

УДК 811.112.2'373

АНГЛІЦИЗМИ ТА ПРИЧИНИ ЇХ ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Застровська С. О., Семенюк Т. П.

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

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

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

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**.

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 лінгвостільноти 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 збагатилася німецьку 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 не абиякий інтерес лінгвістів, про що свідчить велика кількість публікацій і досліджень (С. В. Гриньов, Г. О. Патрикеева, 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-реципієнт 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 родове 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 göltig.

„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 **ingecheckt 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 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. Пфитцнер 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 німецько-

мовному 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. Бо манн, «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 найшлося 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**. Англіцизми 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 англіцизмів полягає в тому, що читача знайомлять із маловживаними англіцизмами. В роботі Yang наведено такий приклад:

«MARTINI “on the rocks” = MARTINI auf Eiswurfeln im Becherglas». Подаючи німецький варіант, читача готують прийняти та краще розуміти нові слова (англіцизми). 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 англіцизмами, якщо їх будуть краще розуміти [11, с. 133–135].

Констатувавши проникнення великої кількості англіцизмів 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 англомовну 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 вважає 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].

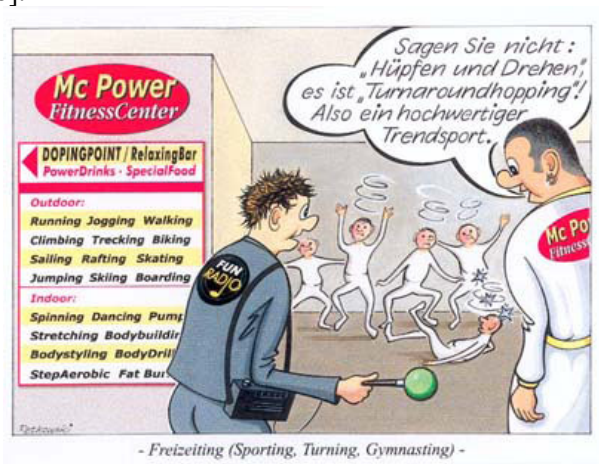


Рис. 1 Сатира на Denglisch.

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 *Turnarounthopping*, як зрештою, і для всіх інших видів за-

йняття 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* → *Freizeit**ing*, *Sport* → *Sport**ing*, *Turnen* → *Turn**ing* usw.).

Супротивники англіцизмів б'ють на сполох та стверджують, що, по-перше, німецька мова втрачає свою колишню потужність; по-друге, що вона перестав бути престижною і перетворюється на суміш англійської з німецькою, так званий «Denglisch» (*Deutsch + Englisch*) – сучасний німецько-англійський суржик, що непомітно і практично нестримно заповнює німецьку мову.

Див. Рис. 2 [10, с. 39], який унаочнює заміну текстів німецькою, як наприклад, *Ihr Sonnenplatz. Bräune von der Sonnenbank* відповідними англійськими, *The SunPoint. Indoorbrowning by Solarbanking*.



Рис 2. Сатира на Denglisch.

Тенденція збільшення словникового складу мови шляхом англо-американських запозичень набула гротескних форм і навіть вийшла на державний рівень. Питання про збереження німецької мови як національної стало в останні роки особливо гостро.

В 1997 році професор доктор В. Кремер заснував об'єднання «Німецька мова» в Дортмунді, яке на даний час налічує понад 14 000 членів і активно займається проблемами німецької мови, а саме зменшенням використання в німецькій мові англіцизмів. Об'єднання видало словник – довідник «Anglizismenliste», який вміщує 5. 085 лексичних одиниць англійською мовою та відповідних еквівалентів німецькою. Завдання такого видання полягає у наданні тому, хто говорить, чи пише, можливості вибрати, яке слово йому більше до вподоби.

Висновки. Отож, взаємодія мов та наявність систематичних і тісних контактів спричинила появу в німецькій мові великої кількості англіцизмів, які в силу як екстра – так і інтралінгвістичних причин, міцно укорінилися в новому середовищі і по-

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

Список литературы

1. Гринев С. В. Введение в терминоведение / С. В. Гринев. – М. : Московский лицей, 1993. – 309 с.
2. Патрикеева А. А. Англицизмы в немецком языке (на материале языка рекламы) : автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата филол. наук : специальность 10.02.20 «сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание». – М., 2009. – 24 с.
3. Adorno Th. W. Wörter aus der Fremde / Th. W. Adorno // Braun P. (Hrsg.): Fremdwort-Diskussion. – München, 1979. – S. 198–211.
4. Backhaus N. M. Liebling, schlaf nicht dauernd ein / N. M. Backhaus. – München : Wilhelm Heine Verlag, 1975. – 144 S.
5. Bohmann S. Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche / S. Bohmann. – 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 / H. Langer // 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.

Застровская С. О. Англицизмы и причины их заимствования в современном немецком языке / С. О. Застровская, Т. П. Семенюк // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2012. – Т. 25 (64), № 4, ч. 2. – С. 258–264.

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.

Zastrowska S. Anglicisms and the reasons of their borrowing in the modern German language / S. Zastrowska, T. Semenyuk // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2012. – Vol. 25 (64), No 4, part 2. – P. 258–264.

The article deals with the systematization of the existing experience of establishing reasons of borrowing in the modern German language. The attention is also paid to the treatment of the Germans to the intensive borrowing of Anglicisms in their mother tongue.

Key words: Anglicism, borrowing, intra- and extralinguistic reasons.

Поступила в редакцию 07.10.2012 г.