

**Петренко А.Д., Петренко Д.А.**

## **О НЕКОТОРЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА В ГЕРМАНИИ**

В современном немецком обществе существуют дифференцированные отношения между определенными социальными слоями, возрастными группами и определенными формами существования языка, однако связи общественного и языкового развития страны имеют принципиально иной характер, чем в бывшей ГДР. Социально обусловленные различия в развитии языка, имевшие место после 1945 года, не преодолены, поскольку отношения между социальными слоями и формами существования языка перестраиваются постепенно. В этой связи возникает ряд вопросов, относящихся к проблеме изучения форм существования немецкого языка в Германии:

1. В какой мере (активно или пассивно) владеют жители объединенной Германии общенемецким устным и письменным языковым стандартом?

2. Какова роль различных форм существования языка при решении коммуникативных задач во всех областях общественной жизни?

3. Пользуется ли большинство населения разговорным языком и, по возможности, только разговорным языком?

4. Каковы особенности процесса ассимиляции разговорного языка и общенемецкого устного и письменного языкового стандарта в Германии?

5. Какова роль регионального разговорного языка?

6. Существует ли в настоящее время единый разговорный немецкий язык, обслуживающий все группы населения страны?

7. В каких социальных группах и при каких условиях используется населением республики преимущественно местный диалект?

8. Насколько явно проступают факты возрастной дифференциации немецкого языка и каковы их особенности на разных уровнях языковой системы (грамматическом, лексико-семантическом, произносительном)?

Подробно эти вопросы в ситуации объединенной Германии разработаны на сегодняшний день достаточно слабо. В тех сферах коммуникации, которые обслуживаются литературным языком, царят строгие предписания языкового этикета, не допускающие лексику жаргонов и аргю, бранные и грубые слова. Там же, где доминирует разговорный язык или диалект, эти запреты смягчены. Иногда эти ограничения зависят не только от сферы коммуникации, но и от состава коммуникантов: в мужском обществе они менее жестки, чем в среде женщин и детей. Этика общения запрещает, например, употреблять бранную лексику в общении с лицами старшего возраста, на письме. Тем не менее, в современных бульварных изданиях можно встретить не только бранные слова, но и нецензурные.

С другой стороны, в настоящее время отмечается определенная интеллектуализация языка, которая становится универсалией для развитых языков мира. Одним из экстралингвистических проявлений интеллектуализации является вовлечение вопросов политики, науки, международных отношений, военного дела, спорта и т.п. в область повседневного общения людей. С этим связано и проникновение в немецкий язык огромного числа новейших заимствований, в основном через средства массовой информации.

В феврале 1995 года газета "Hamburger Morgenpost" опубликовала письмо, написанное в редакцию 75-летним пенсионером из Гамбурга Е. Энгельбертом. Поводом для этого письма послужила популярная авторская телевизионная программа Г. Готшалка "Wetten dass", известного своими "блестящими" языковыми экспериментами "made for you", и употребившего вместо слова "Kinder" новомодное "Kids".

Автор письма, а вслед за ним и редакция, отмечают тот факт, что большая часть старшего населения страны совершенно не ориентируется в современном немецком "новоязе", которым буквально пронизаны средства массовой информации страны. Приводятся и конкретные примеры, выступающие нередко в виде своеобразных паролей, причем не только в качестве особенностей, скажем, молодежного жаргона. К ним можно отнести: *Feel the rhythm, Action on the Rocks, Get the Feeling, Program Scan, Pro-Logic, Surround-Sound, Multi Voltage, Cinch, Steeler, On Screen Display, Black Matrix, Timer, Full-Logic-Doppel-Frontlader mit Soft Eject und Autoreverse, Show View, High Speed Drive, Auto Head Cleaner, Jog-Shuttle, Longplay, Digital Auto Tracking, Audio Dubbing, Channel Mapping, Auto Lock-Cover, Lifestyle* и др.

Даже первый взгляд на некоторые из представленных примеров вызывает соответствующие образы у русскоговорящего человека, вынужденного привыкать к словам типа *таймер, пейджер, лонгплей, автореверс, ресивер, эджект, тюнер, эквалайзер, тахометр*, не говоря уже о таких простых, как *факс, ксерокс, матрица, модем, дискета, принтер* или *дисплей*. Причем большинство из этих слов мы привыкли встречать в латинском написании и произносить по-английски. Повсеместное использование компьютера, распространение *Интернета* и разнообразных компьютерных программ создали своеобразный "язык", не всегда доступный людям среднего и старшего поколения, но, что особенно интересно, часто понятный детям.

Инновации, проникающие во многие языки мира, в том числе и в немецкий, приходят из Соединенных Штатов, охватывая такие сферы жизни, как реклама, политика, пресса и телевидение, спорт, музыка, индустрия развлечений, телекоммуникация и пр. Прочно вошли они и в науку, например, социологию, психологию, экономику.

На это имеются объективные причины, полагает Е. Шенфельд, поскольку "американское" стало

доминирующим направлением в общественной и культурной жизни Запада после окончания II мировой войны [7]. Распространившись теперь и по всему остальному миру, прочно вошли в жизнь и быт современного общества “Fast-Food” - *Marlboro* и *Coca-Cola*, *Hamburger* и *Comics*, *Fitness* и *McDonalds*.

Новая мода и продукты, типа *Aerobic*, *Walkman*, *Bodyguard*, *Snowboard*, популярные виды спорта *Baseball*, *Basketball*, *American Football*, распространенная лексика из мира музыки и кино оказали существенное влияние не только на американский вариант английского, но и на его британский оригинал. Стыдливо избегая немецкого слова “*Mannschaft*”, бундесбюргеры предпочитают ему новомодное “*team*”, причем не только в области спорта. К редким исключениям можно отнести понятие “*Stiftung*”, хотя новые позиции отвоевывает себе и “*Fond*”.

Американское телевидение, в основном частное, привело к распространению и прочному внедрению в немецкий язык таких слов, как *Face to Face-*, *Talk-*, *Game-* и *Late Night-Show*, *News* и *Reality-TV* со всеми сопутствующими аксессуарами из США. Крупнейшие тележурналы Германии, издающиеся на рекламные средства телегигантов ARD и ZDF, называются на американский лад “*TV today*”, “*TV movie*”, “*TV pur*”. Новый популярный журнал в Германии носит название “*FOCUS*”, а титул журнального приложения “*Spiegel spezial*” был заменен с 1994 года на “*Spiegel special*”. Американское стремление к лидерству во всем подхвачено теперь и на немецкой земле. Самая большая в мире рождественская елка стоит теперь не в США, а в Дортмунде, а в провинциальном заштатном Оберхаузене на Руре выстроен крупнейший в мире торговый центр, названный и произносимый почему-то на американо-итальянский лад “*CENTRO*” - ([ t ʃ E n t R o ]).

Налицо и скрытое уподобление американских понятий немецким языковым реалиям. Корреспонденты, работающие за рубежом, говорят о политике американской “*Administration*”, избегая привычное “*Regierung*” (аналогичное явление мы регистрируем и в русских СМИ). Синхронисты-переводчики распространяют “*Dallas-Deutsch*” в бесконечных сериалах, рассказывающих об “*American way of life*”, используя большое число выражений-“бастардов” типа: “*a la nicht wirklich*” вместо привычного “*eigentlich nicht*”; “*keine Idee*” вместо “*keine Ahnung*”; “*wir sehen uns später*” вместо “*bis dann*”; “*ihr Jungs*” вместо простого “*ihr*”.

Влияние американского отражается не только на семантической сфере, но и проникает на уровень синтаксиса. Распространенные в английских коммуникативных сообществах т.н. “*Kettenwörter*” (слова-цепочки) стали, частично под влиянием рекламы, нормой широкого употребления в Германии. К подобным громоздким и не типичным для немецкого языка конструкциям можно отнести, например, “*Geld-zurück-Garantie*” (образованное по аналогии с английским “*money-back-guarantee*”) или *Flughafen Zubringer Service*; *NDR Spät Show*; *Zweihundert-Prozent-Steigerungsrate*; *Rod-Stewart-Amerika-Tournee*; *Freizeit Socken* и т.д.

Следствием всех этих процессов, полагает У. Порксен, является то, что каждый отдельный говорящий, а в итоге и все коммуникативное сообщество обособляется в пределах избранной им формы разговорного языка или жаргона [2], отдавая предпочтение тем языковым формам, которые они ежеминутно слышат с экранов телевизоров в популярнейших *Talk Show*, в том числе от Г. Готшалка и М. Шрайнемакерс.

Довольно интересными в этой связи являются и наши наблюдения за языковым поведением эмигрантов из бывшего СССР, употребляющих в своей русской речи огромное число немецких слов, соответствующих известным им и принятым в их “*прошлой*” жизни реалиям, переносимым на новую социально-культурную почву. Образуется своего рода *социолект эмиграции*, основанный на смешении (даже не “*Mischung*”, а “*Mix*”) старых понятий, обозначенных в соответствии с новыми условиями жизни этих людей.

Примеры такого “*винегрета*” можно услышать повсеместно, когда человек идет, скажем, в “*ауслендерамт*” для получения “*социала*” и оформления документов, которые он привез с собой еще из немецкого “*конзулята*” в Киеве или в Москве. Свое новое “*бюргшафт*” он получит только тогда, когда его “*ауфентхальтсфрист*” составит 5 лет жизни в “*хайматланде*” и он, наконец, получит соответствующее “*генемизунг*”. Причем новый “*аусвайз*” обойдется ему в пару сотен “*дойчмарок*”, после успешно законченного “*шпрахкурза*”. Подобными “шедеврами” пестрят все газеты и журналы эмиграции.

Еще два-три десятилетия назад подобное вызвало бы глубокий шок и протесты не только со стороны лингвистов, но и просто обычных людей. Сейчас на единичные протесты внимание почти никто не обращает, реальность превзошла все, и ее следует рассматривать именно как реальность сегодняшнего дня со всеми вытекающими последствиями. Поэтому достаточно серьезно звучат слова Е. Хеншайда в его новой книге “*Dummddeutsch*” [4] - “*Ach, gäb`s ein Null-Wachstum doch auch im Sprachlichen - fast alles Elend hätte ein Ende*”. Вопрос лишь в том, действительно ли это “*Wachstum*” или нечто иное?

В характеристике современных тенденций, связанных с развитием и формированием немецкого языка в Германии, Х. Мозер, Д. Циммер и Г. Еман указывают, что основным направлением в этом смысле становится “*упрощение*” (“*Vereinfachungstendenzen*”) и связанная с ним “*языковая / речевая экономия*” (“*Sprachökonomie*”) [5; 8; 2]. Распространенными становятся сокращения, типа: *Uni*, *Stasi*, *Ziwi*, *Profì*, *Tacho*, *Prof*.

Тенденции упрощения заметно коснулись лексики, синтаксиса, морфологии. Достаточно отметить уменьшение реализаций форм родительного падежа, придаточных предложений, почти полное исчезновение из разговорной речи сослагательного наклонения (за исключением лишь отдельных штампов, подобно: “*seien Sie so lieb., wie würden Sie..?, ich hätte gern...*”), разрушение синтаксической структуры

предложений, рамочных конструкций и т.п. При этом отмечено возрастание числа разнообразных суперлативных форм. Суффиксом “на все случаи жизни” становится “-mäßig”, с помощью которого, наряду с привычными - *vorschriftsmäßig*, *gewohnheitsmäßig*, образовано много новых “незаконнорожденных” слов - *hypermäßig*, *WG-mäßig*, *businessmäßig*, *cashmäßig* и т.д.

Стремление к сокращению при сохранении информативной наполненности высказываний является одной из главных отличительных черт современного немецкого языка. Результатом данных процессов стали синтаксические конструкции в стиле комиксов, например: *Hechel-hechel*; *Stöhn*, *Grübel-grübel*, *Ächz*, *Schock(ing)*, *Vollstreß*, *Ggggrrrr* и пр. Что касается языка молодежи, то употребление подобных выражений вряд ли свидетельствует о мыслительной “лености” молодых людей. Скорее наоборот, молодежь старается употреблять новые слова, отличные от всеобщего употребления, для обозначения известных всем предметов, а также формулирования своих поступков и чувственных переживаний, как бы кодируя их, например: “*Super - Beziehung*” вместо “*Liebe*” или “*Pfaffengelabere*” вместо “*Predigt*”. В этом как раз и сказывается ее стремление одеваться, причесываться, думать и говорить нестандартно, противопоставить себя остальной части общества, самоутвердиться. Нельзя забывать и то, что, создавая новые формы ассоциативно, молодые люди прибегают к помощи необъятных ресурсов языка, которые они, в конечном итоге, и пополняют.

Начиная с 50-х годов, то есть времени распространения рок-н-ролла и появления первых молодежных эстрадных коллективов в 60-е - 80-е годы, таких как “Beatles”, “Rolling Stones”, популярных исполнителей - Дженис Джоплин и Джимми Хендрикса, молодежь занимает центральное место в сфере СМИ, киноиндустрии и рекламы. Достаточно лишь вспомнить нашумевшие в свое время книгу американского писателя Эрика Сегала “*Love story*” и фильм Микеланджело Антониони “*Zabriski Point*”. Именно СМИ и реклама способствовали в первую очередь распространению в среде молодежи новой моды, вкусов и языка. Появляется огромное количество молодежных журналов, объединений, клубов. В немецком языке начинается новый этап заимствований, связанный с той ведущей ролью, которую начинают занимать в мире США. На страницах молодежных изданий можно повсюду встретить современный “новояз”: “*Die Girls von heute kommen schnell zur Sache... Wie kannst du auf die schnelle Tour einen geilen Boy anmachen?... Worauf coole Jungs abfahren!... Wie die heutigen Girls fühlen!*” и т.д. Несмотря на то, что авторы большинства журналов стараются использовать на своих страницах типичную для молодежи лексику, она все-таки так же далека от оригинала, “как Джеймс Бонд от Махатмы Ганди”, считает Ута Клаус [1].

Если раньше (в 17-м, 18-м, 19-м веках) основным источником пополнения иноязычной лексикой молодежного языка был французский, ср. *Kneipier* (Wirt) - *Pumpier* (Geldverleiher) - *Suitier* (Witzbold) - *illuminert* (betrunken), то в настоящее время ему на смену пришел английский язык (*Show*, *Shocking*, *Action - Weekend*, *Kids*, *Down*, *Feeling*). Часть лексики заимствована из идиш (*Zoff*, *Zaster*, *mogeln*, *schofel*, *karniefeln*), а также латинского (*Terror*, *Horror*, *subito*, *Ego - Trip*, *ultra*) и греческого языков (*hypermäßig*, *gigantisch*, *galaktisch*, *kosmisch*).

Одним из источников пополнения лексики молодежного жаргона являются различные специальные и профессиональные языки. С развитием новой техники в молодежный язык вошли слова *Laptop*, *Screen*, *Interfac*, *Soft- und Hardware*, *Terminal*, *Disc*, *First-Word-System*. Из социолектов и жаргонов спортсменов, солдат, наркоманов и преступников проникли *Ehrenrunde*, *Fluppe*, *Tittenschwungpalast*, *bekifft*, *Blaumänner*, *Freak* и т.д.

Новым явлением для молодежного языка стало распространение в среде молодежи регионально окрашенной, диалектной лексики. В деле ее распространения ведущую роль сыграли молодежные эстрадные коллективы и исполнители, такие как “Allgemeine Verunsicherung”, Rainhard Fendrich, “BAP”, “Bläck Fööß”, Konstantin Wecker, Georg Danzer и, в первую очередь, Udo Lindenberg. Прочно утвердились в молодежном лексиконе слова, типа: *alles paletti*, *Nebelkrähe*, *abgepfiffen*, *düsen*, *Dodel*, *Bumpfi*, *Preßlufttütt*, *Hau*, *Dillo*, *Bluzer*, *Schizzo*, *Depri*.

Принимая во внимание особенности становления и развития национального немецкого языка, необходимо отметить, что молодежный жаргон формируется также под влиянием диалектов конкретной местности. Поэтому целесообразно, по-видимому, говорить о дифференциации языка молодежи в связи с влиянием региональных факторов. Так, например, молодежная лексика, типичная для западной и северной частей Германии (*ömmeln*, *poofen*, *Mucke*, *beeumelt*, *sülzen*, *labern*), не употребляется на юге страны, а также в Австрии и Швейцарии. Молодые баварцы не используют *Fuzzi* и *Laschi*, предпочитая им более распространенные на юге *Dodel*, *Halrodri*, *Sandler*. В Лейпциге, Гамбурге и в Вене молодые люди оценивают свою девушку как “*urst*” (“*tiffig*”), “*astreiner Luxusdampfer*” и “*leiwande Mizzi*”, соответственно. Саксонец, очарованный прелестью своей подружки, заметит, что он “*von einem Rotkehlchen gerammt*”-“*попал на крючок*”; его сверстник из Швейцарии скажет: “*e Kioschk an der Eigernordwand*”, молодой житель Вены отметит “*einen Dauerhau*”, а представитель гамбургской “*молодежной тусовки*” (*Jugendszene*) - “*kommt unter die Schiffsschraube*”. В то время как в Гамбурге молодежь “*ätzend rumgesülzt*”, в Лейпциге она “*rumgerüsselt*”, в Бохуме “*rumgenölt*”, а в Вене “*Larifari dazöhlt*”.

Молодежный жаргон использует язык в целях эмоциональной экспрессии, изыскивая по аналогии и ассоциации такие вербальные формы, которые позволили бы молодежи отличаться от языка и мира взрослых. Для этого употребляются гиперболы типа: “*Ich denk, mich rammt ein Rotkehlchen*” или “*Super-Mutter*”, неологизмы: “*paletti*, *lull und lall*, *palle malle*”, слова со смещенным значением: “*Rohr*,

*rabenstark, tierisch, ätzend*”, экзотизмы: “*Tussi, Freak, “Buwimi Gralado*” - составленного из *Bundeswirtschaftsminister Graf Lambsdorf* (курсив наш - А.П., Д.П.) и т.д. Молодежный жаргон отличается игрой слов, например: “*Lieber Sonne als Reagan*”; “*Lieber ´ne Flasche in der Hand als im Bett*”; “*Lieber arm dran als Arm ab*”.

Г. Хенне определяет молодежный жаргон в качестве “*Nehmersprache*” [3]. Жизнь, однако, состоит, по выражению самих же студентов, из “*Nehmen*” и “*Geben*”, а потому язык молодежи можно, перефразировав термин Г. Хенне, с полной уверенностью рассматривать и в качестве “*Gebersprache*”. Молодежный жаргон функционирует в качестве средства общения в ограниченной, но достаточно обширной и многочисленной среде носителей языка. При этом он не только заимствует языковые средства из других языков (как иностранных, так и специальных), но и активно участвует в процессе развития национального немецкого языка, обогащает и дополняет его, использует и развивает ресурсы последнего.

### **Литература**

1. Claus U. Total tote Hose. 12 bockstarke Märchen. - Frankfurt, 1984.
2. Ehmann H. Affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache. - München: Beck`sche Reihe, 1993.
3. Henne H. Jugend und ihre Sprache. Darstellung, Materialien, Kritik. - Berlin: New York, 1986.
4. Henscheid E. Dummddeutsch. - Stuttgart: Reclam, 1993.
5. Moser H. Wohin steuert das heutige Deutsch. Triebkräfte im heutigen Sprachgeschehen. - Düsseldorf, 1967.
6. Pörksen U. Plastikwörter. Die Sprache einer internationalen Diktatur. - Stuttgart: Klett-Cotta, 1989.
7. Schönfeld E. Alles easy. Ein Wörterbuch des Neudeutschen. - Hamburg: Beck`sche Reihe, 1995.
8. Zimmer Dieter E. Redens Arten. Über Trends und Tollheiten im neudeutschen Sprachgebrauch. - Zürich: Haffmans, 1988.