

Морозова Ирина Глебовна, кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков факультета мировой экономики и мировой политики
Государственного университета – Высшей школы экономики (ГУ-ВШЭ).

Распространение англоязычных заимствований как следствие активного взаимодействия современных языков в условиях глобализации

Современный процесс глобализации, затрагивающий практически все сферы человеческой деятельности, неизбежно влияет на национальные культуры, что отражается и на национальных языках. Одним из факторов, определяющих сегодня языковые изменения во многих языках мира, является распространение английского языка как языка международной коммуникации, на котором осуществляется информационный обмен в различных областях экономики, науки, образования и т. д. Возросший интерес к английскому языку, необходимость изучать и использовать его как в профессиональных целях, так и в повседневной жизни и отсутствие барьеров для межкультурных контактов – всё это привело к стремительному росту заимствований из английского языка, англицизмов (англоамериканизмов), в большинстве языков мира. Это явление носит не только лингвистический характер, поскольку оно обусловлено рядом политических, экономических и культурно-социальных факторов, таких, как доминирующая роль США в мировой политике и экономике, открытость современного общества для международных контактов, где ведущую роль играет английский язык, своего рода «мода» на английский язык и многое другое. Поэтому сам процесс всегда рассматривался и рассматривается в совокупности всех этих факторов и, прежде всего, в неразрывной связи с культурными и иными контактами между языковыми сообществами, как часть и как результат таких контактов. Известно, что самая изменчивая, подвижная часть языка – это словарный запас, который на протяжении всего развития языка непрерывно пополняется, изменяется, расширяется, обогащается. Это естественный процесс, который редко поддаётся прогнозированию, который всегда был объектом научных исследований и по-прежнему вызывает

огромный интерес не только со стороны лингвистов, но и широкого круга носителей языка, включая политиков, журналистов, писателей, учителей и т. д.

Тема заимствований всегда вызывала жаркие дискуссии, которые в обобщённом виде сводились к вопросу: существует ли реальная угроза существованию того или иного национального языка? В настоящее время в связи с процессом глобализации и распространением английского языка как языка международного общения озабоченность по поводу сохранения национальных языков значительно возросла. Тревогу бьют не только лингвисты и писатели, но и общественность в ряде стран, например, в Германии, где процесс «англизации» языка затронул все сферы жизни общества и достиг такой стадии, что даже появился термин «денглиш» (немецкий английский), который имеет мало общего с литературными вариантами как немецкого, так и английского языков. Хотя распространение англицизмов в немецком языке вполне закономерно и объяснимо, их неоправданное использование может нанести вред языку. Об этом говорят не только немецкие учёные [4, 5, 6]. Поэты, писатели, артисты, певцы объединяют свои усилия, чтобы обратить внимание общества на опасные для языка явления. И если, как известно, никакими законодательными мерами, приказами, распоряжениями и т. д. нельзя остановить проникновение заимствований в тот или иной язык и заставить носителей языка использовать «родные» слова, то в художественной, музыкальной или юмористической форме можно сформировать определённое отношение к заимствованиям и воспитать языковую культуру. Тема сохранения языка звучит в эфире, в театрах, в Интернете, где создаются целые сайты, такие как, <http://www.kauderwelschseite.de> и <http://www.vds-ev.de/denglisch>, наглядно демонстрирующие нелепость чрезмерного увлечения англицизмами. Этой же цели служат ежегодные конкурсы в Германии на самое «немецкое» слово, а также на самое неудачное слово, «языковой ляп» (*Sprachpanscher*), например: *delicious Brötchen fresh belegt; very billish; neuer Name, neuer Look; Tablewater mit Kohlensäure*. Такие языковые „перлы» появляются прежде всего в языке рекламы, который представляет собой сегодня настоящий «языковой гуляш»,

состоящий из смеси не только слов, но и отдельных элементов, грамматических форм и синтаксических структур двух разных языков: *Jobware Consult - Wir coachen Ihre Karriere! Have you schon probiert our Frühstück? Jeder morning is a good morning mit McMorning! Wer the Pfennig not ehrt, is our Frühstück not wert.* Об эффективности комплексных мер по сохранению языка свидетельствует отказ компании *Deutsche Telekom* от мало понятных для многих групп населения, не владеющих или недостаточно владеющих английским языком, обозначений типа *GermanCall* на немецкие *Deutschlandverbindungen*, несмотря на то, что немецкие обозначения значительно длиннее английских.

Что касается России, то тема «экспансии», «наступления» английского языка в последнее время также становится актуальной в связи с интеграцией России в мировое сообщество. Однако общественное мнение по этому вопросу ещё не сформировалось, хотя лингвисты давно обратили внимание на данный процесс. Заимствования появляются прежде всего в слабо разработанных семантических зонах, отдельные объекты и характеристики которых ещё не вербализованы в том или ином языке, и могут служить своего рода маркерами лакун [1, с. 11]. Одной из таких зон в русском языке является торгово-экономическая, поскольку до перехода к рыночной экономике в языке не было дифференцированных наименований для обозначения лиц, совершающих различные операции в сфере торгово-денежных отношений: *брокер, дилер, риэлтор, дистрибьютор* и др. Заимствования в таких случаях экономят речевые усилия, так как однословные номинации вытесняют многословные, описательные обозначения, являясь более удобным средством, в том числе при образовании новых слов, означающих смежные понятия, например: *бренд, бренд-менеджер, ребрендинг, мультибрендовый* и т. д. Другая сфера, в которую очень активно проникают англицизмы, – это современные информационные технологии, которые стали развиваться значительно позже, чем в других европейских странах и США, и которые просто переняли уже готовые английские термины. По мере компьютеризации общества термины из этой области начали выходить за пределы профессионального использования и

стали доступны самым различным слоям общества, прежде всего молодёжи, как наиболее активному пользователю компьютера. Образовался даже своего рода компьютерный жаргон, имеющий свои внутренние языковые правила, касающиеся словообразования, орфографии, синтаксиса и т. д.: *юзить, коннектишь, аська* и др. Об «экспансии» английского языка можно говорить и в таких областях, как спорт, шоу-бизнес и, конечно, реклама.

На вопрос: есть ли угроза существованию национальных языков при столь агрессивном наступлении английского языка? – большинство лингвистов отвечает отрицательно, считая, что угроза гибели языка преувеличена. То, что называют упадком языка, является изменением языка, его обычным развитием, и язык как система не обязательно страдает от языкового поведения отдельных носителей языка [5]. Угроза существованию языка состоит не в том, что в речевом употреблении появляется очень много иностранных слов, а в том, что язык по каким-то причинам не способен (или утрачивает способность) так ассимилировать эти импортированные элементы, чтобы они подчинялись правилам импортирующего языка. Все естественные языки со временем отвергают лишнее и усваивают то, что может быть «переварено» языком. Что останется в языке, а что уйдёт, трудно предсказать, но со временем иноязычные слова перестают восприниматься как «чужие». Достаточно вспомнить такие слова, как *пальто, кафе, банк, галстук, парикмахер*, существующие в русском языке давно и воспринимаемые как «свои». Уже почти не режут слух такие слова, как *ток-шоу, мониторинг, референдум, импичмент* и др. Не исключено, что через какое-то время окончательно «переварятся» русским языком и станут понятными всем такие слова, как «франшиза», «девелопер» и т. д. Другое дело, насколько осознанно и уместно употребляются данные слова и каковы мотивы использования иноязычной лексики. К сожалению, это часто дань моде или желание выделиться, казаться более образованным и интересным для окружающих, а иногда просто стремление скрыть свою некомпетентность и невежественность. Кроме того, предпочтение всего заграничного, экзотичного автоматически переносится на язык, когда отдельные элементы чужого языка,

не очень понятные, но красиво или оригинально звучащие, по мнению не очень образованного человека, украшают его речь, поднимая его статус в глазах окружающих и способствуя "повышению в ранге" [2, с. 61]. Тогда и возникает режущий слух «языковой гуляш», «дэнглиш», «рунглиш» и т. д.

Судьба заимствований в разных языках может быть различной. Например, пришедшие из английского языка в русский «кекс» и «шаль» отличаются по значению от немецких «*Keks*»(*печенье*) и «*Schal*»(*шарф*). В русском языке «*киллер*» означает только профессионального убийцу, в то время как в немецком более широкое значение данного слова: «нечто, вызывающее разрушение и гибель», позволяет образовывать сложные слова, например, *Zeitkiller*, *Arbeitsplatzkiller*, *Ozonkiller*, *Killersatellit* [3, с. 125]. Практически одинаково используются в немецком и русском языках термины из компьютерной области, например, *интерфейс*, *провайдер*, *сайт*, *чат*. Но в немецком языке можно чаще встретить так называемые двойники, то есть для ряда терминов английского происхождения имеются эквиваленты на немецком языке: *Provider* – *Anbieter*, *Display* – *Bildschirm*, *Printer* – *Drucker* и др. Англоязычная терминология, широко используемая в обоих языках в области информационных технологий, экономики, финансов и других сферах представлена в основном существительными, которые легче всего поддаются ассимиляции, подчиняются правилам языка-импортёра и склоняются по типу «родных». Например, в русском языке заимствования получают падежные окончания, образуют множественное число: *в чате*, *принтеры* и т. д. В немецком языке процесс адаптации происходит, как правило, без проблем, иногда бывают колебания в грамматическом роде: *der/das Job*, *der/das Joghurt*, *der/die Speed*, *der/das Lunch* и др. Кроме того, ввиду близости английского и немецкого языков графическая и часто фонетическая структура остаётся без изменений, что в некоторых случаях приводит к некоторым разночтениям, причём как в прямом, так и переносном смысле, например, *Jazz* до сих пор имеет разные варианты произношения, несмотря на то, что оно существует в немецком языке уже больше 80 лет. А такие слова, как *vital* и *fatal*, могут иметь

различное толкование, поскольку эти слова существуют в обоих языках, отличаются по значению и происходит своего рода наложение одного значения на другое. Часто речь идёт о псевдоанглицизмах, например: *Handy* – слово, которое в немецком языке означает *мобильный телефон*, а в английском является прилагательным и означает *доступный, удобный, легко управляемый, ловкий, умелый*. Или, например, в немецком и русском прижилось слово *body* (*боди*), означающее предмет женской одежды (в английском *bodysuit*, а *body* означает «тело»). В то же время в обоих языках употребляется заимствование «*bodybuilding*» в том же значении, что и в английском. Таких примеров множество и они свидетельствуют о том, что пути и источники заимствований одних и тех же слов могут быть как разными, так и одинаковыми (или схожими), но судьба заимствований часто бывает непредсказуемой. В этой связи интересно использование некоторых слов, связанных с железнодорожной тематикой, например, *билет*. Это слово и в русский язык, и в немецкий пришло из французского, но, если в русском оно сохранилось в обиходе до сих пор, не имея «родного» эквивалента, то в немецком оно было заменено сначала на немецкое «*Fahrkarte*», а сейчас почти вытеснено английским «*ticket*» (уже образовались сложные слова, состоящие из английского и немецкого компонентов, такие как «*Flugticket*»).

Что касается ассимиляции глаголов, то здесь проявляются некоторые особенности, а в немецком языке даже сложности, касающиеся, например, глаголов с приставками, которые отделяются при спряжении. Не совсем ясно, как будут вести себя при заимствовании английские глаголы, имеющие приставки. Например, как должен изменяться английский глагол *back up* при образовании перфекта? *Ich habe das gebackupt, backupt, upgebackt*. Какая из этих форм больше соответствует правилам немецкой грамматики и лучше вписывается в систему языка? Лингвисты пока не могут однозначно ответить на этот вопрос. Поэтому возможны варианты, и не все из них «удобоваримы» для носителей немецкого языка. Нет ясности также и при образовании форм прошедшего времени англоязычных глаголов, которые в своем языке имеют

неправильные формы, а в немецком языке могут иметь как правильные, так и неправильные формы, допуская при этом несколько вариантов: *sightseen* – *sightsehen* (*sightsaw*, *sightseete*, *sightsah*). Какой вариант закрепится в языке, трудно сказать. Не исключено, что носители языка предпочтут экономичному, но трудно спрягаемому англоязычному заимствованию свой родной, но значительно более громоздкий вариант: *Sehenswürdigkeiten besichtigen*.

В русском языке также имеются английские глагольные заимствования, которые при «усвоении» претерпевают не только фонетические, графические и морфологические изменения в соответствии с правилами русского языка, но и часто меняют значение и стилистическую окраску, ср. немецкий глагол «*chatten*» и русский «*чатиться*», имеющий ярко выраженную разговорную окраску. То же самое относится к глаголам *юзить*, *спамить*, *коннектить*, *логиниться* и др. Прилагательные, пришедшие в русский язык, полностью освоенные фонетически, графически и грамматически, также носят слэнговый характер: *драйвовый*, *клёвый*, *сексапильный* и др. В немецком языке, как правило, не происходит изменения значения, но не все прилагательные вписываются в систему языка и склоняются как «родные», например, «*easy*» и «*happy*» невозможно использовать в качестве определения, в отличие от «*clever*» (*ein cleverer Junge*), «*fair*» (*ein fairen Spiel*) и некоторых других.

Увлечение английским языком, распространение англицизмов в любом языке само по себе не является негативным явлением. Так как английский – это международный язык конференций, научных публикаций и обучения во многих крупных университетах Европы, то изучение этого языка и употребление англицизмов там, где это уместно и необходимо, можно только приветствовать. Но недопустимо слепо следовать моде, злоупотребляя иностранными словами в ущерб родному языку. Следует помнить, что «завтрашние изменения являются следствием нашей сегодняшней коммуникации» [5, с. 46]. Можно, конечно, успокаивать себя тем, что язык со временем сам отвергнет чуждое ему. Но, если пустить этот процесс на самотёк, то последствия могут быть губительны для культуры любой нации, поскольку низкий уровень владения родным

языком, отсутствие интереса к художественной литературе, замена живого общения виртуальным – всё это приближает катастрофу, последствия которой трудно ликвидировать, так как этот разрушительный процесс развивается постепенно, затрагивает не одно поколение и может стать необратимым. Чтобы этого не произошло, нужно, конечно, принимать меры, направленные на сохранение национальных языков, ведь любой язык – это часть культурного наследия не только одной нации, но и всего человечества. Борьба за сохранение родного языка ни в коем случае не означает его изоляцию от влияния других языков, и она не может и не должна в современных условиях вестись в одиночку. Напротив, совместные усилия разных стран в этой области не только желательны, но и исключительно полезны и эффективны.

Источники и литература

1. Богданова Л. И. Иноязычное слово в контексте русской культуры: когнитивный аспект. / Л. И. Богданова // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 4. – С. 11-17.
2. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современной жизни / Л. П. Крысин // Русский язык конца XX столетия. (1985 - 1995). – М.: «Языки русской культуры». – 1996. – С. 142-161.
3. Розен Е. В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке. / Е. В. Розен. – М.: «Менеджер», 2000. – 192 с.
4. Debius F. Überfremdung der deutschen Sprache? Zur Frage des englisch- amerikanischen Einflusses. / F. Debius // Deutsch als Fremdsprache. – 2001. – № 4. – S. 195-204.
5. Keller R. Sprachwandel: Von der unsichtbaren Hand in der Sprache. 2. Auflage. / R. Keller. – Tübingen und Basel: Franke Verlag, 1994. – 208 S.
6. Zimmer D. Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber. / D. Zimmer. – Hamburg: Rowohlt Verlag, 1997. – 382 S.