

УДК 81-25

Е.С. Галичанина, И.Г. Ищенко

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В НЕМЕЦКОМ БЫТОВОМ
И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСАХ (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ)**

В статье рассматривается вопрос об англоязычных заимствованиях в немецкой разговорной речи и в текстах прессы; проводится сопоставительный анализ англицизмов в бытовом и публицистическом дискурсах по критериям их стилистической отнесенности и степени графической и грамматической ассимилированности.

Ключевые слова: заимствование, англицизм, дискурс, ассимиляция, глобализация.

**ENGLISH BORROWINGS IN THE GERMAN EVERYDAY
AND PUBLICISTIC DISCOURSES (COMPARATIVE ANALYSIS)**

The presented article is devoted to the question of borrowings from English in German colloquial speech and in mass media texts. By means of the comparative analysis of Anglicisms in two given discourses, the authors investigate the difference in stylistic reference of English borrowings and the degree of their graphical and morphological assimilation in the recipient language.

Key words: borrowing, Anglicism, discourse, assimilation, globalization.

В повседневной жизни иностранные заимствования нередко встречаются в нашей речи, в статьях периодических изданий, рекламных сообщениях и во многих других сферах. В современной ситуации в мире очевидной становится популярность заимствований из английского языка. Их активное употребление – следствие процессов глобализации, поспособствовавших широкому распространению английского языка далеко за пределами США и Великобритании. Довольно остро стоит проблема англоязычных заимствований, или, как их еще называют, англицизмов, в немецком языке. На сегодняшний день в Германии существуют несколько организаций, деятельность которых направлена на борьбу за чистоту немецкого языка. Немецкая общественность обратила внимание на данную проблему в начале 2000-х гг., когда англицизмы стали появляться в немецком языке стихийно и массово.

Сферами, которые в большей степени подвержены наплыву англоязычных заимствований, являются разговорный язык и средства массовой информации (СМИ). Разговорный язык, как правило, употребляется в условиях неформального общения между людьми, т.е. в условиях бытового дискурса. Если быть более точным, бытовой дискурс представляет собой акт коммуникации между людьми в виде диалога, происходящего на сокращенной дистанции, задача которого сводится к поддержанию контакта и решению обиходных проблем [4]. В то же время для всех видов СМИ характерен так называемый медиадискурс. Однако в нашем исследовании главное внимание уделено его отдельной разновидности – публицистическому дискурсу, который Н.И. Клушина трактует как воздей-

ствующий тип дискурса, актуальный текст любой тематики, обязательно имеющий политико-идеологический модус формулирования текста [5].

Важность понимания особенностей данного дискурса обусловлена выбором материала для исследования, который представляет собой статьи периодического издания. В целом, как разговорный язык, так и язык СМИ находятся в постоянном развитии и изменяются под воздействием внелингвистических факторов, отражающих современные процессы развития общества. Таким образом, в них не могла не найти своего отражения и тенденция к глобализации английского языка.

Исследование функционирования англоязычных заимствований в двух указанных видах дискурса проводилось на материале двух частей немецкого комедийного фильма «Fack ju Göhte» («Зачетный препод») и статей из электронной версии немецкого информационного журнала «SPIEGEL».

Кинокартина «Fack ju Göhte» выходила в прокат в 2014 и 2016 гг. Этот фильм в полной мере отражает состояние современной разговорной речи немцев и показывает особенности в ней англицизмов. Фильм воспроизводит речь молодых людей в возрасте от 16 до 26 лет. Действие фильма происходит в средней образовательной гимназии. Персонажи в основном – школьники и молодые преподаватели. Анализ реплик актеров на наличие в них англицизмов и изучение субтитров позволили выявить 179 заимствованных единиц.

Для изучения англицизмов в публицистическом дискурсе были подобраны статьи, взятые из электронного варианта еженедельного журнала «SPIEGEL», которые отражают актуальную информацию о событиях в мире с использованием современной лексики, включая заимствованную. В выборку были включены статьи из рубрик «Политика», «Экономика», «Культура» и «Наука». Разные рубрики позволяют рассмотреть лингвистические особенности заимствований в зависимости от сферы их употребления. В общей сложности были проанализированы 59 страниц печатного текста, на материале которых выделены 302 заимствованные единицы.

В первую очередь анализу подверглась стилистическая характеристика заимствованных единиц. Под стилистической характеристикой лексической единицы, согласно выдающемуся отечественному лингвисту В.В. Виноградову, подразумевается принадлежность этой единицы к одному из функциональных стилей или отсутствие функционально-стилевой закрепленности [1]. Определение стилистической принадлежности англицизмов проходило с опорой на стилистические пометы в авторитетном немецком словаре «Duden» [6]. В основе стилистической дифференциации англоязычных заимствований по разговорному, нейтральному и литературному стилям лежит стилистическая классификация, разработанная И.Р. Гальпериным, которая выглядит следующим образом:

- 1) литературный стиль: общелитературная лексика, терминология, поэтические слова, архаизмы, варваризмы, неологизмы и окказионализмы;
- 2) нейтральный стиль;
- 3) разговорный стиль: общеразговорная лексика, сленг, жаргонизмы, профессионализмы, диалектизмы, вульгаризмы и разговорные неологизмы [3].

Среди заимствований в разговорной речи были выделены следующие пласты лексики:

- 1) литературный стиль (23 ед.): общелитературная лексика (kreativ – креативный), терминология (Burn-Out – психологическое истощение, FTP-Server – FTP-сервер и др.);
- 2) нейтральный стиль (58 ед.): Radio – радио, Tunnel – туннель, Film – фильм, Boarding – посадка на самолет и др.;
- 3) разговорный стиль (98 ед.): общеразговорная лексика (Baby – малыш(ка), Job – работа, Push-up – «пуш ап» (вид бьюстгальтера) и др.), сленг (One-Night-Stand – «любовник», swag – крутой и др.), жаргон (Crack-Phase – период зависимости от кокаина, Beef mit D anfangen – упечь за решетку и др.), вульгаризмы (cool – здорово, supi (производное от англ. super – «суперски»)).

В публицистическом дискурсе стилистическая дифференциация заимствованной лексики выглядит несколько иначе:

1) литературный стиль (71 ед.): общелитературная лексика (kreativ – креативный), терминология (Offshore-Millionen – офшорные миллионы, Konzern – концерн и др.);

2) нейтральный стиль (151 ед.): Daten – данные, Tunnel – туннель, Statement – официальное заявление, Videomaterial – видеоматериал и др.;

3) разговорный стиль (80 ед.): общеразговорная лексика (Minijob – работа за минимальную заработную плату, Nonsense – нонсенс и др.), жаргон (Brexit – Брексит, Mixtape – микстейп и др.), вульгаризмы (ultracool – потрясный).

Для наглядности полученные данные представлены в виде диаграммы, отражающей стилистическое соотношение заимствований в бытовом и публицистическом дискурсах (рис. 1).

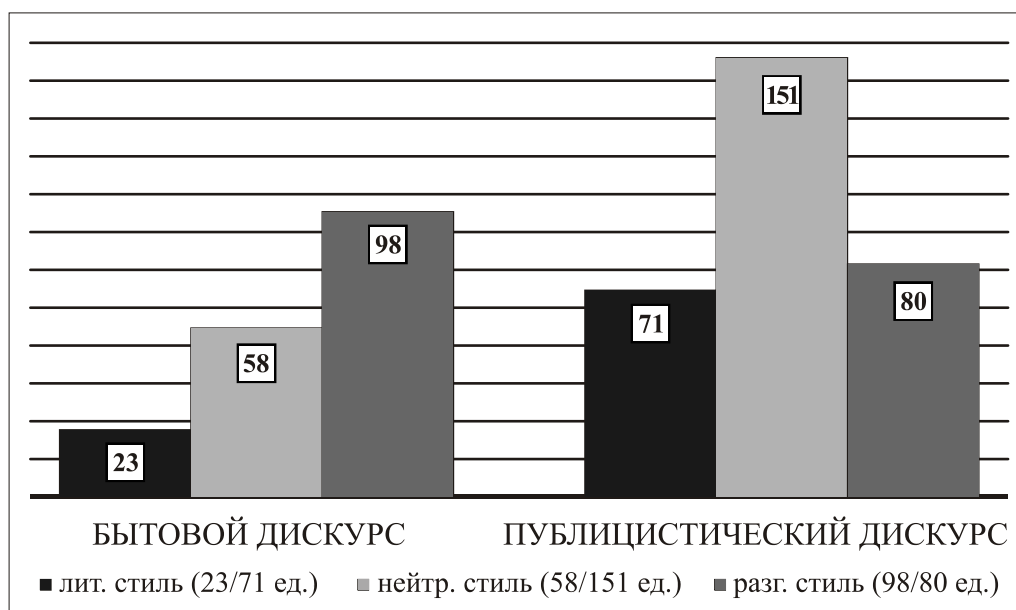


Рис. 1. Стилистическая дифференциация англицизмов в бытовом и публицистическом дискурсах.

Как показывает диаграмма, в обоих дискурсах в значительной мере присутствуют заимствованные единицы различной стилистической принадлежности. Сравнивая выявленные показатели, можно утверждать, что в разговорной речи проявляется свойственное для данного вида дискурса частотное использование англицизмов, имеющих разговорную стилистическую окраску. Язык прессы же в свою очередь тяготеет к стилистически нейтральной лексике, что также характерно для массовых неспециализированных периодических изданий.

Другим критерием для сравнительного анализа англицизмов в разных дискурсах выступала степень их графической и грамматической ассимилированности в немецком языке. Ассимиляция заимствованной лексической единицы есть не что иное, как приспособление, или, иными словами, адаптация этой единицы к иноязычной системе. Графически ассимилированная заимствованная лексика представляет собой слова или словосочетания, уподобившиеся в написании орфографической системе языка-реципиента. Следует отметить, что данный вид ассимиляции англоязычных заимствований в бытовом дискурсе анализировался на материале субтитров к фильму. Грамматически ассимилированной заимствованная лексика считается после того, как она приобретает некоторые грамматические значения в другом языке, тем самым уподобляясь грамматическим нормам, существующим

в иной языковой системе [2]. В представленных аспектах ассимиляции были выделены современные тенденции использования англицизмов в немецком языке.

Графический аспект ассимиляции характеризуется общими для обоих видов дискурса признаками:

1) написание англоязычных существительных с заглавной буквы: бытовой дискурс (Hater (англ. hater), Trick (англ. trick) и др.); публицистический дискурс (Details (англ. details), Mainstream (англ. mainstream) и др.);

2) замена английской буквы С на немецкую К: бытовой дискурс (koksen (от англ. coke), Konzern (англ. concern)); публицистический дискурс (Helikopter (англ. helicopter), Ikone (англ. icon));

3) слитное написание англоязычных сложных слов, которые в английском языке пишутся раздельно: бытовой дискурс (Whoetrain (англ. whole train), Nailpolish (англ. nail polish)); публицистический дискурс (Internetshop (англ. internet shop), Investmentbank (англ. investment bank) и др.);

4) написание англоязычных словосочетаний через дефис: бытовой дискурс (One-Night-Stand (англ. one night stand), Instagram-style (англ. instagram style) и др.); публицистический дискурс (IT-Specialist (англ. IT specialist), Football-Event (англ. football event) и др.).

Соотношение графически ассимилированных и неассимилированных англоязычных заимствований представлено на диаграмме (рис. 2).

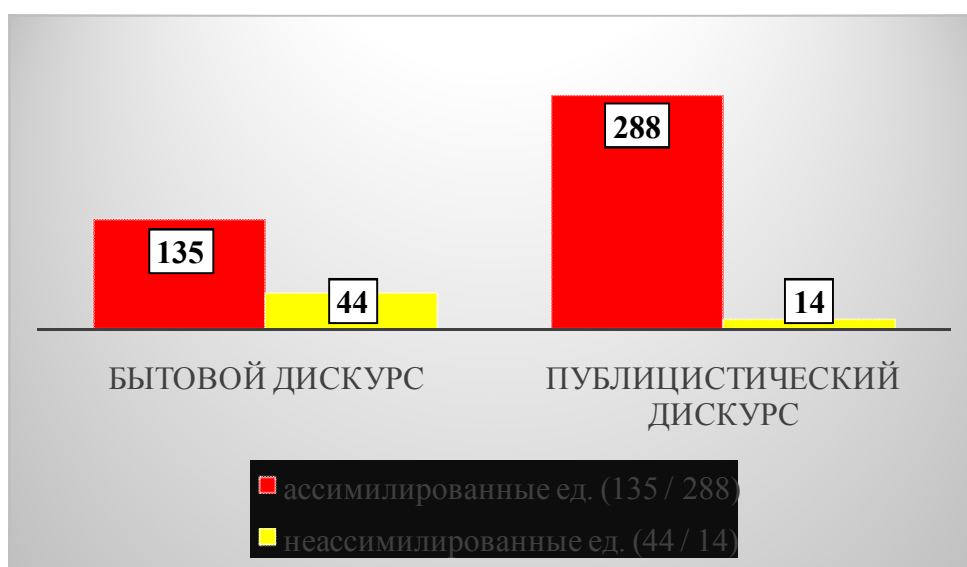


Рис. 2. Соотношение графически (не)ассимилированных англицизмов в бытовом и публицистическом дискурсах.

Как видно на диаграмме, большая часть заимствований в письменной речи уподобляется орфографическим правилам немецкого языка. Однако в процентном соотношении графически ассимилированной лексики встретилось больше в статьях журнала «SPIEGEL» (95,4%), чем в текстах субтитров к фильму «Fack ju Göhte» (75,4%). Подобные различия напрямую связаны с особенностями дискурсов, в рамках которых функционируют выявленные заимствования. Язык периодических изданий, в сущности, является отражением современного состояния немецкого языка. Он представляет те заимствованные лексические единицы, которые на данный момент закрепились в словарном составе немецкого языка и функционируют в нем наравне с другими лексемами. Разговорный язык в этом плане немного отличается. Он более подвижен и может включать в себя неустойчивые слова или словосочетания, включая заимствованные, которые могут выйти из речевого употребления, не получив закрепления в лексической системе.

В грамматическом аспекте ассимиляции заимствований отмечены следующие тенденции, схожие для обоих дискурсов:

1) английские существительные приобретают категорию рода. Зачастую присвоение категории рода происходит по аналогии с немецкими словами. Однако в некоторых случаях сложно объяснить выбор того или иного артикля, указывающего на род существительного. Кроме того, нередки случаи приобретения категории сразу двух или всех трех родов: бытовой дискурс (der Job (м.р.) – работа, der/das Back-up (м./ср.р.) – резервное копирование, der/die/das Cappу (м./ж./ср.р.) – кепка и др.); публицистический дискурс (der Arbeitslunch (м.р.) – рабочий завтрак, das Password (ср.р.) – пароль (по лексическому подобию с немецким словом das Wort – слово), die Castingshow (ж.р.) – кастинг-шоу (по лексическому подобию с немецким словом die Schau – шоу) и др.);

2) английские глаголы получают окончание –(e)n. Это связано с тем, что инфинитив глаголов в немецком языке всегда имеет такое окончание: бытовой дискурс (googeln (англ. to google), chillen (англ. to chill) и др.); публицистический дискурс (flirten (англ. to flirt), einparken (англ. to park) и др.);

3) присоединение немецких словообразовательных элементов (суффиксов, префиксов) к заимствованиям: бытовой дискурс (ausflippen (от англ. to flip) – вспылить, supi (от англ. super) – «суперски» и др.); публицистический дискурс (Digitalisierung (от англ. digital) – «дигитализация», Minijob (от англ. job) – работа за минимальную заработную плату).

Также были выявлены тенденции, отличающиеся в двух видах дискурса. Анализ субтитров к фильму показал, что заимствованные англоязычные существительные в единственном числе, оканчивающиеся на –у, во множественном числе получают окончание –us без изменения на окончание –ies, характерное для норм английского языка: Party – мн.ч. Partys (англ. parties), Cappу – мн.ч. Cappys (от англ. cap).

В языке прессы выражена тенденция к уподоблению суффиксов заимствованных прилагательных немецким суффиксам, схожим по написанию: glamourös (англ. glamorous), investigativ (англ. investigative), oppositionell (англ. oppositional), komfortabel (англ. comfortable).

На диаграмме можно ознакомиться с соотношением грамматически ассимилированной и неассимилированной заимствованной лексики (рис. 3).

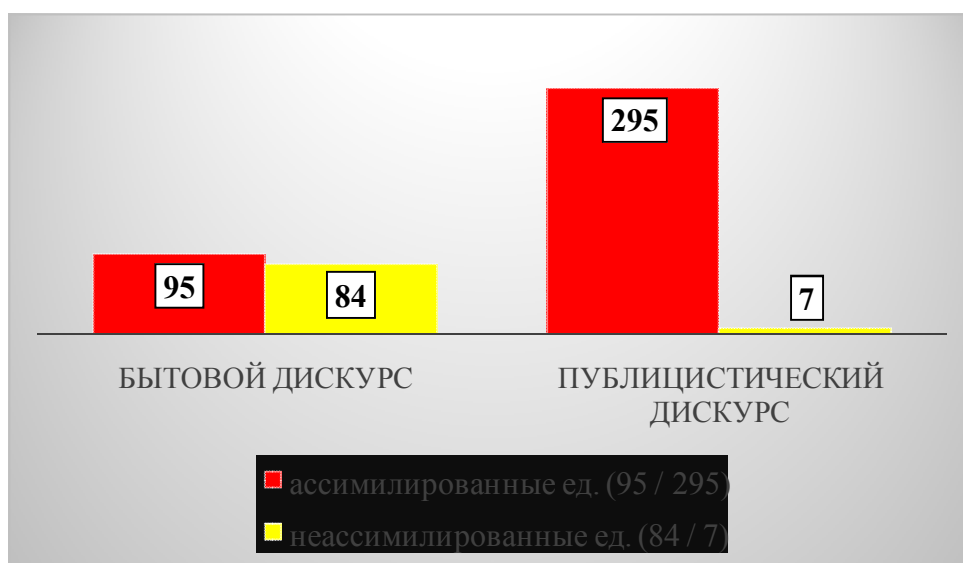


Рис. 3. Соотношение грамматически (не)ассимилированных англицизмов в бытовом и публицистическом дискурсах.

В случае с публицистическим дискурсом очевидно, что подавляющее большинство заимствований уподобляется нормам немецкого языка по грамматическому критерию. В разговорной речи

соотношение ассимилированной и неассимилированной лексики практически равнозначно. Подобное распределение – еще одно подтверждение тезиса о значительной подвижности разговорного языка, из которого единицы могут исчезать так же быстро, как и появляться.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать определенные выводы. Во-первых, англицизмы в рамках разных дискурсов различаются по стилистическим характеристикам, что связано с особенностями каждого конкретного дискурса. Во-вторых, ассимиляция англоязычных заимствований в разговорной речи и языке прессы с точки зрения тенденций во многом совпадает. В-третьих, большинство англицизмов как в разговорной речи, так и в языке прессы уподобляется нормам и правилам, действующим в системе немецкого языка. Однако процент неассимилированной лексики в разговорной речи бытового дискурса выше, чем в языке СМИ. Это объясняется тем, что лексика публицистического стиля в большей степени отличается нормативным характером и содержит заимствованные единицы, прошедшие период адаптации к языковой системе языка-реципиента и нашедшие лексикографическое закрепление в соответствующих источниках.

1. Виноградов, В.В. *Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика*. – М.: Изд-во АН СССР, 1963. – С. 7-9.

2. Волкова, Т.И. Тенденции в процессе ассимиляции иноязычной лексики в современном немецком языке // *Ученые записки ЗабГУ. Серия «Филология, история, востоковедение»*. – 2014. – № 2. – С. 75-82. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-v-protse-ssse-assimilyatsii-inoyazychnoy-leksiki-v-sovremennom-nemetskom-yazyke>.

3. Гальперин, И.Р. *Стилистика английского языка*. – М.: Высшая школа, 1981. – С. 72.

4. Карасик, В.И. *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс*. – Волгоград: Перемена, 2002. – С. 5-20.

5. Клушина, Н.И. *Стилистика публицистического текста* / Н. И. Клушина, Н. С. Цветова // *Мир русского слова*. – 2008. – № 4. – С. 105-106. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klushina-n-i-stilistika-publitsisticheskogo-teksta-m-2008>

6. *Электронный словарь «DUDEN»*. – Режим доступа: <http://www.duden.de/>

7. *Электронная версия журнала «SPIEGEL»* [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.spiegel.de/>