

УДК 811.112.2:81'25

АНГЛО-АМЕРИКАНІЗАЦІЯ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ТА ПІДГОТОВКА ПЕРЕКЛАДАЧІВ

Івашкевич Л. С.

Статтю присвячено деяким аспектам ознайомлення студентів-перекладачів із явищем англо-американізації сучасної німецької мови. Йдеться про передумови, необхідні для формування навиків перекладу англомовних запозичень в німецьких текстах, а також про фактори, які призводять до труднощів їх передачі українською мовою.

Ключові слова: англо-американізація німецької мови, англіцизм, переклад.

Статья посвящена некоторым аспектам ознакомления студентов-переводчиков с явлением англо-американизации современного немецкого языка. Речь идет о предпосылках, необходимых для формирования навыков перевода англоязычных заимствований в немецких текстах, а также о факторах, которые приводят к трудностям их перевода.

Ключевые слова: англо-американизация немецкого языка, англицизм, перевод.

The article is devoted to some aspects of the acquaintance of the students-translators with the phenomenon of the anglo-americanization of the modern German language. It deals with the preconditions that are necessary for the formation of the skills of Anglo-American loanwords translation and with the factors that lead to the difficulties of their translation.

Key words: anglo-americanization of German, anglicism, translation.

Сучасні мовознавці-германісти вважають англо-американізацію німецької мови однією із найпотужніших тенденцій її розвитку протягом останніх десятиріч [6; 7]. Серед причин перенасичення німецької мови запозиченнями з англійської та американського варіанту англійської лінгвісти називають і кризу самоідентифікації німців після Другої світової війни, і інтернаціоналізацію економіки, і моду на ті чи інші явища культури та стилю життя [4, с. 287; 6, с. 5; 8, с. 43; 9, с. 216].

Соціолінгвістичні дослідження вжитку англіцизмів показують, що хоча й існує певна вікова, професійна та гендерна залежність звернень до англомовних вкраплень [3, с. 216], однак, англо-американські запозичення наявні на сьогодні в мовленні широких верств населення Німеччини, а, отже, англо-американізація німецької мови є явищем загальносуспільного значення.

Неоднозначною є оцінка мовознавцями цього складного та багатогранного явища. Так, якщо Союз німецької мови (Verein Deutsche Sprache) та ряд німецьких германістів занепокоєні надмірним вжитком англіцизмів та застерігають від нього як від фактора засмічення та збіднення власне німецької мови, то інші мовознавці, зокрема, Ральф Остервінтер, Крістіне Рьомер та Брігітте Мацке пишуть про те, що оскільки насправді частка запозичень в німецькій мові залишається практично незмінною (і складає близько 25 %) [7; 8], а більшість англіцизмів зникає з активного вжитку так само швидко, як і ввійшли до нього, бити на сполох немає причин. Однак, одностайною поміж германістів є думка щодо необхідності уважного ставлення мовців до використання англомовних запозичень, серед критеріїв виправданого їх вжитку називають такі як **влучність** (або ж відсутність власне німецького відповідника), **варіативність** мовлення (уникнення тавтологій), **мовна економія** (на думку Астрід Стедьє, англійські слова часто взагалі коротші за німецькі відповідники, і саме ця їх характеристика виявляється часто настільки привабливою для мовців, що відбувається практично повне витіснення власне німецької лексики англіцизмом – пор., наприклад, *Meeting* та *Zusammenkunft*, *Gag* та *Einfall*, *Hit* та *Schlager* і т. д. [9, с. 215]).

Сумнівним мовознавці вважають використання англіцизмів, зумовлене суто позамовними факторами, тобто бажанням мовця створити з допомогою

запозиченого слова певний імідж [7]. Однак, в загальному науковці описують ставлення німецького суспільства до англо-американських запозичень на сьогодні як значно ліберальніше, ніж раніше. Для мовного пуризму, добре відомого німецькій історії, в сьогоденному суспільстві Німеччини місця немає [9, с. 219].

Безумовно, явище англо-американізації вимагає пильної уваги германістів, а його аналіз та оцінка не будуть об'єктивними без історичного та порівняльного підходу. Однак, вивчення цього феномену набуває все більшої цінності і для прикладних галузей лінгвістики, зокрема, для перекладознавства, яке на сьогодні звертає недостатньо уваги на тенденцію до зростання вжитку в німецькій мові англіцизмів. Ґрунтовна ознайомленість з цією тенденцією студентів, що вивчають німецьку мову, а особливо – майбутніх перекладачів, видається беззаперечно актуальною. Адже практично будь-який сучасний німецькомовний текст містить англіцизми, значною мірою це стосується і фахових текстів, які сьогодні чи не найбільше користуються перекладацьким попитом (серед галузей з особливо англізованою термінологією Астрід Стедье наводить, приміром, авіацію, обробку даних, психологію та соціологію, мову реклами [9, с. 216]). З цим пов'язане завдання даної статті – звернути увагу на деякі аспекти ознайомлення студентів-перекладачів з явищем англо-американізації сучасної німецької мови.

Звісно, одним із найвагоміших факторів вдалого перекладу англомовних вкраплень в німецькомовному тексті є **володіння перекладачем англійською мовою**, без якого часто просто неможливе адекватне розуміння англіцизму (*Srteaming, Embedded-Systeme, Out-of-Band-Management* та ін.). Не менш важливими є і **фахові та фонові знання**, або ж компетентність у самій предметній сфері перекладу. Приміром, щоб зрозуміти англіцизми *Wifer Level Package, Point of Load, Maximun Power Point Tracking* необхідно не лише мати базові знання з англійської мови, а й бути ознайомленим з рядом загальноприйнятих в комунікаційних технологіях позначень. Однак, навіть ці дві, здавалось би, найважливіші умови не забезпечують правильність перекладу англомовних запозичень в німецькому тексті. Вагомими видаються ще кілька факторів та міркувань.

Насамперед хотілося б звернути увагу на те, що студент-майбутній перекладач повинен формуватися у навчальному процесі як **мовна та мовленнєва особистість**. Тобто, лише глибоке знання морфологічних, синтаксичних, словотвірних, стильових традицій німецької мови наблизить свідомість студента до мовної свідомості носія німецької мови, причому носія високоосвіченого, здатного критично та вдумливо підходити до складних мовних явищ, серед яких – і розглядане нами явище англо-американізації. Крім цього, формування мовної особистості лінгво-когнітивного рівня [1, с. 25] може в ряді випадків уможливити “розкодування” англіцизмів навіть в умовах недостатнього володіння англійською мовою або браку фахового знання. Успішний переклад німецькомовного тексту з англомовними вкрапленнями як один із видів фахової мовленнєвої діяльності вимагає також і високого рівня розвитку мовленнєвої особистості – навиків, вмій та готовності підбирати той чи інший репертуар засобів лінгвістичного та екстралінгвістичного характеру [1, с. 26], тобто здатності реалізувати себе в акті комунікації як посередник між автором тексту оригіналу та реципієнтом.

Важливим тут, однак, є не лише фундаментальне знання студентами лексикології, граматики та стилістики німецької мови, але і **предметна сучасність активного та пасивного словникового запасу**. Вона значною мірою досягається роботою з новими підручниками, регулярним ознайомленням з актуальними науковими, науково-популярними, публіцистичними статтями, відстеженням новин як загальносуспільного характеру, так і з тих чи інших галузей науки та техніки. У пригоді студентам-перекладачам стане і знайомство з конкурсом “Слово року” (“Das Wort des Jahres”), який щорічно проводить Спілка німецької мови (Gesellschaft für deutsche Sprache). Результатом конкурсу є відбір найвагоміших в тому чи іншому році для німецького суспільства понять, що втілюють певні соціальні, економічні, політичні явища та процеси, які з великою ймовірністю “ввійдуть в історію” країни. Як пишуть самі організатори конкурсу, слова, що позначають ці поняття, формують щось на зразок “мовної хронічки” року. Для перекладача відстеження цього конкурсу є, на нашу думку, значною допомогою в актуалізації, з одного боку, його суспільно-історичних знань про Німеччину, без

яких часто неможливо досягти глобального розуміння тексту, з іншого – його лексичного запасу. Інакше кажучи, ознайомлення зі словами – “переможцями” конкурсу служить своєрідною попередньою підготовкою до перекладу. Характерно, що серед таких слів вже кілька років поспіль традиційними стали і англіцизми або ж слова з англломовними компонентами. Так, у 2013 році серед десятки найактуальніших концептів знаходимо словосполучення *Big Data*, *Generation Sandsack*, *GroKo-Deal*, у 2012 році – *Punk-Gebet*, у 2011 – *Burnout*, у 2010 – *Wikileaks*, *Femtainment* і т.д. Знайомство з цими англіцизмами “вигідне” для перекладача ще й з тієї точки зору, що оскільки вони є загальновідомими та загальноживаними, то з високою ймовірністю не потребують у тексті супроводження певними поясненнями чи уточненнями. Знання їх є апіорним для реципієнта-носія німецької мови, а отже, в найкращому випадку буде таким і для перекладача.

Варто вказати на те, що труднощі перекладу англіцизмів в німецькомовному тексті можуть бути пов'язані і з тим засвідченим рядом мовознавців фактом, що англійські запозичення часто зазнають при закріпленні в німецькій мові певної **семантичної специфікації**, переосмислення, зміни емоційного забарвлення [2, с. 133; 9, с. 215]. Дуже часто запозичується лише одне із багатьох значень, з яким слово функціонує в англійській мові. Наприклад, лексема *Core* вживається в німецькій мові лише у значенні “ядро”, в той час як такі значення власне англійського слова як “центр”, “серцевина”, “суть”, а також “компанія”, залишаються незадіяними. Тому перекладач, навіть маючи знання англійської мови, повинен при найменших сумнівах перевіряти значеннєвий та конотативний об'єм англійського запозичення. Труднощі тут полягають у тому, що не всі англіцизми можна знайти у словниках, навіть в електронних чи онлайн-виданнях, тому неабиякого значення тут набуває контекстуальна інтуїція та готовність перекладача до розходження значень.

З точки зору **перекладацьких стратегій** англіцизми в німецькому тексті можна розділити на такі **основні групи**:

- англіцизми, що вживаються для **синонімії**;
- англіцизми-**предметні позначення**;
- англіцизми, що завдяки своїй зручності та влучності стали **загальноживаними**;
- англіцизми, вжиті для створення певного **образу автора** чи для **реклами** певного продукту;
- англломовні **власні назви та аббревіатури**.

Визначивши, до якої групи належить англломовний лексичний елемент, перекладач обирає ту чи іншу тактику передачі його в українській мові. Розглянемо приклади:

1) *Für exotische Designs sind auch schräge Schnitte möglich...* (тут і далі приклади наведені з фахового журналу *Elektronik* [5]).

В тексті англіцизм *Design* використано як **синонім** до вже вжитого вище слова *Format* з метою уникнення багаторазових повторів. Перекладач може скористатись такою стилістичною допомогою автора і, якщо англіцизм є загальнозрозумілим та часто вживаним словом і в українській мові, також звернутись до нього, або ж підшукати власне український відповідник.

2) *Es wird also noch eine Weile dauern, bis die Displays von Smartphones und Tablets mit Saphir-Glas geschützt werden.*

Тут усі три англіцизми – *Display*, *Smartphone*, *Tablet* є **предметними позначеннями**, які не мають власне німецьких відповідників. Перекладач просто підшукує еквіваленти в українській мові, зазвичай, вони теж виявляються запозиченнями з англійської, однак, не завжди – пор. *дисплей*, *смартфон*, але *планшет*.

3) *Weidmüller gehört zu den Top 100.*

Англіцизм *Top* належить саме до тих **коротких та влучних** англломовних запозичень, які вже встигли зайняти чільне місце в німецькій лексичній системі. При передачі таких слів перекладачеві варто порівняти, наскільки англіцизм є звичним для української мови, чи органічно виглядатиме він у тексті перекладу з огляду на цільову аудиторію, стильову позицію видання, для якого здійснюється

переклад та інші позамовні чинники. Так, перекладаючи наведений заголовок, можна сформулювати два семантично рівноцінні, але різні з точки зору прагматики варіанти:

- *Вайдмюллер належить до сотні найбільш інноваційних підприємств.*
- *Вайдмюллер увійшов до топ-100.*

Як бачимо, перший є більш розгорнутим, другий зберігає інтригу, спонукаючи до прочитання змісту новини. Перекладач як мовна та мовленнєва особистість повинен здійснити вибір більш доречного в даному конкретному випадку варіанту перекладу.

4) *Die Performance von Batterien wird im Wesentlichen durch die eingesetzten Materialien bestimmt.*

У наведеному реченні *Performance* позначає те ж саме, що й загальноновживане німецьке слово *Leistung* (продуктивність), очевидно, що автор вдається до англїцизму з метою створення певного **іміджу**. У таких випадках перекладачеві слід бути особливо уважним, адже перед ним два шляхи – відтворити екстралінгвістичний намір автора в тексті перекладу чи проігнорувати його, скориставшись звичним словом. При цьому виборі перекладач знову ж таки керується власною комунікативно-прагматичною компетентністю.

5) *Neben der Konkurrenz durch das Gorilla-Glas, das sich in diesem Segment festgesetzt hat, gibt es weitere Gründe wie etwa die Kosten.*

Переклад назви американського винаходу – надміцного скла для покриття електронних приладів *Gorilla-Glas* – може викликати певні труднощі, розв'язання яких безпосередньо пов'язане з визначенням вже наявного узусу. Так, наприклад, завдяки зверненню до інформаційно-пошукових систем визначаємо, що в російській та українській мові цю назву при перекладі залишають без змін. Взагалі перекладачеві слід взяти за правило перевіряти узус власних назв, адже саме **власні назви** (назви населених пунктів, імена та прізвища, назви підприємств, марки продукції тощо) належать до точних відомостей тексту оригіналу, викривлення яких може призвести до непорозуміння та значно знизити комунікативну цінність перекладу. Звичайно, не кожна власна назва є настільки вживаною, щоб її переклад можна було легко знайти за допомогою сучасних інформаційних систем, однак, звичка проводити таку перевірку, безсумнівно, допоможе уникнути неточностей та непорозуміння.

Як бачимо, коли мова йде про передачу в тексті перекладу англомовних запозичень, від перекладача вимагається як точність та повнота передачі змісту, як готовність до скрупульозного пошуку, так і творче вирішення інколи неочікуваних стилістичних та комунікативних завдань.

Ще однією особливою групою англомовних вкраплень в німецькомовних текстах є так звані **псевдоанглїцизми** [7; 9, с. 216], тобто слова, побудовані з англомовних компонентів, які, однак, не функціонують в англїйській мові взагалі або ж функціонують з іншими значеннями. До таких належать, як відомо, загальноновживане *Handy*, а також такі слова як *Servicepoint*, *Dressman*, *Oldtimer*. Перекладачу слід бути ознайомленим з існуванням такого явища і бути готовим до того, що “англїцизм” виявиться творінням власне німецького мовного простору. Іноді в таких випадках може знадобитись зноска з поясненнями лінгвокраїнознавчого характеру (так, наприклад, при перекладі туристичної інформації було б не зайвим вказати, що в Німеччині під *Service Point* мають на увазі те, що у власне англомовних країнах називають *Information desk*).

Насамкінець звернемо увагу на те, що важливо не лише ознайомити студентів-майбутніх перекладачів із явищем англо-американізації, але й стимулювати їх до **формування власного ставлення** до нього через обговорення його об'єктивних причин, позитивних та негативних його проявів, реакції на нього німецького суспільства та мовознавців, а також його місця в історії німецької мови. Навчаючись через історико-мовознавчі знання та конкретні приклади вжитку англо-американізмів оцінювати сам цей мовний феномен, студенти починають краще відчувати доцільність вжитку запозичень в тексті оригіналу та при перекладі німецького тексту українською мовою.

Отже, англо-американізація німецької мови, безперечно, належить до тем обов'язкового ознайомлення студентів-перекладачів та потребує подальших

методичних та теоретичних розробок. Зокрема, перспективним видається вивчення, систематизація та осмислення досвіду перекладачів з німецької мови другої половини минулого століття в аспекті передачі ними англо-американських запозичень.

Література

1. Голубовська І. О. Мовна особистість як лінгвокультурний феномен / І. О. Голубовська // *Studia Linguistica*. – К.: ВЦ"Київський університет", 2008. – Вип.1. – С.25–33.
2. Котвицька В. А. Англiцизми в сучасній німецькій мові: розширення та звуження значень : Матеріали IV Міжнародної науково-методичної конференції ["Формула компетентності перекладача"] (Київ, 21 березня 2012 р.) – К.: НТУУ "КПІ". – С.133-134.
3. Слаба О. В. Англо-американські запозичення в німецькій мові: соціолінгвістичний аспект : Матеріали IV Міжнародної науково-методичної конференції ["Формула компетентності перекладача"] (Київ, 21 березня 2012 р.) – К.: НТУУ "КПІ". – С. 216.
4. *Der Anglizismen-Index: Anglizismen – Gewinn oder Zumutung? Folgeausgabe 2011* / [Hrsg. Gerhard H. Junker]. – [1. Aufl.] – Paderborn: IFB, 2011. – 304 S.
5. *Elektronik. Fachmedium für industrielle Anwender und Entwickler* / [Hrsg. von Gerhard Stelzer]. – № 16 (6. August 2013). – 50 S.
6. Golodov A. Einige Entwicklungstendenzen in der deutschen Umgangssprache [Електронний ресурс] / A. Golodov. – Режим доступу: http://www.researchgate.net/publication/242628368_EINIGE_ENTWICKLUNGS_TENDENZEN_IN_DER_DEUTSCHEN_UMGANGSSPRACHE
7. Osterwinter, R. Droht der deutschen Sprache die Anglisierung? [Електронний ресурс] / Ralf Osterwinter. – "Sprachspiegel". – №1/98. – Режим доступу: <http://www.detlev-mahnert.de/duden-denglisch.html>
8. Römer C., Matzke B. *Lexikologie des Deutschen: eine Einführung* / Christine Römer, Brigitte Matzke. – [2., aktualisierte und erg. Aufl.] – Tübingen: Narr, 2005. – 236 S.
9. Stedje A. *Deutsche Sprache gestern und heute: Einführung in Sprachgeschichte und Sprachkunde* / Astrid Stedje [neu bearb. von Astrid Stedje und Heinz-Peter Prell]. – 6. Aufl. – Paderborn: Fink, 2007. – 277 S.