

АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ

© Семотюк О., 2003

У статті розглядається явище лексичних запозичень. На прикладі англо-американізмів у сучасній німецькій мові показано, що ця лексика запозичується німецькою мовою доволі активно, а її опанування відбувається в міру оволодіння загальною нормою сучасної німецької літературної мови загалом. У цілому, проте, проблема англо-американізмів у сучасній німецькій мові не зводиться до питань стилю і норм мови, а має свої соціальні аспекти, які слід розглядати спільно із проблемами соціології мови. Водночас актуальним є питання перекладу англо-американізмів українською мовою в процесі викладання німецької як іноземної.

In this article the phenomenon of the lexical adoption is retraced. By the example of Anglo-Americanisms in modern German is shown, that this vocabulary is adopted by German very actively and its acquirement is going to the extent of acquirement of the German language on the whole. Generally the problem of the Anglo-Americanisms in modern German should not be added up to the question of the linguistic standards and styles und must be retraced combined with the problems of the language sociology. At the same time the question of the translation of Anglo-Americanisms into Ukrainian in the course of teaching German as a foreign language is very important.

Проблема, винесена у заголовок цієї статті, досліджувалася і досліджується українськими, російськими і німецькими лінгвістами-германістами. Серед праць українських та російських дослідників варто назвати Б.Задорожного, І.Смеречанського, В.Коптілова, Р.Зорівчак, А.Архипова, А. Домашнева, Т.Кияка, Л.Васильєва. Істотним є також внесок німецьких мовознавців А.Баха, Г.Бахляйтнера, О.Бегателя, О.Каде, Г.Мозера, П.Поленца, Ф.Вайскопфа. Праці згаданих дослідників торкаються різноманітних аспектів проблеми іноземних, зокрема англо-американських запозичень у німецькій мові – історичних, стилістичних, соціальних, прагматичних, перекладознавчих.

Мета пропонованого дослідження – з'ясувати вплив англо-американізмів на розвиток сучасної німецької мови. Цій меті підпорядковано такі завдання: показати історично-соціальну зумовленість іншомовних, зокрема англо-американських запозичень у сучасній німецькій мові, простежити процес засвоєння цих запозичень системою літературної німецької мови і подати можливі методи та прийоми перекладу англо-американізмів українською мовою.

Запозичення лексики однієї мови іншою є закономірним наслідком мовних контактів, які присутні в процесі розвитку та існування будь-якої мови. Якщо в минулому збагачення словникового складу німецької мови відбувалося за рахунок запозичень із латинської, а

згодом – із французької мови, то вже із середини 19 століття, і особливо у другій половині 20 століття джерелом поповнення словника німецької мови стала англійська мова. Вплив цей зберігається і є помітним також і сьогодні, причому особливо активно запозичуються слова, характерні для американського варіанту англійської мови. Тому, на нашу думку, мову слід вести про англо-американізми в сучасній німецькій мові.

Уже у перші повоєнні роки і після утворення на території Третього Рейху Німецької Демократичної Республіки і Федеративної Республіки Німеччина лінгвісти звернули увагу на те, що ступінь англо-американського впливу на німецьку мову змінюється уздовж лінії кордону цих держав. Це стало причиною зростаючої диференціації німецької мови у ФРН і НДР. Так, уже у 50-ті роки східнонімецький лінгвіст Ф.Вайскопф, міркуючи про причини і джерела роз'єднання німецької мови в обох німецьких державах, зазначав, що найбільшою загрозою мовній єдності є „засмічення” німецької мови англо-американізмами. Цей процес, зазначав Ф.Вайскопф, мав двояке спрямування. Поруч із безпосередніми словниковими надходженнями (*party, hot music, stories, job, trend, smart*) звертають на себе увагу явища калькування слів і словосполучень. Наприклад, речення, яке українською перекладається як “Новина на першій сторінці привернула його увагу”, „правильною” німецькою мало би звучати “Eine Nachricht auf der ersten Seite zog seinen Blick an”, формулюється інакше: “Eine Nachricht auf der ersten Seite fing seinen Blick” (*caught his eye*). Або ще один приклад, який наводить Ф.Вайскопф: словосполучення “*öffentliche Meinung*” (громадська думка) замінюється словосполученням “*öffentlicher Geist*” (точна калька з англійської „public mind”) [7].

Беручи до уваги так званий прихований іншомовний вплив, тобто калькування іноземних слів, П.Поленц взагалі вважав, що саме цей вплив є найбільш істотним у всьому процесі, тоді як так звані запозичення є лише верхівкою айсберга. При цьому мало хто здогадується, що такі слова, як *Gipfel(treffen), Schwazmarkt, feuern (entlassen)* з'явилися в німецькій мові під впливом англійських форм *summit, black market, to fire* [6].

Особливо „сприйнятливою” для іншомовних запозичень є система так званих “субмов”, тобто різноманітних професійно-технічних мов. Яскравим прикладом можуть слугувати мова періодичних видань і телебачення, де такі поняття, як *layout, outfit, feature, talk-master* стали вже самодостатніми. Має місце також і певне витіснення власне німецьких слів і заміна їх кальками. Приклади: *Konsultation (Beratung), Allianz (Bündnis), fusionieren (verschmelzen), reduzieren (verringern)*. Ведучи мову про щораз більше утвердження в німецькій мові таких слів, як *comeback, handicap, team, slogan* тощо, які не мають термінологічного значення і є конкурентами щодо німецьких відповідників, А.Бах вважає, що це свідчить про відсутність смаку і гідності і є фактом псування мови Гете [1].

Більшість німецьких лінгвістів, визнаючи певну неминучість запозичення багатьох назв разом із поняттями чи предметами, усе ж вважають, що запозичені часто із рекламних міркувань назви не є прагматично вмотивованими. Г.Бахляйтнер наводить як приклад два гасла із реклами одягу, пропонуючи замінити англомовні сполучення “*fun and fashion*” і “*Job and Joy*” німецькими відповідниками “*sportlich-salopp*” і “*Allzweckkleidung*” [2].

У сучасній німецькій мові під впливом англо-американського аналога відбувається витіснення раніше засвоєних орфографічних і орфоепічних форм слів, запозичених свого часу із латинської чи французької мов, а також заміщення цих слів на англо-американські відповідники. Приклади: *appartement (apartment), Publizität (publicity), Mannequin (Modell), Revue (show), Tendenz (trend)* та ін. [6].

Важливим джерелом поповнення словника мови є occasionальні використання іншомовних слів, які таким чином проникають у систему мови. Такі англо-американізми, як *image, insider, frust, overkill, after shave, action, ausflippen* уже десятиліттями живуть в німецькій мові і вживаються майже повсякденно [5]. Проте з погляду мовної прагматики такі слова не є нейтральними: знання і вживання їх передбачає наявність у мовця певної освіти, що змусило лінгвістів назвати цей функціонально-стилістичний шар інтелектуальною лексикою. На стилістичній шкалі ця лексика розташовується між нейтрально-літературним вокабуляром і так званою високою поетичною лексикою. У цій групі опиняється, як правило, іншомовна лексика "*Affront*" – *herausfordernde Beleidigung, "eruiere"* – *forschen*, яка не належить ані до професійно-термінологічної, ані до розмовної лексики німецької мови [4].

Існує теорія, згідно з якою значна частина англо-американізмів потрапляє у німецьку мову завдяки мовній моді, і тому, як усі явища моди, незабаром зникають [3]. Проте, як бачимо, ці „модні слова” не лише не зникли із мовного вжитку, а й закріпилися у групі так званої інтелектуальної лексики і зафіксовані у фундаментальних тлумачних словниках як складова сучасної літературної мови. Значна заслуга у поширенні і утвердженні англо-американізмів у німецькій мові належить сьогодні періодичним виданням, зокрема журналові "*Spiegel*". Журнал заснували у 1946 році за зразком американського "*TIME*". У своїй роботі видання керується принципом групової журналістики, який вимагає від авторів відмовитися від індивідуальних методів і прийомів роботи. Праця авторів у групі (*teamarbeit*), взаємне редагування текстів зумовили появу своєрідного спільного мовного стилю журналу із помітним використанням англо-американської лексики. Проте ця лексика вже не є прерогативою "*Spiegel*", оскільки інші газети і часописи останнім часом також широко використовують англо-американські слова чи звороти.

В цілому, проте, проблема англо-американізмів у сучасній німецькій мові не зводиться до питань стилю і норм мови, а має свої соціальні аспекти, які слід розглядати спільно із проблемами соціології мови.

Що ж стосується проблеми перекладу англо-американізмів українською мовою у процесі викладання сучасної німецької мови як іноземної, то ми вважаємо, що однозначного трактування цієї проблеми бути не може. На нашу думку, там де англо-американська лексема має статус інтернаціоналізму, тобто присутня і активно використовується не лише в німецькій чи українській, а й в інших європейських мовах, необхідно зберігати її, перекладаючи тексти, у яких ця лексема зустрічається. Це стосується передусім, як ми вважаємо, комп'ютерних наук і економіки, і частково – електронних ЗМІ, де українська термінологія наразі не є достатньо розвинутою. Якщо ж в українській існує точний відповідник присутнього в німецькій мові англо-американізму, то ми не бачимо підстав зберігати його в українському перекладі. Наприклад словам *job, party, layout, workshop*, які в німецькій вживаються без перекладу, хоча і мають свої відповідники, в українській відповідають *праця, вечірка, верстка (макет), семінар*, які і потрібно використовувати. Якщо ж англо-американізми, які зустрічаються в німецьких текстах, є реаліями США чи Великобританії, то перекладаючи ці тексти українською мовою, слід використовувати прийоми транслітерації (географічні назви, назви фірм, вулиць), калькування (назви посад, установ, партій) і трансформаційного перекладу (використовується тоді, коли перші два прийоми є недостатніми для передачі тієї фонової

інформації, яка невідома потенційному читачеві). Приклади: *IBM, General Motors, Wall Street* (транслітерація), *State Department, CIA, FBI, Foreign Office* (калькування).

Наприкінці хочемо навести цитату із лондонської "Таймс", яка пишучи про інвазію англо-американізмів у німецьку мову, писала: "It no longer seems to be believed, that German is one of the great world languages. The language also seems to have suffered a defeat in 1945" [8].

Отож, ведучи мову про взаємостосунки німецької літературної лексики і іншомовної лексики та їх переклад українською, можемо зробити такі висновки:

1. Сьогодні найбільшу групу іншомовних надходжень у німецьку мову утворюють англо-американізми. Їх слід зараховувати до лексики, яку запозичила і засвоїла система літературної мови. Опанування цієї лексики відбувається в міру оволодіння загальною нормою сучасної німецької літературної мови загалом. Це залежить від соціальних умов навчання і освіти населення.

2. Інша частина англо-американізмів творить сферу інтелектуальної лексики, яка не є стилістично нейтральною. Поруч із цим, певна частка англо-американізмів в німецькій мові належить словам, які проникають в мову разом із явищами моди, в тому числі мовної.

3. Проблема англо-американізмів у сучасній німецькій мові має не лише стилістично-нормативні, а й соціальні аспекти, які слід розглядати спільно із проблемами соціології мови.

4. Питання перекладу англо-американізмів українською мовою у процесі викладання сучасної німецької мови як іноземної не може трактуватися однозначно. Використання конкретного прийому та вибір українського відповідника або збереження іншомовної лексеми залежить від контексту та конкретних умов.

1. Bach A. *Geschichte der deutschen Sprache*. Heidelberg: Quelle und Meier, 1961, S.395.
2. Bachleitner G. *Sprachpatriotismus: Zur Semantik und Pragmatik neuer Fremdwörter // Politische Meinung*. 1987, Juli. S.19.
3. Bausinger H. *Sprachmoden und ihre gesellschaftliche Funktion*. Düsseldorf: Schwan, 1974, S.245.
4. Duden. *Deutsches Universalwörterbuch: Bibliographisches Institut Mannheim. Dudenverlag*. 1993. 1504 S.
5. Drube H. *Zum deutschen Wortschatz: Historische und kritische Betrachtungen*. München: Heimeran Verlag, 1965. S.198.
6. Polenz P. *Deutsch in der BRD. Tendenzen, Formen und Strukturen des Deutschen nach 1945*. Marburg. Elwert Verlag, 1983. S.41–45.
7. Weiskopf F. "Osdeutsch" und "Westdeutsch" oder über die Gefahr der Sprachentfremdung. Halle: VEB Verlag für Sprache und Literatur, 1956. S.189–202.
8. *The Times*, 2001, № 678, April 14th, p.4