

алкагалізму, наркаманіі, суіцыду, а гэта не што іншае, як прыкметы дэструктыўнай акультурацыі і непераадоленага культурнага шоку.

Такім чынам, важна асэнсаваць сам феномен міжкультурнага дыялогу ва ўсім багацці яго зместу (як сацыякультурны інстытут і працэс; як тып сацыякультурнай практыкі; як форму камунікацыі, зносін і г.д.). Вялікія магчымасці для гэтага маюць сродкі масавай камунікацыі, якія з'яўляюцца сістэмаўтвараючым элементам у дыялогу культур, партнёрстве цывілізацый, аказваюць велізарны ўплыў на грамадскую свядомасць і характар узаемадзеяння паміж культурамі.

Літаратура

1. Головлева, Е. Л. Основы межкультурной коммуникации / Е. Л. Головлева.— Ростов н/Д., 2008.
2. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль.— М., 2005.
3. Общение. Текст. Высказывание.— М., 1989.
4. Прохоров, Ю. А. Культуроведение в преподавании русского языка: предмет, аспект или содержание обучения? / Ю. А. Прохоров // Лингвостилистические и лингводидактические проблемы коммуникации.— М., 1996.
5. Hirsch, E. D. Jr. Culture Literacy (What Every American Needs to know) / E. D. Jr. Hirsch.— Boston, 1987.

С. Н. Боровик, В. А. Борищук

Минск, Военная академия Республики Беларусь

Англо-американские заимствования в современном немецком языке

Как известно, процесс обновлений в лексике посредством заимствований происходит постоянно, но есть периоды в развитии языка, когда он особенно интенсивен. Говоря об англо-американизмах в современном немецком языке, следует отметить, что в конце XX — начале XXI вв. на немецких граждан буквально обрушился шквал заимствований из английского и американского английского языка, которые могут быть объединены в следующие подгруппы:

1. Bauen und Wohnen (Apartment, WC, Lift, Center).
2. Forschung, Wissenschaft und Technik (Equipment, Service, Standart).

3. Foto und Optik (Disc-Kamera, Flash, Shutter).
4. Gesundheit, Medizin, Kosmetik (Aids, Body Lotion, Make-up, relaxen).
5. Informationstechnik (Bit, Byte, CD-Rom, Computer, editieren, Hacker).
6. Kultur und Bildung, Literatur und Kunst (Bestseller, Love-Story, Promoter).
7. Nahrungs — und Genußmittel, Gastronomie (Chips, Cream, grillen, Fast food).
8. Natur und Umwelt (Greenpeace, Smog, Setter).
9. Schaugeschäft und Unterhaltung (Musical, Actionfilm, Personality-Show, Star).
10. Sport, Spiel, Freizeit (Baseball, Beach-Volleyball, Jogging, Start, Team).
11. Staat, Recht, Politik, (Check point, Holocaust, killen, Royalty).
12. Szene — und Jugendjargon (cool, O.K., Punk, Tattoo, Trouble).
13. Telekommunikation, Post (Handy, Hotline, Internet, E-Mail).
14. Verkehrswesen, Seefahrt (Cab, chartern, Crash, Jeep, Luxusliner, SOS, Truck).
15. Wirtschaft, Handel, Finanzen (Boom, Chipkarte, Discountgeschäft, Holding).
16. Mensch — Berufsleben, Tätigkeit (Babysitter, Bodyguard, Controller, jobben, managen) [1, с. 35].

С точки зрения освоения английских заимствований выделяют три группы:

1. Слова, написание и произношение которых схоже с немецкими словами, например: Sport, Start, Test, Trick.
2. Слова, написание которых немецкое, а произношение — английское, например: Team, Hobby, Party, Training.
3. Слова, которые имеют английское произношение и легко адаптируются в немецком языке, например: Job, Steak, Toast. Wolf Schneider считает данную классификацию недостаточно полной, т.к. она не отражает «die scheinbar deutschen Wörter» — мнимые немецкие слова.

Рассматривая изменения значений иностранной лексики в языке-реципиенте, отмечается и тот момент, что интернационализмы могут усваиваться в разных языках с разными значениями. Примерами тому служит английское слово «киллер», которое в русском языке означает «наемный убийца», а в немецком имеет

значение «нечто, что несет разрушающее действие, вызывая гибель». В этом значении *der Killer* участвует в серии новых сложных слов. Например, *Ozonkiller*, *Quotenkiller*, *Schmerzkiller*, *Soft-Ware-Killer-Virus* [2, с. 178]. Многозначность слова в немецком языке перекликается с его полисемией в исходном языке. С точки зрения семантического освоения, заимствования могут как становиться основным средством номинации нового предмета или явления (*Lunchpaket*, *Notebook*, *Duty-Free(-Shop)*), так и иметь более или менее точные синонимы в немецком языке: *Client* = *der Kunde*, *Magazin* = *die Zeitschrift*, *Airport* = *der Flughafen*.

То, что англо-американизмы переполнили немецкий язык, более чем очевидно. Главной причиной ученые считают назойливость рекламы по радио, телевидению и в прессе. Кроме этого, в самой прессе люди постоянно сталкиваются с англо-американскими вкраплениями. Причем замечено, что новые заимствования встречают одобрение и поддержку именно у людей, определяющих лицо массовой информации (радио, TV, пресса), и у молодых носителей языка.

Давно известно, что иностранные слова часто имеют перед родными синонимами то преимущество, что с помощью таких слов человек утверждает свой культурный и общественный авторитет, заявляет свои претензии на культурное и деловое превосходство. Их употребление диктуется желанием подчеркнуть уровень информированности о новом, современном, технически приоритетном. Этот мотив может объяснить, в ряде случаев, переход от немецких наименований к английским. Некоторые снобистски настроенные группы носителей языка полагают, что употребить в разговоре английские слова *happy*, *fashionable* престижнее или «элегантнее», чем немецкие *glücklich*, *modisch*. А сам разговор на общие темы, то, что прежде именовалось *Konversation*, ныне в ситуациях, когда речь идет о званом приеме гостей, о непринужденной беседе высокопоставленных лиц и т.п., называют *small talk*. И даже лингвисты пользуются обозначением *das Smalltalk* как термином, говоря об этом типе речевой коммуникации. О престижности обозначения свидетельствует перенос его из области дипломатических и светских разговоров в сферу обслуживания. Нередко можно встретить престижные английские слова-наименования гастрономии, употребленные вместо более «скромных» немецких. Например, *Porridge* вместо *Haferbrei*, *Crab-*

Meat вместо *Krabbenfleisch*. В молодежных слоях носителей языка постоянно отмечается мода на престижные англо-американизмы *mein Dad(dy)* или *my family*.

Итак, заимствования, особенно обозначающие нечто актуальное для современной жизни общества, довольно быстро вливаются в немецкий язык и употребляются его носителями в разных видах коммуникации. И более того, эти англо-американские заимствования быстро вступают в акты дальнейшего инновационного процесса. Так, они становятся основой для новых обозначений, организованных способами словосложения, словопроизводства, аббревиаций и т.п. В результате возникают, например: 1. Software — Software — Entwicklung, Software — Spezialist, Software — Ingenier. 2. Rock — Rockmusik, Rockoper, rocken, rockig. 3. Jogging — joggen, der Jogger.

Процесс заимствования справедливо рассматривается как источник обогащения исконного словаря и яркий пример взаимодействия языков и культур, создания общих ценностей. Однако часто неоправданное заимствование слов английского и особенно американского происхождения вызывает и негативную реакцию в обществе, появляются высказывания о том, что этот процесс грозит потерей языковой и культурной идентичности.

Вопрос о сохранении немецкого языка как национального языка Германии встал в последние годы особенно остро. И прежде всего эта проблема заинтересовала лингвистов. Так, в 1997 г. профессором доктором В. Кремером было основано объединение «Немецкий язык» в Дортмунде. На данный момент — это самое крупное объединение в Германии, которое занимается проблемами языка. Оно разделено на региональные группы и имеет свой научный совет. Члены совета ставят своей целью сохранить немецкий язык как независимый и самобытный, тесно связанный с культурой немецкого народа. В особенности они стремятся оградить его от переполнения англо-американизмами. При этом они вовсе не ставят целью искоренить все англо-американизмы из немецкого языка, поскольку полностью изолировать язык от иноязычных заимствований невозможно. То, что английский язык стал международным языком науки, остается фактом. Для решения проблемы членами объединения была разработана специальная программа. Главная цель программы — по возможности максимальное снижение употребления в немецком языке англо-

американских заимствований, причем во всех областях жизни немецкого общества: в прессе, на радио и телевидении, в законодательных, научных текстах, языке рекламы, а также в устном повседневном общении.

Это социально значимый вопрос, и потому проблема интенсивного иноязычного влияния часто обсуждается не только специалистами, но и широкой общественностью. Подобная дискуссия на тему «*No future für Deutsch. Wieviel Englisch verkraftet unsere Sprache?*» ведется в последние годы в ФРГ. Обилие английских заимствований (от 3500 до 6000 слов и выражений, зафиксированных в словарях) нередко создает проблемы в процессе коммуникации (исключение составляет профессиональная коммуникация) [3, с. 149]. По данным опросов, только 49 % западных немцев и 26 % восточных немцев в достаточной мере владеют английским языком. Появилось такое понятие, как *Denglisch* — акроним *deutsch* и *englisch* (немецкий и английский языки), что является тревожным сигналом о засорении немецкого языка.

Литература

1. Hermann Fink. Echt cool-Überlegungen zur Amerikanisierung der Allgemein- und Jugendsprache in der Bundesrepublik Deutschland. Denglisch, nein danke! Paderborn.— 2001.— S. 33–51.
2. Hermann, H. Dieter. Denglisch großgeschrieben. Versuch zu einer sachlichen Polemik. Denglisch, nein danke! Paderborn.— 2001.— S. 171–182.
3. Галимова, Л. А. Англо-американизмы в немецком языке: употребление и семантика / Л. А. Галимова.— Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2006.— Т.2.— С. 148–150.

М. Н. Ветчинова

Курск, Курский государственный университет

Взаимосвязь культуры и образования

Глобальные задачи современности, поставленные мировым развитием, могут быть решены только высокообразованными и культурными личностями, поскольку человек в современной социокультурной ситуации находится на рубеже культур, взаимодействие с которыми требует от него диалогичности, понимания, уважения культурной идентичности других людей.