

АДАПТАЦИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ НОВОСТНЫХ СМИ)

ADAPTATION OF FOREIGN LANGUAGE BORROWINGS IN MODERN GERMAN LANGUAGE (BASED ON NEWS MEDIA TEXTS)

**S. Samozhenov
I. Matveeva**

Summary: The main goal of the present work is analysis of English loanwords in modern German using the material of a number of texts in mass media (mainly texts of news articles from the magazine "Der Spiegel"). In addition to lexical units directly borrowed from the English language, the so-called pseudoanglicisms, which are borrowed through English from other languages. Depending on the degree of adaptation, all anglicisms are divided into 3 classes. It is shown that the third class consists of the most adapted anglicisms to the system of German language, which can be considered as part of the vocabulary of the common literary language.

Keywords: modern German language, loanwords, neologisms, anglicism, pseudoanglicism, adaptation of loanwords, mass media language.

Саможенов Сергей Николаевич

Кандидат филологических наук, доцент, Нижегородский
государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова
sesam2301@yandex.ru

Матвеева Ирина Владимировна

Кандидат филологических наук, доцент, Нижегородский
государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова
iramatweewa@yandex.ru

Аннотация: Работа посвящена анализу англоязычных заимствований в современном немецком языке на материале ряда текстов СМИ (преимущественно текстов новостных статей из журнала "Der Spiegel"). Помимо лексических единиц, непосредственно заимствованных из английского языка, были выделены т.н. псевдоанглицизмы, которые представляют собой заимствования посредством английского из других языков. В зависимости от степени адаптации все англицизмы распределены по 3 классам. Показано, что третий класс составляют наиболее адаптированные к системе немецкого языка англицизмы, которые могут считаться частью словарного состава общелитературного языка.

Ключевые слова: современный немецкий язык, заимствования, неологизмы, англицизм, псевдоанглицизм, адаптация заимствований, язык СМИ.

Займствования представляют собой такое лингвистическое явление, которое представлено практически в каждом естественном языке. Они служат одним из основных способов пополнения его словарного состава. В связи с этим представляется важным кратко осветить различные подходы к определению понятия заимствования. Так, известный французский лингвист Ж. Марузо указывает на то [5, с. 104], что заимствование представляет собой одновременно и процесс, при котором одним языком усваивается элемент другого языка, и результат такого процесса.

Займствования могут проникать в язык различными путями, как фонетическим, т.е. устным путем, так и книжно-письменным, при котором слово заимствуется в письменной форме. Обычно заимствования связаны с лексическими единицами, т.е. с различными элементами словарного состава. При этом Б.А. Серебренников различает два основных способа заимствования новой лексики [7, с. 80]: заимствование слова в исходной форме вместе с соответствующим понятием и использование средств собственного языка для передачи иноязычного слова, в частности, использование калек. Как мы увидим ниже, в отношении англицизмов в современном немец-

ком языке представлены оба способа.

Особенно сильно в настоящее время на немецкий язык прослеживается влияние современного английского языка, что объясняется тем, что английский язык сегодня является глобальным лингва-франка международной и межкультурной коммуникации. В связи с этим М.А. Серегиной и И.С. Чахоян [8, с. 98] дается определение англицизма как слова, вошедшего из английского языка в какой-либо другой язык либо построенные по английской словообразовательной модели. Подобное определение можно найти и у О.С. Ахмановой [2, с. 47], в котором англицизмы определяются как слова, выражения или конструкции, заимствованные из английского языка и воспринимаемые в качестве иноязычных.

О значительном влиянии на современный немецкий язык английского языка, в особенности – его американского варианта, пишут и Б.А. Абрамов с Н.Н. Семенюк [1, с. 265]. Как отмечается в работе А.А. Патрикеевой [6, с. 1], приток заимствований англоязычного происхождения в современный немецкий язык усиливается со второй половины XX в. в связи с укреплением роли англоговорящих стран, в частности США, в международном сообществе.

При заимствованиях лексические единицы трансформируются на различных уровнях языка, что известно под названием «языковых адаптаций». Обычно выделяют следующие типы адаптаций [4, с. 261-262; 7, с. 101], а именно – фонетические, лексические, грамматические и семантические. Отдельно классифицируются графические адаптации, однако, в рамках данной статьи мы не будем их рассматривать, поскольку и немецкий, и английский имеют одинаковую графическую основу письменной системы. Предметом рассмотрения в данной работе являются лексические и семантические адаптации неологизмов.

Материалом для анализа заимствований служат выпуски журнала “Der Spiegel” за 2018 г. Выбор данного издания и указанного временного интервала обусловлен тем, что, во-первых, это издание принадлежит к одним из наиболее популярных и наиболее читаемых СМИ в Германии, а, во-вторых, тем, что этот временной отрезок репрезентирует микродиахронию (4-5 лет на момент проведения настоящего исследования), благодаря чему можно проследить степень освоения и семантическое развитие данных заимствований в современном немецком языке.

Среди типов заимствований по языку-источнику, наиболее часто встречающихся в данном издании, можно выделить англицизмы, которые в нем преобладают. Отдельно можно выделить так называемые псевдоанглицизмы, которые представляют собой заимствования латинского или иного происхождения, пришедшие в немецкий язык из других языков посредством английского языка.

Наибольшим количеством англицизмов характеризуется лексико-тематическая группа «Техника и технология», внутри нее отдельно может быть выделена подгруппа «Информационные технологии». Это подтверждает уже цитировавшаяся выше мысль Н.Н. Семенюк и Б.А. Абрамова о том [1, с. 265], что наибольшее количество заимствований характерно, среди прочего, для сферы технических наук.

Количество англицизмов в 12 выпусках анализируемого журнала за 2018 год среди заимствований в лексико-тематической группе информационных технологий по сравнению с другими группами составляет 25%. Наиболее частотными среди них являются следующие: *die/das App* (приложение), *der Computer*, *das Video*, *die SMS*, *der/das Laptop* (ноутбук), *online*, *das Smartphone*, *der/das Fax* (факс), *das Display*, *der Scanner* (сканер), *der Test*, *der/das Tweet* (пост в Twitter), *die Digitalisierung* (переход на цифровой формат), *twittern* (писать в Twitter), *der/das Account*, *die DVD*, *live*, *scannen* (сканировать), *das Internet*, *offline*, *digital* (цифровой), *die/das E-Mail* (электронное письмо), *der Monitor* (монитор), *die Software* (программное обеспечение), *das Tablet* (планшет), *das Smartphone*, *der QR-Code*

(QR-код), *das Foto* (фотография), *die Follower* (подписчики), *das Radio*, *die CD*, *Visual Story* (визуальная история), и др.

Исходя из представленного выше материала, можно постулировать несколько различных стадий освоения англицизмов современным немецким языком. Первая стадия – это стадия неполной адаптации, на которой заимствованная лексическая единица сохраняет фонетические и графические особенности, свойственные ей в языке-доноре (английском). Фонетическая адаптация при этом осуществляется не полностью, то же самое относится и к графической адаптации (последняя либо отсутствует, либо выражена в самой минимальной степени).

Здесь можно привести в пример лексическую единицу *QR-Code*, которая получила достаточно широкое распространение в языке современных немецких СМИ: в частности, она присутствует в текстах различных статей в №5 и №8 за 2018 год в рассматриваемом журнале. Данное заимствование как в буквенно-графической форме, так и в форме фонетической сохраняет особенности языка, из которого оно было перенесено в немецкий язык. Это отражается, в частности, на особенностях чтения аббревиатуры *QR*, которая произносится согласно фонетическим и орфоэпическим нормам английского языка. Кроме того, нужно заметить, что по ряду признаков можно утверждать, что данная лексическая единица подвергается частичному, по крайней мере фонетическому освоению немецким языком: это отражается, в том числе, и на том, что произношение этой лексической единицы адаптируется к фонетике немецкого языка, а именно транскрипцию данного слова в немецком можно передать как [‘ko:dɛ].

Другой класс заимствований составляют те заимствования, которые в средней степени адаптированы к системе современного немецкого языка, в частности, на уровне фонетики. Кроме того, такие заимствования служат основой для словопроизводства, а также они могут создавать словообразовательные гнезда.

Среди таких заимствований выделяется лексическая единица *online*, которая обладает двойственностью в частеречной принадлежности, – она может быть как прилагательным, так и существительным. Кроме того, она может входить в состав различных композитов, которые также могут быть именами существительными, именами прилагательными или наречиями.

Поскольку лексическая единица *online* может и создавать свободные словосочетания, а также производные лексические единицы, то это свидетельствует о достаточной степени освоения в немецком языке этого слова. Оно может использоваться и в композитах различного типа, которые представлены в нашем материале, – например, таков композит *der Onlineshop/Online-*

Shop. Примечательно, что в его состав входит еще один распространенный англицизм *Shop*, о степени освоения которого говорит то, что он приобретает определенный артикль, а, значит, соответствующую категорию рода (мужского) и склонения.

Помимо прочего, для образования новых лексических единиц часто используется префикс *IT*, который представляет собой заимствованную аббревиатуру. Она может присоединяться как к лексическим единицам, в состав которых входят исконно немецкие корни (*IT-Fachmann*), так и заимствования из различных источников (*IT-Infrastruktur*, *IT-Admin*, *IT-Spezialist*). При этом данный префикс способен сочетаться как с давно освоенными в немецком языке заимствованиями, так и заимствованиями-неологизмами относительно недавнего времени, в том числе, и другими англицизмами.

Последний класс англицизмов, который можно охарактеризовать как практически полностью адаптированные заимствования, отличаются тем, что постепенно переходят из разряда новых слов в общелитературную лексику немецкого языка. При этом они приобретают все грамматические категории, свойственные соответствующим частям речи, формальные признаки (к примеру, наличие артикля), а также их фонетика полностью адаптируется под немецкую фонетическую систему. Кроме того, полная адаптация проходит и на графическом уровне за счет сближения с нормами современной немецкой орфографии.

В качестве примера можно привести псевдоанглицизм (по нашей приведенной выше классификации) – лексическую единицу *digital*. С точки зрения частеречной принадлежности она представляет собой имя прилагательное (а также и наречие, соответственно), восходящее к латинскому корню. Тем не менее, в немецкий язык оно было заимствовано посредством английского в период активного развития цифровых технологий. О том, что это уже хорошо освоенное заимствование говорит тот факт, что к данному заимствованию могут присоединяться аффиксы немецкого происхождения: таково слово *Digitalisierung*, которое снабжается суффиксом *-ung*. Кроме того, это слово может употребляться и в составе композитов: примером здесь может служить слово *Digitalinformation*. Примечательно, что в последнем примере вторая составляющая композита также представляет собой уже освоенное заимствование латиноязычного происхождения.

Похожими признаками характеризуется и лексическая единица *Computer*, являющаяся уже хорошо освоенным англицизмом, который входит в основной словарный состав современного немецкого языка. Его носителями указанная лексическая единица не воспринимается в качестве иноязычной, и ее «чужеродность» не ощущает-

ся. На то, что данная лексическая единица уже хорошо освоена немецким языком, указывают и ее способности к словообразованию: так широко распространенным в проанализированном нами материале является слово *Computertechnologien*, представляющее собой композит из указанного заимствования и старого заимствования *Technologien* греческого происхождения, которое также представляет собой давно освоенное заимствование. Полная адаптация выражается еще и в том, что лексическая единица *Computer* произносится в соответствие с немецкой фонетикой: кроме того, место ударения в нем меняется в сравнении с языком-донором английским.

Ряд англицизмов представляют собой различного рода словообразовательные кальки. Одной из наиболее часто встречающихся таких калек является слово *Netzwerk*, употребляемое преимущественно в значении «компьютерная сеть». Эта калька может вступать и в синтаксические отношения с другими лексическими единицами, образуя, в частности, атрибутивные словосочетания различного типа: примером может служить выражение *soziales Netzwerk* ‘социальная сеть’, представляющее собой кальку с соответствующего англицизма *social network*.

Следовательно, в немецкоязычных СМИ можно встретить различные типы заимствований, которые отличаются друг от друга степенью адаптации. Некоторые из них находятся на начальной стадии адаптации, то есть еще не полностью усвоены языком и используются в ограниченной сфере коммуникации. Другие уже находятся на средней стадии адаптации и встречаются чаще, но все еще сохраняют некоторые особенности языка-донора, в нашем случае – английского. Есть также заимствования, которые уже стали частью общелитературного языка и используются без каких-либо ограничений.

Исходя из этого, можно подчеркнуть ключевую роль СМИ как средства «привнесения» и адаптации различного рода англицизмов в современный немецкий язык. Значит, СМИ и прочие виды масс-медиа могут, по нашему предположению, рассматриваться как один из экстралингвистических факторов эволюции лексико-семантической системы немецкого языка. Данное утверждение соотносится с размышлениями В. К. Журавлева о том [3, с. 279], что расширение международных связей и интернационализация, проявляющаяся в данном случае через влияние английского как языка международного общения, служит стимулом языковых изменений.

Выявлены также и некоторые отличительные характеристики англицизмов, встречающихся в языке СМИ. Установлено, что ряд из них уже может считаться полностью или практически полностью освоенными современным немецким языком, поскольку они органично включаются в систему немецкого словоизменения, по-

лучают соответствующий артикль, их фонетическая реализация сближается с нормами немецкой фонетики и т.д. Некоторые заимствования можно расценивать как недостаточно освоенные, поскольку их фонетический облик все еще близок к нормам английского языка, они сохраняют способы словоизменения (например, образование форм множественного числа), характерные для английского языка и т.д. Такие заимствования по своим характеристикам сближаются с иноязычными вкраплениями.

В заключение, нужно отметить, что исследование англицизмов в современном немецком языке позволяет также установить закономерности и особенности развития лексической системы языка, поскольку языковые заимствования представляют собой результат сложных языковых контактов, а также являются составной частью процесса межкультурной коммуникации. При этом влияние со стороны СМИ являются одним из определяющих факторов в данном процессе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамов Б.А., Семенюк Н.Н. Немецкий язык // Языки мира. Германские языки. Кельтские языки. – М.: Academia, 2000. – С. 216–274.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – Изд. стереотип. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 576 с.
3. Журавлев В.К. Внешние и внутренние факторы языковой эволюции. – Изд. стереотип. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2019. – 336 с.
4. Клементьева Е.В. Адаптация заимствований в русском языке // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2014. – № 5(27). – С. 260–263.
5. Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов. – Пер. с фр. – М.: Издательство иностранной литературы, 1960. – 436 с.
6. Патрикеева А.А. Англицизмы в немецком языке (на материале языка рекламы). – Автореф. . . . канд. филол. наук: 10.02.20. – М., 2009. – 23 с.
7. Серебренников Б.А. Роль человеческого фактора в языке: язык и мышление. – Изд. 2-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 248 с.
8. Серегина М.А., Чахоян И.С. Denglish: английские заимствования в немецком языке // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – №. 4-2(35). – С. 98–99.
9. Тюленева В.Н. Принципы адаптации заимствованной лексики в русском и китайском языках (на примере интернет-обзоров электронной техники) // Педагогическое образование в России. – 2016. – №11. – С. 100–104.

© Саможенов Сергей Николаевич (sesam2301@yandex.ru), Матвеева Ирина Владимировна (iramatweewa@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»