

соотношения исторических традиций и новаторства.

Источники и литература

1. Юдина Т.В. Истоки немецкой общественно-политической речи и проблемы риторики. // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2000, № 4. – стр. 49-59.
2. Ножин Е.А. Проблемы теории публичной речи. Автореф. ... докт. филол. наук. – М., 74. – 30 с.
3. Мигачев А.А. Общая схема французского ораторского выступления. Автореф. ... канд. филол. Наук. – М., 75. – 15 с.
4. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика. – М.: Николо-Медиа, 2002. – 313 с.
5. Rebul Olivier. La rhétorique. – Paris : Presses univ. de France, 1994. – 127 p.
6. Milon Alain. L'art de la conversation. – Paris : Presses univ. de France, 1999. – 173p.
7. Гак В.Г., Григорьев Б.Б. Теория и практика перевода. М.: Интеллект+, 1999. – 456 с.
8. Таривердиева М.А. Теоретическая грамматика латинского языка. Синтаксис. – М., - 1998. – 118 с.
9. Чередниченко О.І. Фразеологія сучасного політичного дискурсу // Вісн. КНУ ім. Тараса Шевченка. Іноземна філологія. – К., 2001. – Вип. 31. – с. 5-7.

Таран М.П.

АНГЛО-АМЕРИКАНИЗМЫ В СОВРЕМЕННЫХ НЕМЕЦКИХ СМИ

Данная статья посвящена проблеме англо-американских заимствований в современном немецком языке, в текстах обиходно-разговорного стиля и, в частности, в средствах массовой информации.

Актуальность данной работы заключается в том, что англо-американское влияние на современный немецкий язык и растущее количество заимствований на данный момент является одной из важнейших и недостаточно изученных лингвистических проблем.

Новизна исследования состоит в сочетании стилистического, социолингвистического и литературного аспектов изучения.

Ключевые слова: социофонетика, англо-американизм, обиходно-разговорный стиль.

Взаимовлияние разных языков – неотъемлемая компонента общецивилизационных мировых процессов, связанных с взаимо-проникновением культур, поиском взаимопонимания между народами и государствами, решением глобальных проблем современности. Исследование результатов подобного влияния предоставляет ценный материал как для конкретных социолингвистических исследований, так и для теоретической работы по осмыслению путей и возможностей осуществления разного типа межкультурной коммуникации [см. 1, с. 54]. С другой стороны, исследование языкового влияния в форме заимствований помогает каждой конкретной языковой культуре осознать свою специфику и, по возможности, предпринять меры по её сохранению и даже удержанию в культурном диалоге так называемой «коммуникативной инициативы» [см. 2, гл.6].

В массиве социолингвистических данных важное место занимают результаты социофонетических работ. Инновации, проникающие во многие языки мира, в том числе, и в немецкий, зачастую выражаются в заимствованиях из английского и охватывают такие сферы жизни как рекламу, политику, прессу и телевидение, спорт, музыку, индустрию развлечений, телекоммуникацию и пр. Прочно вошли они и в науку, например, социологию, психологию, экономику [см. 3, с.103]. По мнению Петренко А.Д., рассматривающего в своих работах также и проблему англо-американизмов в современной немецкой речи, языковая американизация это лишь один из аспектов набирающей силу американизации немецкой культуры: движение за *American way of life* или американское *know how* настолько сильно, что уже вряд ли есть какая-либо жизненная сфера, в которой они не оставили бы свой след.

На сегодняшний день количество заимствований из американского английского, т. н. англо-американизмов, в современном немецком языке настолько велико, что уже совсем не кажутся преувеличенными разговоры об американизации немецкого языка. Англо-американское языковое влияние на Германию и немецкий язык особенно усилилось после Первой мировой Войны и приобрело невиданный масштаб после Второй мировой. После основания обоих немецких государств в 1949 увеличилось англо-американское языковое влияние на ФГР по сравнению с ГДР в первом десятилетии, а затем еще более усилилось, благодаря вошедшему в моду чрезмерному использованию многочисленных американизмов. Что касается англо-американской специальной терминологии и повсеместно употребляющихся англо-американизмов, то ГДР и ФРГ были относительно равными. Большое количество американизмов как ранее в обоих немецких государствах, так и в настоящее время в их английской форме являются уже устоявшейся и крепко интегрированной частью словарного запаса. [4, с. 56]

Если принять во внимание все греческо-латинско-французские слова, которые через англо-американизмы попадали и попадают в современный немецкий язык, а также и во многие другие языки мира, при которых словари, как правило, не дают ссылок на их англо-американское содействие, то число американизмов растет не только в разговорной речи и в литературе, но и еще больше в отдельных профессиональных языках Германии.

В целом, американизация немецкого языка является равносильной набирающей силу интернационализации, поскольку многие из заимствованных слов (например те, которые первоначально имели латинские, французские, а потом англо-американские корни, такие как *art, service, college, image, connection, lotion* или *limit*) в такой же или похожей форме встречаются и в других языках. Хотя в немецком языке уже

столетиями существует множество “интернационализмов”, которые встречаются и в других языках (такие как *Rose, Bank, Hotel, Geographie, Museum, Kalendar, Liter, legal, sozial, kollektiv*, и др.), их количество заметно пополняется с помощью англо-американизмов. Так называемую американизацию и интернационализацию можно проследить как в словарном составе немецкого языка, так и в произношении, и это означает, что общепризнанные “типично” немецкие языковые, культурные и исторические традиции, характерное своеобразие немецкого языка и культуры постепенно теряют свой вес в результате влияния англо-американской культуры.

Займствования приходят в немецкий язык по различным причинам. Кроме уже упомянутой интернационализации, стремлению к единому языку и глобального мирового влияния Америки, к одной из них можно отнести ограниченную возможность в немецком языке, в котором преобладают многосложные слова, строить короткие фразы. Английский с его односложными (моносложными) словами значительно привлекает своей простотой. Такие лексические краткости принимались и принимаются в немецкий язык, поскольку многосложные слова не только трудны в написании, но и произношении. [5, с. 225] К примеру, можно сравнить слова “*Boom*” и “*pötzlicher, kurzer Wirtschaftsaufschwung*”; “*fit*” и “*in bester sportlicher form*”; “*gut vorbereitet sein*”; “*leistungsfähig*”; или “*Bit*” и “*kleinste Informationseinheit*”; “*Fan*” и “*fanatisch Begeisterter*”; “*leidenschaftlicher (junger) Anhänger*”; “*Hit*” – “*Errfolgsschlager, -,Begabungs-, Eignungs-, Material- etc. Prüfung*” и т.п.

С каждым годом все больше англо-американских займствований встречаются в немецкой повседневной разговорной речи. Высока частота употребления таких существительных как *Fun, Job, Hearing, Hotline, Look, Open Air, Outfit, Sound, Spray, Ticket, Touch, Twen* и других; повсюду слышны такие прилагательные как *clever, cool, fit, happy, light, sexy*; глаголы – *biken, boomen, checken, jobben, kidnappen, outen, sponsern, scannen* и др. Как сильно англо-американское влияние на современный немецкий язык – а, соответственно, и на говорящего, – показывает возрастающее количество займствованных восклицаний и приответствий, таких как *wow, yeah, hey, ey, bye-bye, hi, sorry, o.k.* и др.

Перенимаются не только англо-американские названия товаров, фирм, магазинов и различных обществ, английские названия даются музыкальным группам и клички домашним животным, друг друга называют американскими ласковыми словами как *Baby, Sweetie* и т.п.

Автором данной статьи было проведено исследование на материале программ телевизионного канала ZDF. Проанализированы некоторые современные немецкие ток-шоу (“*das Familiengericht*” и др.), участники которых представляли различные возрастные категории (от 16 до 65 лет) и социальные группы. Все участники использовали исключительно разговорную речь (*Umgangssprache*). В результате анализа было установлено, что всеми говорящими, вне зависимости от возрастной или социальной группы, были употреблены хотя бы несколько англо-американских займствований – таких как *Job, Baby, Jeans, Outfit, Party, babysitten, online* и др. Также замечено, что подростки употребляют англо-американизмы значительно чаще, нежели представители старшего поколения (примерно на 20%). Речь подростков отличается разнообразием и частотой употребления займствований и близостью произношения англо-американизмов к оригинальному. В отличие от людей среднего и старшего возраста, которые употребляли в основном существительные, такие как *Job, Baby* или *Outfit* и изредка глаголы вроде *joggen, babysitten* и т.п., представители молодого поколения употребляли все виды и варианты займствований, принадлежащих ко всем частям речи, например, множество прилагательных как *cool, fit, great, easy* и др. Следует отметить, что в речи подростков нередко встречались также займствованные из английского ругательства – *Bullshit* и др.

Говоря об обиходно-разговорном функциональном стиле немецкого языка, хотелось бы отметить феномен электронного письма неофициального характера. Неофициальный e-mail как таковой не отнесен научно к текстам какого-либо функционального стиля, но поскольку при его написании не соблюдается литературная норма немецкого языка, его можно отнести к обиходному стилю. Электронное письмо, написанное носителем немецкого языка, настолько переполнено англо-американскими займствованиями, что при прочтении складывается впечатление билингвизма его написания. Кроме вышеупомянутых займствований для электронного письма характерны также англо-американские займствованные сокращения. К примеру, фраза которая выглядит как “*Ich bin dar 4 U*”, во-первых, является калькой от английского “*I’m here for you*”, кроме того цифра 4 обозначает английское слово “*for*”, а заглавная буква U означает *you*. В e-mail неофициального характера встречаются различные займствованные сокращения, такие как, к примеру: “*a.s.a.p.*”, что означает “*as soon as possible*” (как можно скорее), “*lol*” – “*laugh out loud*” или “*brb*” – *be right back* и многие другие.

Англо-американские займствования встречаются во всех социальных, географических и культурных сферах, современного немецкого языка вне зависимости от социальной или возрастной группы говорящего. В особенности сильно уже на протяжении многих десятилетий англо-американское языковое влияние на язык молодежи и так называемую *Jugendkultur*, а вследствие этого, и на весь язык. Влияние чувствуется повсеместно в торговле и индустрии, науке и технике, в рекламной индустрии и средствах массовой информации, а также и в прессе.

Одно из наиболее ранних и актуальных англо-американских займствованных сложных слов, которое имеет одинаковое звучание и в Англии, и Америке, и Германии – *joint venture(s)* (множественное число) в значении ‘*Geminschaftsunternehmen*’ в немецком появилось именно в тексте газетно-публицистического функционального стиля. Актуальность и распространение этого понятия, которое появилось в прессе примерно в конце 1989 года, росло с каждым днем.

Со временем количество англо-американских займствований продолжает быстро расти и в других функциональных языковых стилях, в частности, и газетно-публицистическом – а ведь СМИ являются не-

исчерпаемым источником англо-американизмов и для обиходной речи. Можно с полной уверенностью утверждать, что в настоящее время практически невозможно найти какую-либо немецкую газету или журнал, в которых не встретилось бы если не множество, то наверняка значительное количество англо-американизмов. Прослушав или просмотрев какую-либо немецкую теле- или радиопередачу, невозможно не услышать множество старых и новых англо-американизмов из уст носителей немецкого языка.

Различные языковые статистические исследования, проводившиеся за последние десятилетия, материалом для которых послужили продукты прессы, доказывают, что количество англицизмов и англо-американизмов в немецкой прессе с 1945 года по настоящее время возросло во много раз. В определенных специализированных газетах и, соответственно, научно-популярных журналах, в сфере информационной технологии или же развлекательной индустрии доля американизмов настолько велика, что возможно уже говорить о смешанном языке. Если же рассмотреть некоторые современные журналы информационно-развлекательного плана, то количество заимствований поражает, а иногда даже кажется, что журнал написан на двух языках.

Автором данной статьи было проанализировано 10 различных современных немецких журналов 2004 и 2005 года выпуска. В результате было установлено, что более трети заголовков каждого журнала содержат как минимум один англо-американизм: "Fit und schön", "Tochter gekidnappt" [6, с.55], "Freizeit-Look", "Ein Weekend ohne Dates?", "Trip nach Yesterday", "Kontakte Nonstop" [7, с.78], Last-minute Spartrip [8, с.24], некоторые же просто представляют собой английское слово или выражение. К примеру: "News", "Coaching", "Family life", "Beauty-Tricks", "Styling-guide" [9, с. 101] или "Cook-Shop", "Happy-end", "Beauty-News", "Under Cover", "Fax-Hotline", "Stress-Killer" [10, с.69].

Таким образом, можно констатировать значительный рост объема англо-американизмов в современном немецком обиходном языке. Существует несколько мнений касательно данной проблемы. Некоторые лингвисты склонны полагать, что существует тенденция к смешению языков в некоторых пластах немецкого языка и что рост и проникновение иноязычных структур в современный немецкий язык грозит размыванием разговорной немецкой речи и постепенной утратой её специфики. Однако, количество англо-американизмов в обиходно-разговорном стиле языка и, соответственно, в средствах массовой информации является лишь следствием неизбежного роста и развития мировых экономических отношений, где во всех сферах доминируют Соединенные Штаты Америки и, соответственно англо-американского влияния на многие культуры мира, всемирными процессами глобализации процессов распространения билингвизма по схеме родной язык – английский.

Источники и литература

1. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: Гнозис, 2003. – с.250
2. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – с. 145
3. Петренко А.Д. Социофонетическая вариативность современного немецкого языка в Германии.– К.: Рідна мова, 1998.
4. Martin Lehnert. Der angloamerikanische Einfluss auf die Sprache der beiden deutschen Staaten: Akademie Verlag // Sitzungberichte der Akademie der Wissenschaften in Berlin, Jahrgang 1991, Nr. 2. – S. 298
5. Göran Kristensson. Angloamerikanische Einflüsse in DDR-Zeitungstexten: Almqvist und Wikless International Stockholm – Schweden/ Stochholmer Germanische Forschungen, Kungälv, 1977. – S. 267
6. Spiegel. – 2004, №2. – S. 124
7. Brigitte. – 2004, № 15. – S. 189
8. Spiegel, 2004, №3. – S. 179
9. Spiegel, 2004, №3. – S. 203
10. Für Sie. – 2004, №13. – S. 245

Нерадовская Т.Л.

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИНТАКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМФАЗЫ

В современном французском языкознании достаточно много работ [1, 2, 3, 4] посвящено изучению эмфатических структур, однако до сих пор предметом исследований не становилось изучение коммуникативно-прагматической обусловленности употребления рассматриваемых конструкций в речи.

Постановка проблемы определила цель данного исследования: изучить коммуникативно-прагматическую обусловленность употребления синтаксических средств выражения эмфазы в современном французском художественном дискурсе. Данная цель подразумевает решение следующих задач:

- определить факторы, способствующие успешному коммуникативному взаимодействию субъектов речи;
- рассмотреть коммуникативные функции различных эмфатических структур и определить их соотносительность с ситуацией.

Одной из основных функций языка является коммуникативно-прагматическая, реализующаяся в речевой деятельности человека – центра акта коммуникации. Основной единицей коммуникации является предложение-высказывание. Всякое высказывание, соотносясь с фрагментом внеязыковой ситуации, имеет определенную цель: сообщить или запросить информацию, побудить адресата к тем или иным действиям. Вызвать у собеседника определенную реакцию на передаваемую информацию и т.д.