

ПОУЧИТЕЛНИЯТ ОПИТ ОТ УПОТРЕБАТА НА АНГЛИЙСКА ЛЕКСИКА (DENGLISH) В НЕМСКИЯ ЕЗИК

ст. преп. [Виктор Монеv](#), Катедра "Чуждоезиково обучение"

преп. [Боян Денизов](#), Катедра, "Чуждоезиково обучение"

Венета Иванова Радева- студентка IV курс

"Международни икономически отношения"

[СА "Д. А. Ценоv"](#) – Свищов

Abstract:

English is dominant in the world at the moment. This dominance is with different strength in different countries and regions. Germany, because of different specific aspects, described in the article, is especially susceptible to that kind of linguistic influence. It is present more strongly in the field of advertising, less so in the more specialized texts. Sometimes the adoption of English words is justifiable, but in many cases it can embarrass the perception and can make language unnecessarily difficult.

Keywords: English, Denglish, Denglisch, influence, language, word

Резюме:

В момента английският език е доминиращ. Господството му има различна сила в различните страни и региони на света. По различни причини, представени в статията, Германия е особено чувствителна към този вид езиково влияние. То е най-силно в сферата на рекламата и по-слабо в по-специализираните текстове. Понякога възприемането на английски думи е оправдано, но понякога то може да затрудни възприемането и да направи езика ненужно труден.

Ключови думи: English, Denglish, Denglisch, влияние, език, дума

1. Ролята на английския език в съвременния свят и причините за неговото разпространение^{1*}

“Никога в модерната история една страна не е доминирала над света със своята политика и своите продукти както САЩ днес.

САЩ са единствената суперсила в научно, военно, културно отношение.”

“Der Spiegel” 1997 бр. 36 стр.160

Този цитат, взет от едно от най-авторитетните немски издания, ясно определя начина, по който Германия възприема себе си днес - а именно: като второстепенна сила по отношение на САЩ. Този факт неизбежно намира своето отражение и в сферата на езика. Защото езикът на най-мощната сила по естествен път се налага като свързващо звено, като спойка между различните нации, етноси и общности. Така е било винаги в световната история. Латинският се налага като международния език на древния свят поради триумфа и териториалното разширение на Римската империя, за да бъде изместен по-късно от френския по време на най-голямото величие на Франция, а той на свой ред – от английския, който се утвърждава като международно значим в апогея на Британската империя през XIX век. Издигането на САЩ в края на Втората световна война като една от двете велики сили не променя нещата защото както Британия, така и САЩ говорят един и същ език-английски. Просто през XIX век английският се налага от Британия, а във втората половина на XX век-от САЩ.

Тук е редно да споменем, че в седемте най-развити страни днес, английският език е майчиният език на три от тях - САЩ, Британия и Канада /с изключение на 23.2% френскоговорящи канадци, голяма част от които обаче също ползват английски в една

¹ Със * е обозначена частта, написана от Виктор Монеv; с **частта на Боян Денизов и с *** частта на Венета Радева.

или друга степен/. Повече от 350 милиона души по света говорят английски като майчин език, а огромен брой хора от всички краища на света го ползват като втори език. В много страни /Индия, ЮАР, Нигерия и др./ той се явява обединяващия език за тези многонационални и многоезични държави. Или, казано накратко, триумфът на английския език в наше време е политически и исторически обусловен.

Разбира се тук може да се възрази, че други езици също се говорят от много хора и дори от повече хора отколкото английски. Всъщност, според официалните данни английският е на четвърто място по разпространение в света като първи език /след китайски, хинди и испански/². Това е така, защото броят на хората-носители на определен език е само един от факторите при утвърждаването на един език на световната сцена. Много голяма роля тук играе и важноcтта, значението на държавата /или държавите - носител(и) на езика. Огромното надмощие на англоговорящите страни в икономиката, банковото и военното дело предопределя и надмощието на английския пред китайския да речем. Струва си да се отбележи, че според американското списание "Форбс" от 20-те най-големи компании в света по пазарна стойност 15 са американски, 4 са британски и 1 е британско-холандска³.

Особено силно е въздействието на английския чрез поп-културата и развлекателния бизнес. Всъщност тенденциите в модата, филмите, начина на живот и т.н. почти винаги започват от САЩ и се разпространяват по целия свят. Така че за хората по света, и най-вече за младежите, говоренето на английски не е просто говорене на някакъв чужд език, а приобщаване към най-съвременното, най-авангардното, най-модерното в света. Дори и да не знаеш английски

² цитирано по World Almanach 2000

³ цитирано по <http://www.forbes.com>

език, вмъкването на думи от този език - правилно или не - създава за този човек и за хората около него чувството за принадлежност към съвременността, за участие в живота на света, за преодоляване на провинциалната ограниченост. Разбира се, тук се стига до крайности, до нелепости, които често имат комичен характер. Но лингвистичното явление е налице в целия свят и то има своите дълбоки психологически корени.

Въпреки че Германия е една от големите и мощни страни в света /особено в икономическо отношение/ и въпреки че немският език се говори от около 100 млн. души като роден език, дори една такава страна не е защитена от англизирането на своя език. Тук има и специфични причини, които улесняват този процес: общата азбука, тесните икономически връзки между САЩ, Британия и Германия, военнополитическото обвързване в рамките на НАТО, присъствието на голям брой английски и американски войници в Западна Германия след 1945г. Дори в 2003г. от 255 000 американски войници в чужбина, 71 400 са разположени в Германия⁴.

2. Взаимоотношенията между двата езика преди и сега**

Предварителни наблюдения насочиха вниманието ни към съществуването

на т.нар. Denglish, определян като комбинация от Deutsch (произнася се: "дойч" и означава "немски език") и English ("английски език"), използвана в различна степен в реклами, публицистика, научни трудове и др. В посочените по-долу примери се срещат както вмъквания на отделни английски думи в немски текстове, така и цели фрази и изречения на английски. Тъй като немският език има традиционно присъствие в България като първи или втори чужд, сметнахме за необходимо да проследим това езиково явление и по-

⁴ сп. Newsweek от 24-ти март 2003 г.

специално значението му за българските учени, които използват съвременен немски език в своята професионална дейност. За целта бяха проучени мнения на немски и чуждестранни колеги и журналисти, специализирани форуми и научни издания.

В сферата на езика навлизането на чужди думи е нещо обичайно. Най-често причина за това е липсата на дума в приемащия език за новото понятие ("интернет", "компютър" и др.). Английският присъства активно в западната част на Германия (т.нар. "стари федерални области") от средата на 40-те години на миналия век. Модните влияния навлизат особено силно в света на младежта и носят силния отпечатък на американската масова култура. В светлината на противопоставянето Изток-Запад проамериканската ориентация и навлизането на английска лексика се приема като нещо нормално. Професорът по история в Залцбургският университет Райнхолд Вагенлайтнер казва: "За опустошената от войната Европа Съединените щати станаха синоним на модерния дух. Сякаш САЩ бяха изпреварили другите в нормите за съвременност. Може да се каже, че на базата на общия антикомунизъм на американските окупационни сили в края на войната в мнозинството от освободените народи в Европа протече класически процес на самоколонизация."⁵ Едва в края на 90-те години в обединена Германия започва сериозна дискусия относно размера на това явление и възможните реакции. По приблизителни оценки броят на английските думи е около 4 000⁶, като процесът на англизиране/американизиране продължава и взема понякога застрашителни размери.

Репортаж на в. "Чикаго Сън-Таймс" от Коледа на 1998 г. разказва за широката употреба на английския в рекламите и цитира

⁵ сп. "Спектър", бр. 81, 1993 г.

⁶ цитирано по <http://www.weikopf.de/Sprache/Englisch/Grunde/grunde.html>

Луфтханза с нейната кампания "Thinking in new directions" ("мислейки в нови посоки") и Фолксваген с техния нов модел на легендарната "костенурка" - наречен с английското "New Beetle" вместо с очакваното немско име "der neue Käfer"⁷. В по-ново време друг немски автомобил носи английското име "Smart". Замяната на немски думи в рекламни послания или в имена на продукти изглежда неоправдана, защото чуждата дума се конкурира с еквивалентна немска. Следният списък представя някои такива съответствия:

<i>английска дума</i>	немска дума	<i>английска дума</i>	немска дума
<i>Airline</i>	Fluglinie	<i>Fashion</i>	Mode
<i>canceln</i>	absagen	<i>Job</i>	Arbeit
<i>Connection</i>	Verbindung	<i>sense</i>	Menschenverstand
<i>common</i>	gesunder	<i>Service-Point</i>	Auskunft
<i>equipment</i>	Ausrüstung	<i>Support</i>	Unterstützung

и т.н.

Може да се очаква, че крайностите на рекламния бранш при избора на средства за изказ оправдават в известна степен широката употреба на чужди (главно английски) думи. Озадачаващо за самите немци е присъствието на чуждици в езика на ежедневната употреба, напр. „News“ вместо „Nachrichten“ ("новини"), „Snack“ вместо „Imbiss“ ("закуска"), „event“ вместо „Veranstaltung“ oder „Ereignis“ ("събитие") и др.

Реакциите на това "замърсяване" на немския с чуждици от английски/американски от страна на самите немци са

⁷ Andrew Herrmann, "Getting all puffed up for the holidays," *Chicago Sun-Times*, December 15, 1998

противоречиви. При дискусия в Бундестага през 2000 г. на тема "Бъдещето на немския език"⁸ се чуват гласове за и против регулации, ограничаващи употребата на чужди думи. Данните сочат, че докато в началото на ХХ век немският е бил световен език на науката, то той днес е загубил до 80 процента от влиянието си. Някои от участниците споделят опасенията си, че групи от обществото, които не изучават английски език, може да бъдат изхвърлени от него. Други виждат влиянието на комуникативната глобализация за разпространението на английския език и приемат това за нормален процес. Участниците в дискусията са единни само в едно - в използването на демократични средства за противодействие. Предлагат се например мерки за поощряване на изучаването на немски език в чужбина и в самата Германия.

3. Проучване относно използване на английска лексика в немска икономическа литература***

Каква е ситуацията в сферата на икономическата теория и практика? - Съществуват признаци, че специализирана лексика с американски произход се използва паралелно или дори измества съществуващи немски термини, напр. joint venture (джоинт венчър, съвместно предприятие) се употребява в икономическия немски език въпреки наличието на немската Gemeinschaftsunternehmen. За целта предприехме проучване в немска икономическа литература, достъпна в България: в специализираното списание "Wirtschaftswoche"⁹ и в учебника "Въведение в Общата теория на икономика на предприятието"¹⁰.

В периодичното издание англоезични термини се срещат често в реклами (фраза на английски "The Spirit of Commerce" в реклама на

⁸ Das Parlament, Nr. 44/27.10.2000

⁹ Wirtschaftswoche, бр. 41 от 30.09.2004 г.

¹⁰ Wöhe, G. (2002): *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, 21. Auflage, Verlag Vahlen

фирма "Меткогруп" или комбинация от отделни английски изречения и фрази "Access-infrastructure for the on-demand enterprise. Wir nennen es das "On-Demand Enterprise"" в посланието на www.citrix.de). В самите статии по икономически проблеми английски фрази или дори цели изречения на чужд език по правило отсъстват, срещат се отделни термини като "Immobilien-Crash" (срив на пазара на недвижимите имоти), "Job-Killer" ("убиец", унищожител на работни места, има се предвид конкуренцията от страна на Китай), "Global Player" (световен участник на пазара) или "download" от сферата на информатиката, дума без нужда от обяснение и на български език.

При търсенето в учебника по икономическа теория очаквахме засилено присъствие на английски термини в сфери, в които американската икономика има силни традиции: инвестиции, борси, маркетинг и др. Действително, в раздела по маркетинг, озаглавен с немското понятие "Absatz" попаднахме напр. на "Target Costing", "Response", "Black Box" или "Black-Box-Modelle", "Stimulus-Response-Modelle"¹¹ и др. В други раздели на този утвърден учебник попаднахме на още английски термини, свързани с навлизаното на компютърните технологии в икономиката и производството: "Controlling" (контролинг), "Controllinginstrumente" (инструменти на контролинга), "Electronic Commerce" (електронна търговия), International Accounting Standards (IAS) (Международни счетоводни стандарти), CAD (Computer Aided Design) (дизайн с помощта на компютри), CAM (Computer Aided Manufacturing) (производство с помощта на компютри), CAQ (Computer Aided Quality Assurance) (гарантиране на качеството с помощта на компютри) и др.

¹¹ пак там, стр. 490

4. Заключение

От направеното проучване става ясно, че употребата на англоезични термини в научната литература и публицистика няма катастрофалния размер, присъщ на рекламния сектор. Например в българския език след Освобождението намалява употребата на турцизми и се засилва използването на думи от руски, френски и немски език - главно в техниката, търговията и др. С развитието на компютърните технологии и световната мрежа Интернет рязко нараства значението на английския като средство за международна комуникация. По примера на българския език може да се установят много английски заемки в специфични области като информатика (напр. *file* [fail] вместо “запис”, *PC* [pi si] вместо “електронно-изчислителна машина”, *LAN* [lan] вместо “местна мрежа” и други), в стопанското управление или финансите. От своя страна българският език също е въздействал на езици в съседни страни като носител на култура и образование. Ето защо приемането на чужди термини сам по себе си е нещо нормално за всеки език. Думите от чужд произход - най-често от английски - са се наложили като международни термини и допринасят за вътрешната свързаност на научните текстове и за успешна комуникация в езика на икономическата наука. При първоначално навлизане в немската икономическа терминология е възможен сблъсък с английски термини и затова препоръчваме използване на специализирани английско-немски речници. Приемаме, че учените-икономисти използват сравнително неголям речник от термини на английски език, които с течение на времето попадат в активния речник на ползвателя на езика и не представляват особена пречка за комуникацията в професионалната сфера, особено при владене на английски език като втори чужд език.