

Некоторые аспекты грамматической и семантической ассимиляции англоязычных заимствований в немецких медиатекстах

Some aspects of grammatical and semantic assimilation of English-language borrowings in German media texts

Щербакова П.С.

Студентка 3 курса кафедры перевода и переводоведения Кемеровского государственного университета, г. Кемерово
e-mail: pscherbakova2207@yandex.ru

Scherbakova P.S.

Student, Department of Translation studies and Linguistics, Kemerovo state University, Kemerovo
e-mail: pscherbakova2207@yandex.ru

Смирнова А.Г.

канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии Кемеровского государственного университета

Smirnova A.G.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Romance and Germanic Philology Kemerovo State University

Аннотация

Данная статья посвящена анализу английских заимствований, отобранных из немецких электронных СМИ. Исследование проводится для того, чтобы выявить грамматическую и семантическую ассимиляцию англоязычных заимствований в медиатекстах. В статье рассматриваются морфологические особенности англоязычных заимствований, такие как распределение англоязычных заимствований по грамматическим классам слов и их грамматическая ассимиляция, согласно правилам немецкой грамматики, словообразовательные модели, в которых присутствует англоязычное слово или компонент. В статье рассматриваются также некоторые семантические аспекты заимствованных англоязычных слов, когда слова в немецком медиадискурсе приобретают новое значение, не типичное для английского языка.

Ключевые слова: заимствование, ассимиляция, англоязычные заимствования, немецкий язык, грамматическая ассимиляция, семантическая ассимиляция.

Abstract

This article is devoted to the analysis of English-language borrowings selected from German electronic media. The research is conducted in order to identify the grammatical and semantic assimilation of English-language borrowings in media texts. The article deals with the morphological features of English-language borrowings, such as the distribution of English-language borrowings by grammatical classes of words and their grammatical assimilation, according to the rules of German grammar, word-formation models in which an English-language word or component is present. The

article also discusses some semantic aspects of borrowed English words, when words in the German media discourse acquire a new meaning that is not typical for the English language.

Keywords: borrowing; assimilation; English-language borrowings; German; grammatical assimilation; semantic assimilation.

Проблема заимствований в немецком языке изучается на протяжении длительного времени многими лингвистами, среди которых Л.В. Васильева, М.Н. Радченко, А.Г. Смирнова и др.

Согласно лингвистическому энциклопедическому словарю, **заимствование** – элемент чужого языка (слово, оборот, морфема, фонема), перенесённый из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой.

Вбирая в себя новое слово иноязычного происхождения, язык преобразует и меняет его в течение определенного временного периода, поэтому заимствованное слово может менять фонетические, морфологические и лексические значения, присущие ему в родном языке и начинает подчиняться законам чужого языка. Исследователи выделяют три этапа в развитии заимствования:

- проникновение: иностранные заимствования сохраняют свое первоначальное написание;
- заимствование: на данном этапе происходит активное семантическое воздействие языка-источника на заимствование / заимствованное слово;
- укоренение: характеризуется полным подчинением заимствованного иностранного слова грамматическим, морфологическим, фонетическим, семантическим, стилистическим и иным нормам заимствующего его языка. [6].

Часть заимствованных лексических значений полностью подвергается ассимиляции и превращается в исконно немецкие лексические значения.

Ссылаясь на ЛЭС, **ассимиляция** – один из наиболее распространённых видов комбинаторных изменений звуков: артикуляционное уподобление звуков друг другу в потоке речи в пределах слова или словосочетания. Примеры: «*Show*»; «*Instagram*»; «*E-mail*» и др.

Как отмечает Л.В. Васильева, ассимиляция иноязычных заимствований и иноязычных компонентов в систему немецкого языка может происходить тремя способами: 1. Сохранение первоначального иноязычного написания (нулевая ассимиляция). 2. Частичное уподобление орфографии немецкого языка (частичная ассимиляция). 3. Полное освоение орфографической системой (полная ассимиляция). Между полностью ассимилированными и неассимилированными заимствованиями нет четкого разграничения, существуют плавные переходы, которые демонстрируют разную степень ассимиляции разных иностранных заимствований.

Ассимиляция англоязычных заимствований проходит на графическом, грамматическом и семантическом уровнях. Графическая ассимиляция подразумевает передачу графического образа английского заимствования с помощью графических средств немецкого языка. Грамматический уровень рассматривает переход лексических единиц в определённые лексико-грамматические классы в языке, которым присваиваются грамматические категории с определенными грамматическими значениями. Семантический уровень указывает на то же написание, но значения в языках различаются, отличны от языка-источника.

В современном немецком языке следует отметить специфическую тенденцию заимствования на современном этапе, как правило, англоязычных слов, чего не наблюдалось на более ранних периодах развития немецкого языка. Объясняется это влиянием новейших информационных технологий, глобализацией мирового процесса и доминированием в ИТ-технологиях и популярных социальных сетях, ставших основным каналом коммуникаций для современного человека, английского языка, ставшего во второй половине 20 века языком международного общения в разных сферах. Также можно отметить, как англоязычные заимствования проникают в разные типы дискурса немецкого языка. Смирнова А.Г. исследует эволюцию англоязычных заимствований в рекламном дискурсе и отмечает, что «в настоящее время в связи с глобализацией и усилением торгово-экономических связей Германии с США наблюдается значительный приток заимствованных слов из английского языка в немецкий; во-вторых, заимствуются слова и выражения, не имеющие эквивалента в языке; в-третьих, часто заимствуются слова, имеющие синоним в немецком языке, при этом нередко заимствованное слово приобретает новые оттенки значения, обладает отличительной стилистической окраской; в-четвертых, распространенной причиной заимствований является краткость английских слов по сравнению с немецкими словами» [1, с.77].

Широкое применение англоязычных заимствований особенно ярко проявляется в медиатекстах. Медиатекст не только передает ту или иную информацию массовой аудитории, но и оказывает на нее воздействие с помощью использования понятных и привычных для потребителя информации языковых конструкций. Исследователи отмечают, что под термином медиатекст часто понимается «множество текстов, функционирующих в публичном медиадискурсе, которые объединены часто общими прагмалингвистическими характеристиками» [3]. Медиатекст обладает всеми характеристиками традиционных текстов: связностью; целостностью; выраженностью; структурностью; наличием заголовков; литературной обработкой зафиксированных высказываний [2].

Анализ англоязычных слов заимствований, представленный в данной работе, стал результатом проведенной выборки из популярных немецкоязычных ресурсов в сети Интернет, статей из молодежных журналов и газет. Всего было исследовано 40 медиатекстов, полученных из интернет-сайтов, немецкоязычных газет и журналов, таких как «Maedchen.de», «Spiegel», «Deutsche Welle» и др. В рамках настоящего исследования, обнаруженные англоязычные заимствования в немецкоязычных медиатекстах рассматривались по грамматическому и семантическому уровням.

Заимствования распределяются по различным грамматическим классам. Как показывает исследование, чаще всего это существительные, прилагательные и глаголы.

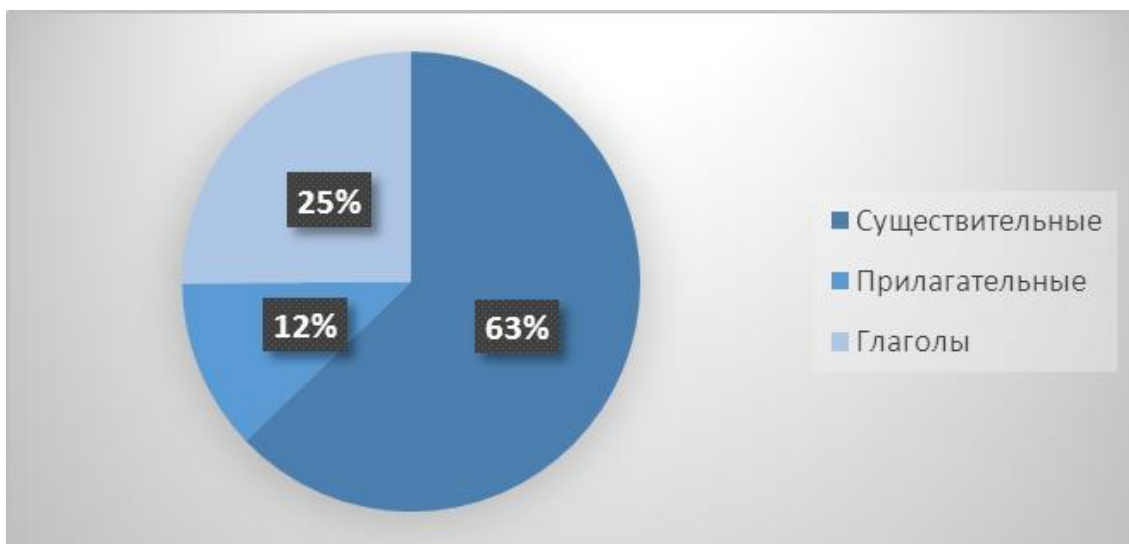


Рис. 1. Распределение англоязычных заимствований по грамматическим классам слов

Метод статистического подсчета позволил выявить процентное соотношение найденных заимствований разных частей речи (рис. 1). Большая часть заимствований – существительные, потому что появляются новые явления в общественной жизни, и традиционным новатором являются такие страны, как США, Великобритания. Также существительные в немецком языке, как правило, длиннее по написанию, нежели английские, это также объясняет широкое использование англоязычных существительных. Глаголы называют также явления, но их наблюдалось не так много, как существительных. На 40 медиатекстов пришлось всего 9 найденных глаголов. Немецкий язык имеет огромный спектр прилагательных, поэтому не нуждается в заимствовании английских. Происходит заимствование только в тех случаях, когда необходимо придать экспрессивность тексту.

Рассмотрим грамматическую ассимиляцию, которой подвергаются англоязычные заимствования в немецких медиатекстах. Очень часто сохраняется грамматический класс слов, заимствованных из английского языка. Большинство англоязычных заимствований, найденных в медиатекстах, – существительные, которые часто обозначают названия, например, «*Google Chrome*», но также было найдено большое количество глаголов и незначительное количество прилагательных.

Заимствованные из английского языка существительные приобретают один из родов в немецком языке, как правило, средний или мужской. Например, *der Computer* (компьютер), *die Headline* (заголовок), *der Link* (ссылка).

Кроме того, существительные также получают соответствующий тип склонения, а их в немецком 4: сильное, слабое, женское и смешанное. Например, «*Auf der sich öffnenden Seite gebt ihr dann einfach den Namen des Instagram-Accounts ein...*». Заимствование «*Instagram-Account*» будет склоняться по сильному типу, в примере употребляется в родительном падеже. Более того, в данном примере мы наблюдаем сложносоставное слово, которые также встречались в немецкоязычных медиатекстах. Такого рода заимствования являются не полностью ассимилированными и произносятся по правилам английского языка, однако в медиатекстах склоняются по правилам немецкой грамматики.

В анализируемом материале были слова, в которых присутствуют компоненты из обоих языков, часть слова представляет собой исконно немецкое слово, другая часть – англоязычное заимствование. Например, «...*Schauspielerin und Powerfrau Katrin Heß verrät uns exklusiv...*». В данном примере в слове «*Powerfrau*» (деловая женщина), «*die Frau*» – это немецкое слово, «*power*» – английское. Такие сложные слова типичны для немецкого языка, их грамматическая ассимиляция проявляется в том, что они образованы по словообразовательным моделям немецкого языка.

В отобранных медиатекстах обнаружено небольшое количество прилагательных, заимствованных из английского языка, такие, как *arrogant* (высокомерный), *cool* (классный, крутой).

Склонение также затрагивает и прилагательные, которые в немецком склоняются по трем типам: сильное, слабое и смешанное. Например, «*Heute ist dieses Tuch aber auch bei coolen Mädels beliebt...*». Заимствованное слово «*cool*» в приведенном примере склоняется по правилам немецкого языка, хоть и является английским заимствованием. Кроме того, англоязычные заимствования в немецком приобретают степень сравнения. «*3 Änderungen sollen die Marke jetzt cooler machen*». В данном примере заимствование приобретает степень сравнения *Komparativ*.

Анализируя медиатексты, встретились глаголы, подверженные ассимиляции. Например, *downloaden* (скачать) от английского «*download*». Главным признаком ассимиляции является добавление окончания – *en*, которое имеют все немецкие глаголы-инфинитивы. В качестве наиболее углубленного рассмотрения был взят глагол «*post*» (в переводе с английского «публиковать»). Например, «...*die verhasste Mitschülerin in ihrer Instagram-Story postet...*». Глагол «*posten*» подвергается ассимиляции, как и многие английские глаголы, за счет прибавления окончания немецкого глагола-инфинитива. Помимо этого, заимствованные глаголы способны образовывать временные формы по правилам немецкого языка. Например, образование временных форм: *ich poste, postete; habe gepostet; hatte gepostet; werde posten; werde gepostet haben*.

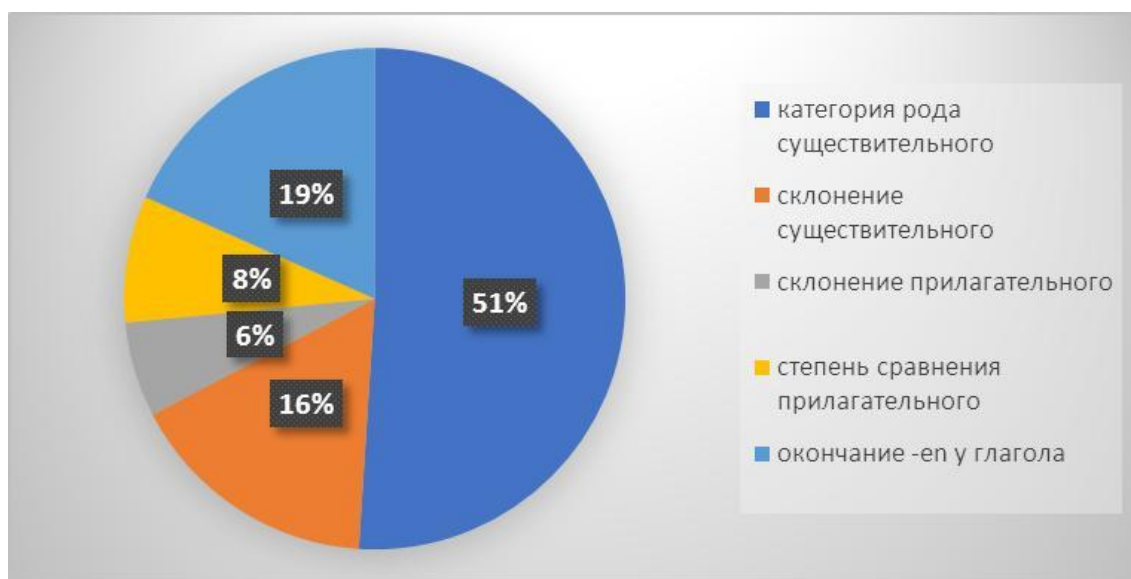


Рис. 2. Соотношение англоязычных заимствований по грамматическим признакам

Анализ грамматической ассимиляции англоязычных заимствований показал, что большинство слов ассимилированы частично. Соотношение

заимствований по грамматическим признакам демонстрирует, что в просмотренных медиатекстах больше всего встретилось существительных, которым был присвоен род при переходе с английского в немецкий (рис. 2). Стоит отметить, что большинство таких слов были мужского рода. Склонение затрагивало небольшое количество заимствованных существительных, тем не менее в нескольких текстах был обнаружен такой способ грамматической ассимиляции. Количество найденных прилагательных со степенью сравнения превысило количество тех слов, которые приобрели склонение. Прибавление окончания у глаголов наблюдалось в каждом заимствовании, за счет этого проходит переход глагола с таким же значением в немецкий язык, но приобретая немецкий грамматический признак.

Исследование ассимиляции англоязычных заимствований в немецких медиатекстах на семантическом уровне представляет большой интерес, так как, во-первых, является частотным явлением, и, во-вторых, позволяет обнаружить некоторые закономерности.

Например, «*Das Beauty-Event des Jahres: Die "GLOW by dm" findet statt!!!*». В случае такого заимствования появление новой заимствованной лексической единицы обусловлено появлением нового концепта знаний. Изменения в сфере информационных систем привели к появлению ряда новых явлений и понятий: заимствованное слово «*Event*» имеет лексическое значение в немецком языке как «мероприятие» вместо «событие» в английском. «*Allgemein gilt sowohl für iPhones und Android-Handys...*»: в данном примере употребляется заимствование «*Handy*» в значении «мобильный телефон», как и принято переводить с немецкого на русский, но в английском это слово переводится как «доступный, близкий».

В медиатекстах используется огромное количество заимствований, среди которых доминируют существительные, которые называют явление. Кроме того, англоязычные заимствования оживляют медиатексты, это привлекает внимание читателя, делая текст экспрессивным. В настоящее время все больше и больше заимствований проникает в язык, которые подвергаются ассимиляции. Проведенное исследование позволяет заключить, что большинство таких слов являются частично ассимилированными грамматически или семантически. Возможно, в будущем данные заимствованные слова превратятся полностью в ассимилированные, и их станет еще больше из-за того, что английский язык прочно удерживает роль международного языка коммуникаций, а также потому, что является родственным немецкому языку.

Литература

1. Смирнова А.Г. Современные англоязычные заимствования в немецком рекламном дискурсе в аспекте гибридизации // Сборник научных трудов памяти доктора филологических наук, профессора Евгения Александровича Пименова. Текстовое электронное издание, Кемерово, 2018. – С. 76-80.
2. Казак М.Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. – 2014. – № 1 (4). – С. 65–76.
3. Смирнова А.Г. К вопросу об исследовании антропоморфной эвфемии в современных медиа текстах /А.Г. Смирнова, И.В. Певнева — / Litera. – 2020 – № 1 – С. 179–187. DOI: 10.25136/2409-8698.2020.1.32092 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=32092
4. Лингвистический энциклопедический словарь / ред. В.Н. Ярцева. – Москва: Большая Российская энциклопедия; Издание 2-е, доп., 2002.
5. Васильева Л.В. Обогащение современного немецкого языка иноязычными заимствованиями (на материале англицизмов): кандидат филологических наук. - Пятигорск, 2004.

6. *Радченко М.Л.* Влияние английского языка на немецкий на примере англо-американских заимствований в немецком сленге и СМИ / М. Л. Радченко, Е. М. Чернова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 8 (246). — С. 205-207.