

РОЛЬ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ МОДИ

Устінова В. О. Роль запозичень у сучасній німецькій мові моди.

У статті визначено роль запозичень у сучасній німецькій мові моди та схарактеризовано деякі з них. Установлено, що німецький словник моди формується передусім на підґрунті іншомовної лексики (галліцизмів й англо-американізмів) і продовжує поповнюватися за рахунок запозичень. Французькі й англо-американські запозичення в сучасній німецькій мові у своїй сукупності презентують рівень культури сучасного німецькомовного суспільства та відбивають значущість культурно-інтеграційних процесів, характерних для наших часів.

Ключові слова: запозичення, галліцизми, англо-американізми, сучасна німецька мова моди.

Устинова В. А. Роль заимствований в современном немецком языке моды.

В статье определяется роль заимствований в современном немецком языке моды и охарактеризованы некоторые из них. Устанавливается, что немецкий словарь моды формируется прежде всего на основе иноязычной лексики (галлицизмов и англо-американизмов) и продолжает пополняться за счет заимствований. Французские и англо-американские заимствования в современном немецком языке в своей совокупности представляют уровень культуры современного немецкого общества и отражают значимость культурно-интеграционных процессов, характерных для нашего времени.

Ключевые слова: заимствования, галлицизмы, англо-американизмы, современный немецкий язык моды.

Ustinova V. A. The role of borrowings importance in the modern German language of fashion.

The article dwells upon the borrowings importance in the modern German language of fashion and some of them have been described. It has been determined that German fashion vocabulary is primarily based on foreign language vocabulary items (Gaelic and American English borrowings) and is still being increased due to various borrowings. The complex of French and American English borrowings in the modern German language represents certain culture level of contemporary German society and reflects the significance of culture integrating system our epoch is characterized by.

Key words: borrowings, Gaelic borrowings, American English borrowings, the modern German language of fashion.

Особливої актуальності сьогодні набувають дослідження, що стосуються взаємовпливу мов і культур, оскільки значною мірою активізувалися інтеграційні процеси у Європі та світі загалом, які зумовлюють поширення міжнаціональних і міжкультурних контактів. Одним із соціальних явищ, що поєднує людей різних національностей, поглядів, вірувань, культурних уподобань, є мода. Феномен моди знаходиться в центрі уваги фахівців різних наукових напрямів, зокрема й лінгвістів, для яких особливого інтересу набуває мова моди. Основні тенденції вивчення – це тематичні групи в лексиконі моди, терміносистема модельного бізнесу, шляхи поповнення словникового запасу, роль іншомовних слів у мові моди, концептосфера «мода» в різних мовних картинах світу тощо.

Одним зі способів поповнення словникового запасу є запозичення. Німецька мова на сучасному етапі розвитку знаходиться в постійному пошуку нових номінацій, тому дослідження в царині запозичення, незважаючи на численні наукові розробки, не втрачають своєї актуальності. Так, загальні й окремі питання теорії запозичення розв'язуються багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими (Ш. Баллі, Р. Будагов, В. Гак, Г. Дружин, Л. Єфремов, В. Кьонінг, Л. Крисін, Д. Лотте, О. Мороховський, Е. Розен, М. Степанова, Р. Теллінг, О. Е.'Халлоран та інші). Активно вивчаються особливості функціонування, адаптації запозичень у німецькій мові (А. Бауманн, Р. Бергманн, Г. Глюк, Т. Гостюк, С. Груєнко, Н. Дюканова, В. Зауер, Р. Келлер, В. Котвицька, М. Кузіна, Н. Кулешова, С. Мангушев, П. Поленц, Р. Райер, О. Рибко, Е. Розен, М. Романова, О. Сидоров, О. Таранова, Д. Циммер, В. Янг та інші). Сьогодні увага лінгвістів до іншомовної лексики пояснюється багатьма гносеологічними та

мовними причинами, а актуальність таких досліджень зумовлюється використанням запозичень у всіх сферах людської діяльності (наука, виробництво, культура, мистецтво, торгівля, реклама, спорт, побут тощо), швидкою адаптацією запозичених слів і їх активізацією в мовленні.

Аналіз наукових досліджень щодо визначеної проблеми засвідчив наявність численних публікацій, у яких різнобічно вивчаються запозичення в німецьку мову, передусім англо-американізму (Г. Глюк, Н. Дюканова, Р. Келлер, В. Котвицька, М. Кузіна, С. Мангушев, О. Рибко, Е. Розен, Д. Циммер та інші). Наявні поодинокі роботи, присвячені дослідженню німецької мови моди, наприклад, С. Груєнко вивчала функціонування галліцизмів у концептосфері «мода», Н. Жукова – концепт «мода» в німецькій лінгвокультурі, О. Таранова – термінологію жіночої косметики в російській і німецькій мовах. Однак запозичення в німецьку мову моди на сьогодні вивчено ще недостатньо повно.

Отже, актуальність всебічного вивчення запозичень у сучасну німецьку мову моди продиктована, по-перше, станом сучасної лінгвістики, яка описує й осмислює всі мовні процеси, зокрема й процеси запозичення іншомовної лексики, як особливі форми та способи пізнання; по-друге, необхідністю уточнення ролі запозичень у німецькій терміносистемі моди.

Мета статті – визначити роль запозичень у сучасній німецькій мові моди та схарактеризувати деякі з них.

Мода є універсальним культурно-історичним явищем, яке впливає на всі сфери людської діяльності. Вона, демонструючи зовнішні форми культури, має внутрішній зміст, який маніфестується в різних виявах культури: мистецтві, літературі, науці, політиці, релігії тощо. Упливи моди на сфери людської діяльності мають як позитивний, так і негативний характер. Позитивним внеском моди можна вважати її інноваційний, динамічний характер, який сприяє змінам у культурі, творчим пошукам митців. Але споживацьке ставлення до процесу засвоєння культурних цінностей призводить інколи до негативних наслідків, з-поміж яких є переміщення чужих культурних реалій до культури та мови іншого народу, тобто при запозиченні.

Термін «запозичення» в науковій літературі тлумачиться по-

різному. Межі статті не дають змоги детально висвітлити це питання, тому лише зазначимо, що запозичення розглядається нами як елемент чужої мови (слово, морфема, синтаксична конструкція тощо) й як процес переходу елементів однієї мови до іншої. Найчастіше запозичуються слова, рідше – фразеологізми та синтаксичні конструкції [3, с. 158]. Можна вважати запозиченням і процес кількісного зростання словникового складу німецької мови за рахунок іншомовних слів.

Більшість дослідників (В. Аристова, Л. Крисін, О. Мороховський, Л. Якубинський та інші) вважають, що причини запозичення є екстралінгвальними: 1) історичні зв'язки між народами, країнами, культурами; 2) перевага будь-якої нації в тій чи тій царині діяльності; 3) мода на іншомовні слова в певний час, у певному соціальному середовищі.

До лінгвістичних причин запозичення (зауважимо, що вони впливають на слово не в момент міграції його з однієї мови до іншої, а вже після його входження в мову, що запозичує) науковці зараховують: 1) необхідність поповнити експресивні засоби мови (Л. Якубинський та інші); 2) тенденція до усунення омонімії й полісемії, до розмежування відтінків лексичного значення та закріплення їх за різними словами (О. Реформатський, Ю. Сорокін); 3) тенденція до утворення структурно-аналогічних слів або наявність класу слів, які є структурно однотиповими до наявної лексичної одиниці (Л. Крисін); 4) тенденція до відповідності нерозчленування понять того, що означає, й означуваного (В. Аристова, Л. Крисін).

Загалом запозичення – це творчий процес, мова-реципієнт, сприймаючи чужий матеріал, є наслідувачем мови-донора, «засвоює слово та знову його створює» [1, с. 138], «переходячи до іншої лінгвокультури, запозичений елемент переносить до неї не тільки реальний предмет або абстрактне поняття, але й сукупність знань про нього, сформовану в мовній свідомості носіїв мови» [2, с. 8].

Хоч модельний бізнес у Німеччині будується за загальноприйнятими зразками, але традиційними центрами глобальної мови є Франція, Італія, Велика Британія та США: саме там виникають нові явища та тенденції в моді, які отримують / не отримують першу комерційну апробацію. Це зумовлює специфіку словника моди, який формується передусім на підґрунті іншомовної лексики та продовжує поповнюватися за рахунок запозичень. Як зауважують мовознавці,

процес запозичення як одна із форм розвитку моди та збагачення мови не завжди виправдовує себе, але практично завжди є наслідком різних причин [2], передусім екстралінгвальних (політичних, геополітичних, економічних, соціальних тощо).

Словник моди в німецькій мові більшістю сучасних дослідників визначається як «сучасний», але значна його частина має довгу історію функціонування. Наприклад, у німецьку мову латинське слово *mode* через французьку мову запозичується в XVII столітті у складі словосполучення *à la mode* – «*nach der (gegenwärtig bevorzugten) Art*», яке спочатку використовувалося лише стосовно одягу. Поява слова *Mode* зумовила цілу низку запозичень і новоутворень у німецькій мові моди, що спричинило генералізацію значення цієї лексеми, а семантичні зв'язки, здатність сполучення з іменниками, прикметниками, дієсловами німецького походження засвідчує її повну асиміляцію.

Зауважимо, що міжкультурний діалог Німеччини та Франції розпочинається ще в ранньому середньовіччі, коли складаються перші культурні відносини між країнами, формуються національні мови, народжується мода як така. Науковці вказують, що ця епоха є періодом гегемонії французької культури, мистецтва, науки. Саме Франція встановлювала моду в політиці, культурі, мистецтві, живопису, літературі. Тому впливи цієї держави на Німеччину поширювалися на всі сфери людської життєдіяльності, зокрема й на мову, у якій довгий час домінували галліцизми. У німецькій мові з'явилися французькі запозичення, пов'язані зі сферою моди. Лицарські турніри, куртуазна література, служіння дамі серця – нові для німецької культури того часу явища – потребували нових номінацій, тому в німецькій мові з'являються такі французькі запозичення, як-от: *Wams, Courtoisie, Ritter, Dame, Kavalier, Turnier, Lanze, Chaperon, Schapel, Livrée, Jacke, Houppelande* та інші. Підкреслимо, що більшість із них і сьогодні фіксуються словниками та трапляються у працях з історії костюму. Деякі номінації залишаються загальноприйнятими, наприклад: *Plissee, Silhouette, transparent, Plateau, Robe, Pourpoint, Tütü, Incroyable, Gippe, Garnasche, Dessous, Cul de Paris (Pariser Gesäss)* тощо.

Протягом минулих століть до німецької мови увійшли такі запозичення із французької мови, так звані галліцизми, як-от: *Saison, Mode, modernisieren, Kreation, Mannequin, modisch, Kollektion,*

Silhouette, en vogue, Prêt-à-porter, de luxe, Haute Couture, Boutique (лексеми, які номінують загальні поняття моди як явища культури); *Dekolletee, Fasson, Galon, Kanevas, Paillette, Jabot, Chanel-Schleife, Revers, Manschette* (фасони одягу, оздобы); *Hof, Kabarett, Arrangement, Motiv, Nuance* (найменування реалій французької культури); *Art brut, Art deco, Empire, Courreges-Stil, Restauration, Chanel-Stil, Collage* (найменування різних напрямів і стилів мистецтва); *Rondell, Rosette, Pavillon, Konsol, Avenue, Fassade, Boulevard, Allee* (терміни архітектури, декору, будівництва) тощо.

Деякі французькі лексеми увійшли до фразеологічного фонду німецької мови (*einer Dame die Cour machen, einem das Wams ausklopfen, mit jmdm. eine Lanze brechen, der Kavalier genießt und schweigt*), що засвідчує повну асиміляцію цих галліцизмів. Лінгвокультурні впливи Франції на німецьку мову та культуру спостерігаються і в ХХІ столітті, особливо це стосується сфери моди.

Численність запозичень-галліцизмів у німецькій мові моди як різнобічного явища німецької культури, на нашу думку, пояснюється, по-перше, близьким сусідством цих двох країн – Німеччини та Франції, яка є законодавицею в царині світової високої моди, визнаним авторитетом у мистецтві загалом, музиці, літературі, живопису, а також у мистецтві кулінарії зокрема; по-друге, значним впливом лінгвокультури Франції на німецьку мовну картину світу. Отже, французькі запозичення є важливими складовими словника моди в сучасній німецькій мові.

Кінець ХХ – початок ХХІ століть ознаменувалися поширенням глобалізаційних процесів, які відбуваються в світі, розбудовою Євросоюзу як єдиного геополітичного простору, що не змогло не позначитися і на лінгвокультурі багатьох країн, і на національних мовах. На передній план висунулася англійська мова як мова міжнародних контактів, її вплив на інші мови, зокрема й німецьку, набуває величезного значення.

На думку С. Мангушева, «англо-німецька культурно-мовна контактна зона є цариною взаємодії різних культур, вектор яких спрямовано від англомовної культури на німецьку мову» [3, с. 15]. Науковець підрахував, що кількість слів, запозичених із англійської мови, у німецькомовних текстах певної тематики («спорт», «кінематографія», «розваги») може доходити до 7% використаної

лексики [3, с. 5].

С. Мангушев [3], як і багато інших лінгвістів, пояснює причини запозичень, які утворюють термінологію масової культури та не мають абсолютних синонімів, так: першість американців й англійців у багатьох сферах людської діяльності, зокрема у природничих науках, комп'ютерній техніці, туризмі, транспорту, рекламі, поп-музиці, моді.

Більшість сучасних дослідників (Н. Дюканова, С. Мангушев, А. Патрикеева, О. Рибко та інші) вказують, що, окрім потреби номінувати нові предмети й явища (*Scanner, Browser, Software, Videorecorder, Video, Disc-Kamera, Flash, Shutter, Feature, Primetime, Aeroshow, Greenpeace* тощо), існують інші причини запозичень із англійської мови:

- зростаючий вплив англійської мови як мови глобального світового спілкування на європейські мови, а також поширення популярності англійської мови як іноземної, її високий ступінь соціального та культурного престижу;

- розширення міжнародних зв'язків, зростаюча роль ЗМІ, паблік-рілейшнз, реклами на суспільство;

- короткість і зрозумілість англійських слів;

- привабливість англо-американизмів для німецьких споживачів, які вважають американську культуру молодіжною, динамічною, сучасною, що уможливило використання англійських слів при найменуванні товарів у легкій промисловості, косметології, модельного бізнесу (*Unterhose – Slip, Laden – Shop, Höhepunkt – Highlight, Wochenende – Weeken, Trash Look – Mullausssehen, Bike – Fahrrad, Event – Veranstaltung, Tops, RelaxLook*);

- вплив реклами, яка використовує англійські й американські поняття задля пропаганди чужого образу життя, показує клієнтам інший далекий світ (*Snacks, Shorts, Conditioner, Slogans, Marketing, Promotion, Image*).

Проведений нами аналіз, свідчить про наявність великої кількості англо-американизмів у сучасній німецькій мові моди: *Joint Venture, Pop-star, VIP, Tuning* тощо. Продуктивними є моделі запозичення іменників, у яких містяться певні лінгвокультурологічні знання про культуру мови-донора та які не мають абсолютних синонімів у мові-реципієнті: *Jeans, TShirt, CDPlayer, Handy, Leggings* тощо.

Отже, сучасна німецька мова моди поповнилася новими словами,

наприклад: *Saison* (загальні найменування); *Aids, Conditioner, Body Lotion, Fluid, Eyeliner, Make-up, relaxen* (найменування в косметичній індустрії); *Bestseller, Essay, Love-Story, Promoter; Musical, Actionfilm, Cast, Personality-Show, Star* (найменування реалій культури, масової культури, мистецтва, літератури, архітектури тощо); *Bar, Brandy, Chips, Cream, grillen, Fast Food* (найменування, пов'язані з кулінарією, культурою харчування) тощо.

Переміщення таких слів до німецької мови є закономірним і підтримується певними лінгвістичними причинами, а саме: синтагматичною економією, тобто економією мовних зусиль, тенденцією до комунікативної чіткості лексичних одиниць.

Однак, лексико-семантичні процеси, властиві лексиці моди, мають інше в порівнянні із загальнолітературною мовою підґрунтя. Вони зумовлюються скоріше не внутрішніми – мовними, а зовнішніми – екстралінгвальними – причинами, передусім, особливостями розвитку моди та реальною дійсністю, результати яких перетворюють поняття, роблять найменування уживаними в живому мовленні.

Отже, міжкультурний діалог Німеччини з іншими країнами (із Францією, Великою Британією, США) ведеться постійно і безперервно, що впливає на розвиток німецької мови загалом і мови моди зокрема. Англо-американські запозичення в сучасній німецькій мові у своїй сукупності презентують рівень культури сучасного німецькомовного суспільства та відображають значущість культурно-інтеграційних процесів, характерних для наших часів.

Література

1. Гринев С. В. Терминологические заимствования: Краткий обзор современного состояния вопроса : Вопросы заимствования и упорядочения заимствованных терминов и терминологических элементов / С. В. Гринев. – М. : Просвещение, 1982. – 265 с.
2. Груенко С. Е. Галлицизмы как средство вербализации концептосферы «Мода» в немецком языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. Е. Груенко. – Омск, 2012. – 18 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. Энциклопедия, 1990. – 685 с.
4. Мангушев С. В. Закономерности ассимиляции англо-американизмов в немецком языке (на материале прессы и толковых словарей) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С. В. Мангушев. – Самара : СамГПУ, 2002. – 15 с.
5. <http://www.duden.de/woerterbuch>

Стаття надійшла до редакції 23.03.2015 р.