УДК 811.112.2

DENGLISCH КАК ЯЗЫКОВОЙ ФЕНОМЕН

Е.А. Конева

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры немецкой филологии
e-mail: shenjusja@bk.ru

Курский государственный университет

Статья посвящена проблеме функционирования англицизмов и возможных комбинаций английских и немецких слов в современном немецком языке. Рассматривается вопрос лексической избыточности англоязычных заимствований.

Ключевые слова: *Denglisch, англицизмы, заимствования, языковая интеграция.*

Современное человечество живет в эпоху глобализации, т.е. процесса, связанного с всемирной интеграцией и унификацией в области экономики, политики, культуры, что в свою очередь накладывает отпечаток и на языковые особенности общества. Языковая интеграция – это результат высокой мобильности, быстрого развития коммуникации современного общества. Языки могут свободно перенимать слова друг у друга. В этой связи стоит отметить появление неофициального «подъязыка» среди населения Германии. Существует специальный термин для обозначения смешивания английских и немецких не только слов и выражений, но и целых предложений – Denglisch или Denglish (слово образовано из сочетания слов Deutsch и English). Реже встречаются обозначения Engleutsch, Germish, Genglish.

Denglisch затрагивает не только лексическую сторону немецкого языка, но также и его грамматику. Что касается лексики, то здесь следует отметить чрезмерное употребление англицизмов, псевдоанглицизмов и слов-гибридов в немецкой речи.

Англицизмы – это заимствования из английского языка в любом другом языке, в нашем случае – в немецком. Например, такие слова, как: *das Jogging (бег трусцой), das Meeting (собрание, встреча), das Skateboard (скейтборд, доска на роликах), das Team (команда, коллектив)*.

Псевдоанглицизмы – это слова, которые по форме напоминают английские, но которых в английском языке или совсем не существует, или если они есть, то имеют иное значение или форму. К данной группе слов относят такие единицы, как: *der Beamer* (в немецком языке это слово означает *мультимедийный проектор,* в английском – *автомобиль БМВ,* а также *специальный термин игры в крикет*), *das Bodybag* (в немецком языке это слово означает *наплечная сумка, рюкзак,* в английском – *мешок для*

упаковки трупа), *der Hometrainer* (в немецком языке этим словом называют *велотренажер,* в английском слова с такой же графической формой вообще не существует), *der Oldtimer* (в немецком языке это слово означает *ретроавтомобиль,* в английском – *пожилого мужчину*).

Слова-гибриды – это сложные слова, композиты, одна часть которых является заимствованием из английского языка, а другая – немецким словом. В качестве примеров можно привести следующие слова: *das Farbdisplay – цветной дисплей, die Livesendung – прямой эфир, der Mausklick – щелчок компьютерной мышкой, die Powerfrau – деловая женщина*. Следует обратить внимание на то, что английское заимствование может быть как первой частью композита (*die Livesendung, die Powerfrau*), так и второй (*das Farbdisplay, der Mausklick*).

Грамматика немецкого языка изобилует заимствованиями грамматических форм и структур из английского языка:

- лишнее использование апострофа в Genitiv и при образовании множественного числа существительных (*Katrin's Buch* вместо *Katrins Buch*; *die LKW's* вместо *die LKWs*);
- неправильное указание в предложении даты, в частности, года (*Was passierte **in 2016**?* вместо *Was passierte **im Jahre 2016**?* или *Was passierte **2016**?*);
- игнорирование вопроса переходности / непереходности глаголов немецкого языка.

Примечательным является также факт адаптации английских глаголов и прилагательных в немецком синтаксисе: прибавление окончаний при склонении у прилагательных, а также спряжение и образование трех основных форм у глаголов по нормам немецкого языка.

В немецких СМИ неоднократно освещался вопрос перенасыщения немецкого языка английскими словами. В блогах и в соцсетях также поднимается данный вопрос. С 1997 года существует объединение «Немецкий язык» (Verein Deutsche Sprache), которое выступает против англимецкого языка (Denglisch). На официальной странице общества в Интернете в рубрике «Denglisch» (http://www.vds-ev.de/denglisch/) отмечается, что немецкий язык на протяжении уже многих лет перенасыщен большим количеством ненужных и неприятных английских выражений.

Буквально на каждом шагу человек сталкивается с засильем англицизмов и их производных: *das Bike (велосипед), das Highlight (гвоздь программы, яркий момент), die News (новости), der/das Service (обслуживание, услуга), der Shop (магазин), das Sightseeing (осмотр достопримечательностей), das Ticket (билет)*. Интересным представляется то, что приведенные в качестве примера слова, а также многие другие англицизмы зафиксированы в немецком словаре Duden, который является авторитетным лексикографическим изданием в

Германии. В связи с включением большого количества подобных слов в словарь редактор издания «Языковые новости» («Sprachnachrichten») профессор Вальтер Крэмер убежден, что Duden превратился с течением времени в «ведро для языкового мусора» [Krämer 2013: 18]. Возникает вопрос: можно ли считать, что данные англицизмы стали нормой для немецкого языка?

Отношение к проблеме чрезмерного употребления в речи немцев англицизмов неоднозначное. Некоторые немцы (как правило, это молодежь) находят употребление англицизмов в своей речи «крутым» и не видят в этом ничего предосудительного. Никакой опасности для немецкого языка, по утверждению лингвиста, профессора из университета в Аугсбурге Кристиане Фэке, не представляют слова, которые заимствованы из английского языка, поскольку в разное время в немецком языке отмечались заимствования и из других языков, в частности из латинского и французского. Ученый рассматривает языковое смешение не как языковой распад, а как «языковое обогащение» (см.: [Jonas 2007]).

Однако большинство людей Германии, согласно данным объединения «Немецкий язык», недовольно излишними английскими вкраплениями в немецкую речь. По их мнению, подобное пренебрежительное отношение к своему родному языку глупо и недостойно. Естественно, что ни у кого не возникает вопрос, если в языке появляются новые слова, которые обозначают какие-то новые реалии, даже если это слова-заимствования (например, компьютерная терминология или терминология в области маркетинга и бизнеса). Но совершенно по-другому воспринимаются слова, которые возникают в языке и даже фиксируются в словарях, но при этом не обозначают ничего нового, а являются лишь синонимами к уже существующим словам родного языка (*das Weekend – das Wochenende (выходные), das Cash – das Bargeld (наличные)*). В данном случае можно с уверенностью говорить о функционировании в языке вариантов.

Однако вариантность в языке демонстрирует его избыточность. Но, по мнению Н.С. Валгиной, она необходима языку, поскольку «становится почвой для дальнейшего развития» последнего. Это показатель его «жизнеспособности и динамичности» [Валгина 2001: http]. Также исследователь отмечает, что не всякая вариантность становится избыточной. Избыточной она бывает только в том случае, «когда варианты не имеют никакой особой нагрузки … ни информационной, ни функциональной» [Валгина 2001: http].

Рассмотрим два примера слоганов, содержащих англицизмы. Оба примера взяты из информационного письма №332 (42/2016) объединения «Немецкий язык».

Витрину одного из магазинов фототоваров Германии украшает рекламный слоган *«Family Outdoor Shooting für 99€»*, который переводится

как *«Фотосессия семьи на фоне природы за 99 евро»*. Казалось бы все четко и ясно, но, по мнению самих немцев, это высказывание явно некорректное. Если не обращать внимание на то, что это витрина магазина фототоваров, то перевод данного изречения может быть абсолютно другим: *«Расстрел семьи на фоне природы за 99 евро»*. Английское слово *shooting* имеет несколько значений, среди которых *стрельба, расстрел, охота, съемочный процесс*. Возникает резонный вопрос: почему бы не воспользоваться немецким словом *das Knipsen – фотосъемка, фотографирование* и исключить возможное недопонимание? Можно ли рассматривать в данном конкретном случае англицизм *das Shooting* (зарегистрирован в словаре Duden) как избыточный вариант? Ответ на данный вопрос будет скорее утвердительным, чем отрицательным. Англицизм *das Shooting* вряд ли отличается от немецкого слова *das Knipsen* в плане информационной нагрузки или функциональной. Однако восприятие рекламной фразы с данным словом вызывает у большинства носителей языка в лучшем случае улыбку на лице, в худшем – негодование. Дань моде – реклама на английском языке или смеси английского языка и немецкого – представляется неуместной.

Второй пример – это рекламный слоган немецкой радиостанции YOU FM *«You hörst, was you willst» («Ты слушаешь, что хочешь»)*. В отличие от предыдущего примера наличие английских слов здесь минимизировано и ограничено словом *you*. Является ли в данном случае англицизм лексически избыточным? Поскольку *you* несет на себе функциональную нагрузку привлечения внимания к названию самой радиостанции, афиширования радиостанции, то его употребление в рекламной фразе не представляется избыточным. Более того, включение данного англицизма в слоган является оправданным, поскольку с позиций психолингвистического подхода любое слово «включается в широкую сеть многосторонних связей и отношений, потенциально лежащих за словом, подсознательно учитываемых индивидом, но актуализующихся только в случаях необходимости» [Залевская 1990: 71]. Естественно, что визуальное восприятие плаката на улицах города с рекламным слоганом *«You hörst, was you willst»* будет связываться в сознании индивида с аудиальными ассоциациями той музыки, которую транслирует радиостанция YOU FM.

Подводя итог изложенному, следует отметить, что любой язык подобен живому организму: с одной стороны, он обновляется, пополняется новыми словами, а с другой стороны, в языке отмечается потеря слов, которые в определенный момент времени становятся непопулярными, малоупотребительными, выходят из моды и превращаются в архаизмы. Возникновение новых слов происходит разными путями: как посредством словотворчества носителей языка (и в этом случае можно говорить о креативном языковом процессе), так и через заимствование слов из других языков. Последнее происходит наиболее часто, и можно сказать, что это

является характерной чертой мира глобализации. В случае с немецким языком пополнение словарного запаса языка происходит преимущественно путем заимствования слов из английского языка, а также путем создания слов-гибридов и слов, по форме напоминающих английские слова, но не имеющие с ними ничего общего по содержанию. И если создание гибридов и псевдоанглицизмов можно рассматривать как новаторский творческий процесс, то заимствование полных английских слов рассматривается скорее как негативный процесс, результат которого способствует в ряде случаев избыточности языка. Но, с другой стороны, появление вариантов в языке предоставляет человеку свободу выбора, какое слово ему следует употребить в речи. Все зависит не только от ситуации «здесь и сейчас». На выбор того или иного слова «оказывает влияние ряд факторов: предшествующий опыт индивида, его стиль и образ жизни, профессия» [Конева 2011: 41]. Следует также учитывать, что речевая деятельность человека – это «продукт его рефлексии, отражения его собственной деятельности, знаний, настроений, переживаний» [Лебедева 2004: 15]. Поэтому не всегда слово родного языка будет уместным для той или иной ситуации, пусть даже если оно обозначает то же самое, что и заимствованное слово.

Наличие большого количества английских слов в немецком языке вряд ли можно назвать подъязыком, поскольку английские заимствования можно отметить во многих языках мира. Английское влияние на немецкую грамматику можно объяснить недостаточным знанием грамматики своего родного языка носителями и, соответственно, интерференцией со стороны английского языка, который изучается в школах как первый иностранный язык. Таким образом, под Denglisch следует понимать особенность немецкого языка, которая заключается в контаминации английских и немецких слов и выражений в составе предложения.

Библиографический список

Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: Логос, 2001. Режим доступа: http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook050/01/index.html?part-005.htm (дата обращения: 1.12.2016).

Залевская А.А. Слово в лексиконе человека: психолингвистическое исследование. Воронеж: ВГУ, 1990. 208 с.

Конева Е.А. Смешение паронимов: ошибка или оговорка // Теория языка и межкультурная коммуникация. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2011. №2 (10). Режим доступа: http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/010-009.pdf (дата обращения: 1.12.2016).

Лебедева С.В. Человек и слово // Ученые записки КГУ. Серия гуманитарные науки. 2004. № 1. С. 14–19.

Jonas J. Keine Angst vor „Denglisch“ // Augsburger Allgemeine. 2007. URL: http://www.augsburger-allgemeine.de/schwabmuenchen/Keine-Angst-vor-Denglisch-id3103846.html (дата обращения: 1.12.2016).

Krämer W. Sprachpanscher des Jahres 2013: Duden // Sprachnachrichten. 2013. № 59. S. 18.