

АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

*Работа представлена кафедрой фонетики английского языка
Пятигорского государственного лингвистического университета.
Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор Ю. А. Дубовский*

В статье рассматриваются лексико-семантическое освоение фразеологических заимствований и ФЕ с английскими элементами современным немецким языком, а также причины интенсивного заимствования англицизмов в современном немецком языке. Выделяются особенности функционирования английских заимствованных фразеологизмов и их компонентов во ФЕ в различных стилях немецкого языка.

The article presents some results of the analysis of English borrowed phraseological units in modern German.

Исследование взаимовлияния языков и культур приобретает особую актуальность в настоящее время в связи с активными интеграционными процессами, происходящими в Европе, и широкими межкультурными контактами во всем мире. Словарный состав любого языка, как известно, быстро

реагирует на все важные изменения, происходящие в общественной, политической, культурной, экономической жизни общества, новыми номинативными единицами.

Проблематика взаимовлияния лексических систем близкородственных языков привлекает к себе внимание отечественных

и зарубежных лексикологов не одно десятилетие. Исследование процесса ассимиляции заимствованных фразеологических англицизмов в немецком языке, с одной стороны, продолжает эту традицию, с другой же - преследует цель проанализировать заимствование фразеологизмов не как результат, а как процесс, в его динамике.

Несомненным является тот факт, что заимствование охватывает все уровни языка, процесс заимствования не ограничивается лишь лексикой, но охватывает и фразеологию. Понятие «фразеология» сохраняет в значительной мере тот уровень знания, когда языковеды обращали основное внимание не на структуру фразеологических оборотов, а на их образность, внутреннюю форму. Фразеологические заимствования и фразеологические единицы (ФЕ) с заимствованными компонентами обогащают лексикологию информацией об изменениях, которым подвергаются слова в составе фразеологических единиц, а лексическую стилистику - данными об узуальных и окказиональных стилистических особенностях фразеологизмов.

Ассимиляция заимствованных фразеологизмов и ФЕ с английскими компонентами осуществляется в немецком языке формальными и функциональными средствами.

В настоящее время практически все заимствования поступают в немецкий язык из английского. В современной лингвистике их принято называть англицизмами, или англо-американизмами. Заимствование англицизмов вызвано рядом лингвистических и экстралингвистических причин.

К лингвистическим причинам относят: отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора (около 15% новейших англицизмов заимствуются в связи с отсутствием соответствующего наименования в языке-рецепторе, которые могут иметь как прямое, так и переносное значение); обеспечение стилистического эффекта.

К внешним, экстралингвистическим причинам заимствования на современном

этапе развития немецкого языка следует отнести активизацию связей с США, изменения в менталитете людей, говорящих на немецком языке.

Нас прежде всего интересуют фразеологические элементы, заимствованные из английского языка.

Несмотря на новизну таких заимствований, они успешно трансформируются под воздействием формальных и функциональных средств языка, при этом сохраняя некоторые этимологические особенности.

Грамматическая и фонетическая оформленность лексики и фразеологии иноязычного происхождения по законам языка-реципиента обязательна для включения ее в речь. При этом иноязычия наделяются качествами, необходимыми и достаточными для их функционирования в речи. Фонетическая ассимиляция состоит в воспроизведении фонетическими средствами языка-реципиента иноязычных звуковых комплексов. Морфологическое освоение фразеологизма иноязычного происхождения и заимствованного компонента, входящего в состав фразеологической единицы, начинается с их наделения активными грамматическими категориями. Так, например, существительные приобретают категории числа и рода (*der (die) Single*), глаголы - определенный тип спряжения (как правило, слабый - *foulen- foulte- gefault; maken, makte gemaki*), прилагательные также оформляются по аналогии с немецкими (*easieres Leben*).

Для графической оформленности заимствованных фразеологизмов и английских компонентов во фразеологических единицах в немецком языке характерна высокая степень вариативности, что свидетельствует о значительной степени неосвоенности английских заимствованных фразеологизмов и ФЕ с английскими компонентами, функционирующих в немецком языке.

Наибольшие споры у лингвистов вызывает вопрос о том, что же считать решающим фактором лексико-семантического

освоения. Среди таковых называются продолжительность пребывания иноязычного слова или фразеологизма в воспринимающем языке, словообразовательная продуктивность, семантическое развитие и др. Наше видение данной проблемы связано с восприятием значения фразеологических заимствований и фразеологических единиц, в состав которых входят один, два и три английских компонента, носителями языка, а также степень их устойчивости.

Большое количество английских заимствований поступает в немецкий язык посредством СМИ. Лозунги рекламы становятся «крылатыми словами», куда более популярными, чем классические цитаты. *Das strahlende Weiß in my life* (из рекламы стирального порошка)¹.

В разговорной речи можно также встретить заимствованные у рекламы перефразировки известных поговорок и пословиц и других выражений. Например: *Price-cutting erhalten die Freundschaft* (вместо *Kleine Geschenke...*)¹.

Но если раньше многие слова и обороты встречались только в разговорной речи, то сейчас можно проследить тенденцию распространения неофициальных фразеологических заимствований и ФЕ с английскими компонентами в устных официальных выступлениях должностных лиц в СМИ. Например: *Mil good Cards* (предпринимать что-л., имея все шансы на успех; калька с англ. яз. with good cards) - *Dieser junge Unternehmer hat mit good Cards begonnen* (высказывание одного экономиста о своем коллеге)³.

Анализ языка современной публицистики свидетельствует о чрезвычайно интенсивном привлечении спортивной метафоры во все сферы деятельности человека. Активное использование фразеологических заимствований из спорта, в особенности перенос заимствованных спортивных фразеологизмов и ФЕ с английскими компонентами в область политики и экономики, стало популярно лишь в наше время. Например, фразеологизм: *fit sein* (быть в хорошей

спортивной форме) очень быстро шагнул из узкоспортивной сферы использования в обиходную речь и стал употребляться в расширенном значении *fit sein* (быть работоспособным, квалифицированным, конкурентоспособным): *Deutschland ist europafit*.

Наиболее современные фразеологические заимствования и ФЕ с английскими компонентами следует искать в сфере современных видов коммуникации, интерактивных связей и Интернета. Например: *Die Redewendung «in Cyberspace leben» verwendet heute überall. Cyberspace steht für das «zweite Universum», das neben unserer dinglichen Realität ensieht*⁵.

Насыщенность разговорной речи экспрессивной лексикой и фразеологией позволяет носителям языка передавать тончайшие смысловые и эмоциональные оттенки. Например, заимствованный фразеологизм *hot Pants* означает «горячие штанишки», т. е. очень узкие женские брюки/брюки-дудочки: *Der Trend heutiger Mode sind hot Pants*. Или, например, *heaven on earth* (рай на земле): *Das Selikontal ist heaven on earth für Computerfachmänner, die rund um die Uhr in Cyberspace leben, aber reales Geld verdienen. ...In diesem virtuellen Reich scheinen nur noch Dollar real zu sein*⁶.

Популярность фразеологических заимствований и ФЕ с англицизмами среди носителей немецкого языка растет за счет их высокой активности, яркости и оригинальности внешнего облика. В языке существует целый ряд стилистически маркированных средств, способных соответственно окрашивать значительную часть своего непосредственного окружения.

Одним из мотивов определенного речевого поведения носителей языка является стремление приобрести или поддержать собственный социальный или культурный престиж. Эффект «престижности» достигается как за счет плана выражения, так и с помощью содержательной стороны заимствованных фразеологизмов и ФЕ, в состав которых входят иноязычные компоненты.

Естественно, что адекватное исследование современных фразеологических заимствований и их английских компонентов в составе ФЕ как разнооформленных языковых знаков в немецком языке невозможно без учета их коммуникативной значимости. Культурный и идеологический обмен между народами, межъязыковые контакты, заимствование и калькирование лексических и фразеологических единиц и другие процессы взаимодействия культур и языков протекают с различной интенсивностью в различных сферах коммуникации. В современный период интернациональный характер политического, эконо-

мического и научно-технического развития наиболее непосредственно отражается в языке науки и публицистике. Наконец, из публицистики фразеологические заимствования и ФЕ с английскими компонентами постепенно проникают в художественную литературу и в обиходную речь, повышая меру их межъязыковой распространенности.

В целом мы можем сказать, что с помощью фразеологических заимствований и английских компонентов во ФЕ человек утверждает свой культурный и общественный авторитет, заявляет свои претензии на культурное и деловое превосходство.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Zeitschrift Spiegel [Electronic resource]. 2003. № 3: **Рлектронный ресурс**. - Режим доступа: <http://www.spiegel.de/>

² Zeitschrift Focus [Electronic resource], 2006. № 2: **Рлектронный ресурс**. - Режим доступа: <http://www.focus.de/>

⁴bid.

⁴ Zeitschrift Deutschland [Electronic resource]. 2004. № 4: **Рлектронный ресурс**. - Режим доступа: <http://www.magazine-deutschland.de>

⁷Ibid.

⁶ Ibid.