug.“

Die junge Dame betrachtete ihn mit Neugier. Nicht jeden Tag sieht man auf dem Flughafen einen erwachsenen Menschen, der zum ersten Mal fliegt.

*„Also, das ist ganz einfach“, sagte sie freundlich, „**das Ticket** bekommen Sie drüben an unserem **Ticket-Counter**. Wenn Sie ein Auto haben, so lassen Sie es draußen auf dem **Parking-Lot**, der **Attendant** wird sie einweisen. Die nächste Maschine nach Rom ist zwar **fully booked**, aber wir setzen Sie auf **die Waiting-List**. Es gibt immer wieder ein paar **No-Shows** oder **Last Minute Cancellations**. Da haben Sie heute gute **Chancen**. Aber seien Sie auf jeden Fall dreißig Minuten vor **Take-off** am **Handling-Counter**. Da schließen wir nämlich **das Load-Sheet** ab. Und wenn Sie dann **eingescheckt haben**, verlieren Sie Ihre **Boarding-Card** nicht. Wenn Sie zum **Duty Free Shop** gehen, überhören Sie nicht **den Last und Final Call**. Gehen Sie lieber*

schon vorher zum Exit B 18. Wenn Sie overweight sind, kostet die excess-baggage ein Prozent der first class single fare. Hand luggage dürfen Sie mit in die Kabine nehmen. Baggage claim kommt auf Ihr Ticket. Unterwegs gibt's einen snack, und non-alcoholic drinks sind auch in der Economy-class free of charge. Haben Sie alles verstanden?“

„Vollkommen“, sagte Fridolin ehrfurchtsvoll, „aber sagen Sie mir bitte: In welcher Sprache haben Sie mir das erklärt?“

„Na, in Deutsch natürlich!“ antwortete die junge Dame leicht indigniert und wandte sich dem nächsten Flugreisenden zu. [4, с. 90-91].

Одне з питань, які стоять в центрі лінгвістичних розвідок, є *причини* появи англіцизмів в німецькій мові.

Традиційно виділяють **екстралінгвістичні** (зовнішні) та **інтралінгвістичні** (внутрішні) причини запозичень.

Так, С. В. Гриньов, проаналізувавши роботи багатьох лінгвістів, які висвітлювали дану проблему, зараховує до **екстралінгвістичних** такі причини: 1) культурний вплив одного народу на інший; 2) наявність усних або писемних контактів країн з різними мовами; 3) підвищення інтересу до вивчення тієї або іншої мови; 4) авторитетність мови-джерела (що іноді призводить до запозичення багатьма мовами і появи інтернаціоналізмів); 5) історично обумовлене захоплення певних соціальних верств культурою чужої країни [1, с. 160].

Х. Лангер у своїй праці „Zum Einfluss des Angloamerikanischen auf die deutsche Sprache der Gegenwart“ виділяє такі важливі чинники, які сприяють проникненню англіцизмів в німецьку мову [8, с. 69-73].

Етимологічний чинник. Його основою є спорідненість мов, що особливо діє у випадку англійської та німецької мов, які розвинулися в результаті географічного розподілу зі спільної основи. Досі існує багато споріднених слів у цих двох мовах, які відрізняються найчастіше за формою, але все ж є достатньо зрозумілими носіям цих двох мов.

Морфологічний чинник, який тісно пов'язаний зі стилістичним. Так, німецька мова охоче запозичує англійські слова через те, що вони є коротшими, ніж німецькі.

Соціально-психологічний чинник. Уживання слів іншомовного походження робить мовця приналежним до певного привабливого для нього кола. У цьому разі слова іншомовного походження мають сигнальну функцію, яка привертає увагу людей, котрі вживають слова іноземного походження, щоб належати до окресленої ними ж самими групи людей, яка є особливою через вживання слів іншомовного походження.

До **внутрішньолінгвістичних** причин запозичень зокрема В. Янг [11, с. 118] відносить:

1) колорит (Kolorit); 2) мовну економію (Sprachökonomie, Präzision und Kürze); 3) варіативність висловлень (Ausdrucksvariation); 4) евфемізацію (Euphemismus, Verschleierung); 5) педагогічний аспект (Pädagogischer Aspekt).

1) **Колорит** пов'язаний з відсутністю у рідній мові еквівалентного слова для нового предмета, явища або поняття. Дослідники називають такі прогалини *лакунами*. У фонологічному і в семантичному плані під лакуною розуміють нічим не зайняте місце у мові, що запозичує, вільне для заповнення його словами чи виразами з мови-джерела (лакуна (лат. Lacuna; нім. Lakuna/Lacune; англ. gap) – мовний “пропуск“/ „прогалина“ (sprachliche Lücke) [6, с. 856].

Ю. Пфітнцер називає це явище колоритом англійської мови та виділяє три його різновиди: *локальний, фаховий та соціальний* [9, с. 39-40].

Англіцизми, які відносяться до *локального колориту* – це слова іншомовного походження на позначення закладів та організацій, які не трапляються в німецькомовному просторі і через те зберігають за собою позначення, що закріплені за ними там, де вони існують: *Campus, Freedom-Song, Gospel, Smog*.

Фаховий колорит англо-американізмів виділяється концентрацією на фахових та професійних аспектах діяльності певної групи людей: *Code, Computer, Publicity, Manager*.

Соціальний колорит характеризується приналежністю до певного культурного прошарку, який може бути організованим за віковими показниками, інтересами, світоглядом: *Band, Bar, Beat, Girl, Campus, Jeans, Job, Hippie, Love-in, Sit-in*.

2) **Мовна економія.** Під поняттям “мовної економії” розуміють намагання за допомогою мінімального мовного матеріалу досягти максимального мовного ефекту [11, с. 123]. Ця функція реалізується через використання одного запозиченого слова замість описового звороту (тенденція до економії мовних засобів). Наприклад, *Stress* замість *den Körper belastende, angreifende, stärkere Leistungsanforderung*, *Designer* замість *Formgestalter für Gebrauchsgüter*, *Action* замість *ereignis- oder handlungsreicher, dramatischer Vorgang* [11, с. 124].

Як зазначає С. Боманн „В німецькій мові потрібно використовувати цілі фрази, або ж речення, щоб зобразити технічний термін і часто визначення ніколи повністю не передають семантичне значення. Сюди належать англіцизми, які виражають денотативні та конотативні семантичні поняття, які відсутні у відповідному німецькому семантичному полі“ [5, с. 196].

Як приклад візьмемо англіцизм *Scanner*, для перекладу цього технічного терміну в німецькій мові не найшлось еквівалента, адже *Abtaster* чи *Abtastegerät* не достатньо точно здатні передати характеристики цього приладу. Таким чином, запозичений з англійської мови термін *Scanner* з гідністю зайняв своє місце в системі німецької мови. Теж саме стосується і терміну *Computer*. Спроби знайти німецький еквівалент виявились невдалими, адже англійський варіант і точніший, і коротший за німецький *elektronische Datenverarbeitungsanlage*.

3) **Варіативність висловлення.** Застосування англіцизмів замість німецьких відповідників мотивується тим, що, використовуючи різноманітні висловлення, ми надаємо тексту виразності та образності, уникаємо полісемії, повторів: *Bungalow – einstöckiges Sommerhaus*, *Skin – Haut*, *Baby – Säugling*, *Fan – Anhänger*.

Варіативність висловлень можлива і при появі іншомовних стилістичних синонімів, які використовуються передусім для експресивності: *Helpline – Hotline, Laptop – Notebook, Stewardess – Air-Hostess, Designer-Shop – Designer-Store, Fan – Groupie, Training – Workout, Check – Test, exklusiv – classy*.

4) **Евфемізація.** Англiцизми як евфемізми використовують у мові тоді, коли потрібно висловити або передати не дуже приємні новини чи події. Дуже часто застосовують прийом евфемізації, коли говорять про сфери життя, що так чи інакше пов'язані з криміналітетом, поганими звичками чи інтимним життям, наприклад: *Callgirls, Playgirl* або *Taxigirl* для позначення дівчини легкої поведінки, *Dealer (dealen)* – розповсюджувача наркотиків, *high* або *stoned* – того, хто перебуває під впливом легких наркотиків.

5) **Педагогічний аспект** вживання англiцизмів полягає в тому, що читача знайомлять із маловживаними англiцизмами. В роботі Yang наведено такий приклад: „*MARTINI «on the rocks» = MARTINI auf Eiswürfeln im Becherglas*“. Подаючи німецький варіант, читача готують прийняти та краще розуміти нові слова (англiцизми). І навпаки, німецьке слово може пояснюватися англійським, щоби легше зрозуміти німецький вислів, наприклад: „*Sie legt Wert darauf, ihre Möbel und Einrichtungen mit der Vokabel „zeitgenössisch“ (contemporary) zu beschreiben*“. Ці англійські вирази можуть стати англiцизмами, якщо їх будуть краще розуміти [11, с. 133–135].

Констатувавши проникнення великої кількості англiцизмів у німецьку мову та проаналізувавши основні причини їх появи, спробуємо зрозуміти, чи всі запозичення з англійської мови користуються популярністю серед німецького населення і є необхідними для функціонування німецької мови.

В. Адорно поділяє англiомовну лексику на „необхідні запозичення“ та „зайві“. До перших, на його думку, слід відносити нові найменування, які з'являються у зв'язку з появою нових об'єктів номінації – новими предметами, технічними винаходами, новими ідеями, номенклатурами. Лінгвіст вважає, що „іноземну лексику краще вживати там, де дослівний переклад є неможливим“ [3, с. 207].

Зайвими запозиченнями В. Адорно вважає англіцизми, синонімічні тим, які вже існують у мові. Основні причини вживання „зайвих“ англіцизмів дослідник вбачає в бажанні мовців підкреслити рівень високої інформованості та обізнаності, слідувати модним тенденціям, вживаючи престижніші, на їх думку, англіцизми (*happy, fashionable, Outsider, my family* і т.п.) від їхніх німецьких еквівалентів (*glücklich, modisch, Außerseiter, meine Familie*)[3, с. 208]. Таке явище стає об'єктом критики. Див. рис.1 [10, с. 8].



Рис. 1 Сатира на Denglisch .

На рисунку, крім кореспондента розважального радіо (*Fun Radio*) та працівника фітнес-центру (*FitnessCenter*), зображені люди, які виконують певні дії, а саме, як стає зрозуміло зі слів представника центру – стрибають (*hüpfen*) та крутяться (*drehen*). Проте для номінації даного процесу замість німецьких еквівалентів пропонується вживати англіцизм *Turnaroundhopping*, як зрештою, і для всіх інших видів зайняття спортивними вправами, такими, як *Running, Jogging, Walking, Climbing, Jumping, Spinning, Dancing, Stretching*. Крім того, цікавим є підпис під рисунком *Freizeit (Sporting, Turning, Gymnasting)*, який є свого роду застереженням не лише від масового засилля англіцизмів в німецькій мові, а й концентрацією уваги на змінах німецьких лексичних одиниць під впливом англійської мови. У даному випадку можна говорити про появу в німецьких словах англійського суфікса *-ing*, що призводить до утворення нового слова – (*Freizeit → Freizeitig, Sport → Sporting, Turnen → Turning usw.*)

Супротивники англiцизмiв б'ють на сполох та стверджують, що, по-перше, нiмецька мова втрачає свою колишню потужнiсть; по-друге, що вона перестає бути престижною i перетворюється на сумiш англiйської з нiмецькою, так званий "Denglisch" (Deutsch + Englisch) — сучасний нiмецько-англiйський суржик, що непомiтно i практично нестримно заповняє нiмецьку мову. Див. Рис. 2 [10, с. 39], який унаочнює заміну текстiв нiмецькою, як наприклад, *Ihr Sonnenplatz. Bräune von der Sonnenbank* відповідними англiйськими, *The SunPoint. Indoorbrowning by Solarbanking*.



Рис 2. Сатира на Denglisch.

Тенденція збільшення словникового складу мови шляхом англо-американських запозичень набула гротескних форм i навіть вийшла на державний рівень. Питання про збереження нiмецької мови як національної стало в останні роки особливо гостро. В 1997 році професор доктор В. Кремер заснував об'єднання «Нiмецька мова» в Дортмунді, яке на даний час налічує понад 14 000 членiв i активно займається проблемами нiмецької мови, а саме зменшенням використання в нiмецькій мові англiцизмiв. Об'єднання видало словник - довідник «Anglizismenliste», який вміщує 5. 085 лексичних одиниць англiйською мовою та відповідних еквівалентiв нiмецькою. Завдання такого видання полягає у наданні тому, хто говорить, чи пише, можливості вибирати, яке слово йому більше до вподоби.

Висновки. Отож, взаємодія мов та наявність систематичних i тiсних контактiв спричинила появу в нiмецькій мові великої кількості англiцизмiв, які в силу як екстра – так i інтралiнгвістичних причин, міцно укорiнилися в новому

середовищі і по-різному оцінюються носіями мови. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в розгляді способів адаптації англіцизмів до норм та особливостей німецької мови.

Література

1. Гринев С. В. Введение в терминоведение. – М.: Московский лицей, 1993. – 309 с.
2. Патрикеева А. А. Англицизмы в немецком языке (на материале языка рекламы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. – 24 с.
3. Adorno Th. W. Wörter aus der Fremde. In: Braun, P. (Hrsg.): Fremdwort-Diskussion. München, 1979. – S. 198–211.
4. Backhaus H.M. Liebling, schlaf nicht dauernd ein. – München: Wilhelm Heine Verlag, 1975. – 144 S.
5. Bohmann S. Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche / Bohmann S. – Marburg : Tectum Verlag, 1996. – S. 313.
6. Duden. Deutsches Universalwörterbuch. 5., völlig neu bearbeitete und stark erweiterte Auflage. – Mannheim: Bibliographisches Institut, 2003. – 1900 S.
7. Glück H. Gegenwartsdeutsch / H. Glück, W.W. Sauer. – Stuttgart; Weimar: Metzler, 1997. – 200 S.
8. Langer H. Zum Einfluss des Angloamerikanischen auf die deutsche Sprache der Gegenwart / Langer H. // Sprachpflege 29. – 1980. – S. 69–73.
9. Pfitzner, Jürgen: Der Anglizismus im Deutschen: Ein Beitrag zur Bestimmung seiner stilistischen Funktion in der heutigen Presse. – Stuttgart, 1978. – 245 S.
10. Shkurte Veliu-Ajdini. Englisch in der deutschen Sprache der Werbung. — Wien, 2009. – 94 S.
11. Yang, Wenliang. Anglizismen in Deutschen. Am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL / Wenliang Yang. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1990. – 237 S.