

## К ВОПРОСУ ОБ ЭКОЛОГИИ ЯЗЫКА

**Маслова Антонина Николаевна**, кандидат филологических наук, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: tonja-ch@yandex.ru.

**Кошелева Ольга Николаевна**, кандидат филологических наук, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: ninlil@mail.ru.

В статье рассматривается проблема экологии языка, подразумевающая его чистоту и безошибочность. Проводится анализ причин «засорения» языка и возможных путей решения возникающих проблем. Особое внимание уделяется англо-американским заимствованиям в немецком языке, рассматривается явление “Denglish”. Отмечается не всегда уместная замена немецких лексем английскими, а также нарушение правил грамматики немецкого языка, замена исконно немецких грамматических конструкций английскими.

**Ключевые слова:** экология, эколингвистика, заимствование, Denglish, сленг, жаргон

## TO A QUESTION ABOUT LANGUAGE ECOLOGY

**Maslova Antonina A.**, Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: tonja-ch@yandex.ru.

**Kosheleva Olga N.**, Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: ninlil@mail.ru.

The article deals with the problem of language ecology, which means its purity and infallibility. The reasons of language “pollution” and possible ways of rising problems solving are analyzed. Special attention is paid to the Anglo-American borrowings in German language, such a phenomenon as “Denglish” is examined. Not always pertinent replacement of German lexemes on English ones, violation of German language grammar rules and substitution of primordially German grammar constructions on English ones is noted.

**Keywords:** ecology, ecolinguistics, borrowing, Denglish, slang, jargon

Во второй половине XX в. в лингвистике стало набирать популярность выражение «экология языка», которое, как и следовало ожидать, нашло своих сторонников и противников. В современном обществе экология ассоциируется у большинства людей с понятием чистоты, незагрязненности, незапятнанности. Термин «экология» был введен немецким зоологом-эволюционистом Э. Геккелем, который рассматривал в рамках данного понятия науку об отношениях организмов с окружающей средой.

Лингвист Э. Хаугеном в 1970 г. впервые употребил термин «экология языка», определяя его суть как **«изучение взаимодействия любого данного языка с его окружением»**. Если экология изучает отношения организмов, то экология языка рассматривает влияние языков друг на друга, а также взаимодействие языка с окружающими факторами. Говоря об экологии языка, мы подразумеваем чистоту и безошибочность того или иного языка. Это явление столь же важно для языка, как и чистота окружающей среды для человечества, загрязнение которой может привести к изменению или даже гибели организмов. Проблемы в данной области могут привести к нарушению языкового порядка или даже к гибели языка. В задачи экологии языка входит изу-

чение различных влияний на язык, причин «загрязнения» языка, а также возможные пути решения проблем.

Процесс глобализации наложил отпечаток и на изменения, происходящие в языковой среде. Так, появление иностранных слов в языке может принести ряд проблем, поскольку данные слова употребляются зачастую неграмотно, вытесняя при этом слова родного языка. Злоупотребление заимствованными иностранными словами в повседневной жизни может даже поставить язык на грань уничтожения. Зачастую в различных городах России можно заметить вывески на английском языке или даже на смеси языков – английского и русского, в существенной их части присутствуют ошибки. Когда количество подобных слов переходит определенную границу, они перестают восприниматься как чужие, становясь «своими».

Чёткую терминологию для разных областей эколингвистики впервые предложил Элвин Филл, который определил, что эта экологически ориентированная наука о языке связывает лингвистику с антропологией, этнологией и социологией:

- эколингвистика – общий термин для всех областей исследования, которые объединяют экологию и лингвистику;
- экология языка (языков) исследует взаимодействие между языками (с целью сохранения языкового многообразия);
- экологическая лингвистика переносит термины и принципы экологии на язык (например, понятие экосистемы);
- лингвистическая (языковая) экология изучает взаимосвязь между языком и «экологическими» вопросами.

Данное деление представляется не совсем четким, однако полностью отказаться от такого понимания проблемы не целесообразно, поскольку эколингвистика рассматривает аспект взаимодействия между отдельными языками или взаимодействия, возникающие посредством языка между людьми и нациями.

Э. Хауген определяет экологию языка как «науку о взаимоотношениях между языком и его окружением, где под окружением языка понимается общество, использующее язык как один из своих кодов. Язык существует только в сознании говорящих на нём и функционирует только при взаимоотношениях с другими говорящими и с их социальным и естественным (природным) окружением. Частично экология языка имеет физиологическую природу (взаимодействие с другими языками в сознании говорящего), частично социальную (взаимодействие с обществом, в котором язык используется как средство коммуникации). Экология языка зависит от людей, которые учат его, используют и передают другим людям». Таким образом, можно сделать вывод, что важную роль в данном процессе играют учителя и преподаватели языка, в том числе и иностранного, которые постоянно его изучают и передают другим. И хотя экология языка – это новое направление в лингвистике, учителя выполняют свою функцию на протяжении длительного времени, помогая сохранять самобытность каждого языка в отдельности и все языковое многообразие в целом. При этом крайне важно сохранять нормальную экологию языка, так как неоспоримо влияние языка на формирование мышления и культуры человека, его межличностных отношений.

Говоря об экологии языка, т.е. о поддержании его чистоты, необходимо поговорить и о «мусоре», засоряющем тот или иной язык. В язык постоянно проникают слова, которые не только его не украшают, но нарушают его стройный ряд и загрязняют его экологию. К такого рода словам можно отнести жаргонизмы, вульгаризмы, неологизмы, варваризмы, сленг различных социальных групп, а также заимствования из других языков. Так, к вульгаризмам относятся грубые слова или выражения, которые находятся за пределами литературной лексики. В словаре-справочнике лингвистических терминов

под неологизмами понимают слова или обороты речи, созданные для обозначения нового предмета или выражения нового понятия. К варваризмам в вышеназванном словаре относят иноязычные слова или выражения, не до конца освоенные заимствующим языком, чаще всего в связи с трудностями грамматического освоения. Чаще всего варваризмы используются при описании чужеземных нравов и обычаев, быта с целью создания местного колорита.

Отдельного внимания заслуживают заимствования в немецком языке, большую часть которых занимают слова, пришедшие из английского языка и американского английского. Под термином «*заимствование*» понимают как сам процесс заимствования, так и результат этого процесса – заимствованные слова. Согласно учению немецких лингвистов (Wrede, Tobler, Hirt, Behaghel, Kleinpaul и др.) все заимствованные слова делятся на 2 группы: собственно заимствования и иностранные слова. К заимствованным словам относятся такие слова, которые полностью ассимилировались и были включены в словарный состав немецкого языка. Иностранными считаются те слова, у которых еще наблюдаются некоторые признаки иностранного происхождения. В связи с процессами глобализации англоамериканизмы давно вошли во многие языки, в том числе и в немецкий и, соответственно, уже давно исследуются. Тем не менее, лингвистам уже не удается в полной мере уследить за появлением новых слов англо-американского происхождения. С одной стороны, слова иноязычного происхождения обогащают немецкий язык, с другой – чрезмерное употребление заимствований ведет к загрязнению языка. Лингвисты, борющиеся за чистоту языка, начинают бить тревогу, говоря уже не о немецком языке, а используя такое понятие как *Denglisch* – смешение немецкого (*Deutsch*) и английского языков (*Englisch*), в связи с частым использованием англоамериканизмов. Данное обозначение используют с целью критики избыточности употребления носителями немецкого языка английских или псевдоанглийских слов.

Многие немцы полагают излишним использование в немецком таких английских слов, как “*sale*”, “*management*”, “*rating*”, “*lifestyle*”, так как немецкий язык располагает собственными средствами для обозначения вышеназванных понятий. Однако нельзя не отметить, что использование заимствованных англо-американизмов является своего рода показателем открытости германской культуры ко всему новому, а это имеет большое значение в укреплении деловых отношений с иностранными партнерами. Кроме того, молодое поколение немцев стремится к международному общению, а использование в речи английских слов позволяет точнее выражать свои мысли и делает процесс общения легче.

Англоамериканизмы становятся все более популярными не только в области компьютерных технологий, но и в науке, политике, образовании и многих других сферах. Среди причин такой любви к использованию иноязычных слов можно назвать популярность английского языка, желание говорящего продемонстрировать свое владение английским языком, а также желание придать своей речи более «интеллектуальный характер», показать свою современность и принадлежность к молодежи. Однако в большинстве случаев имеются исконно немецкие слова, которые вполне можно было бы использовать вместо англоамериканизмов, поддерживая при этом чистоту собственного языка. Так, *Looser* используется вместо *Verlierer*, *Airport* вместо *Flughafen* и т.д., а слова-паразиты типа *Yes! Wow! Oops!* определенно не способствуют улучшению экологии языка.

Влияние английского языка на немецкий настолько возросло, что грамматические конструкции немецкого языка могут заменяться английскими: *in Englisch*, *in Deutsch* (вместо “*auf Englisch*”, “*auf Deutsch*”); *das macht Sinn* (вместо “*das hat Sinn*”); *etwas erinnern*, *ich erinnere etwas* (вместо “*sich an etwas er-*

innern", "ich erinnere mich an etwas"), что зачастую приводит к нарушению грамматических правил немецкого языка.

Одной из характерных черт английского языка является использование апострофа, для обозначения принадлежности, в то время как в немецком -s, передающая такое значение, пишется слитно со словом. Однако в последнее время и это правило часто нарушается в пользу английского способа написания: Wikipedia's Gestaltung (Wikipedia's design) вместо Wikipedias Gestaltung, или die Gestaltung der Wikipedia.

В последнее время возникает много слов, образованных словосложением немецкого и английского слова и наоборот. Характерные примеры словосложения: Backshop образовано от немецкого слова backen и английского shop (нем. Laden, Geschäft) и обозначает булочную (die Bäckerei); Kindershop (das Spielzeuggeschäft). Разделения сложного слова: Reparatur Annahme вместо Reparaturannahme.

Denglish очень активно используется в рекламе, что по всей видимости, объясняется способностью английский язык, благодаря своей краткости, создать эффект удара на вербальном уровне, по сравнению с немецким, с его многосложными словами: "Fly high, pay low", "Nothing between us", "Designed to make a difference", "Come in and find out" und "Have a break, have a kitkat", "We love to entertain you" (ProSieben), "Because change happenz" (Zurich Financial Services). Но английские слоганы в рекламе могут быть и не всем понятны. Согласно социологическому опросу 85 % опрошенных были неспособны перевести слоган "Be inspired" (Siemens mobile), и 92 % – слоган "One Group. Multi Utilities". Почти половина участвовавших в исследовании перевела слоган "Come in and find out" (Douglas) как "Komm rein und finde wieder heraus" и "Drive alive" (Mitsubishi) как "Fahre lebend".

Говоря о выше обозначенной проблеме, нельзя обойти стороной и жаргонизмы. Нередко слово «сленг» используется просто как синоним слову «жаргон». Мы рассматриваем сленг как слова и выражения, используемые определенной социальной группой в определенный период времени, отличающиеся высокой эмоциональностью, экспрессивностью, наличием юмора и фамильярностью. Жаргон (фр. *jargon*) трактуется как «разновидность, используемой преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии, положения в обществе, интересов или возраста. От общенародного языка жаргон отличается специфической лексикой и фразеологией и особым использованием словообразовательных средств» [Языкознание: БЭС, 1998, с. 151]. В повседневной коммуникации жаргонизмы удовлетворяют потребность человека в эмоциональности. Употребление данных слов показывает принадлежность говорящего той или иной социальной группе и осознанное желание обособиться от языкового коллектива по различным причинам и различными способами. Традиционно к таким группам относят охотничий жаргон, язык военных, студентов, школьников. По мнению В. Флейшера и Г. Михеля, группы могут быть объединены также по профессиональной принадлежности – врачи, актеры, горнорабочие [Fleischer, Michel, 1977, с. 89]. Особенно популярным можно назвать молодежный жаргон, поскольку молодежь стремится использовать лексику, которая носит модный характер и поддерживается свойственным юности стремлением к самоутверждению, независимости, нигилизму и максимализму, быстро завоевывает популярность в молодежной среде. Однако и такие слова имеют аналоги в литературном языке и могут быть легко ими заменены. Но поскольку замены на литературный вариант не происходит, то и в данном случае мы говорим о засорении литературного языка.

В этой связи нельзя обойти вниманием в первую очередь сферы, связанные с компьютером, информатикой, Интернетом, где Denglish постоянно завоевывает всё новые и новые немецкоязычные пространства:

- Ich hätte eine Anregung: Das Einrichten einer Bloggercommunity, in der jeder sich in deutscher Sprache über und seinen Gedanken freien Lauf lassen kann;
- Ich musste den Computer neu booten / rebooten, weil die Software gecrasht ist;
- Hast du schon die neueste Firefox-Version downgeloadet / gedownloadet?

Следует отметить, что использования английского глагола to download вполне можно было избежать, воспользовавшись вместо него немецким глаголом herunterladen. Однако, если проанализировать историю развития компьютеров в Германии и становления в этой компьютерной терминологии, то становится ясным, что в начале внедрения компьютерной отрасли в немецкую действительность, программисты и переводчики пытались использовать немецкие термины. Однако Rechner всё равно превратился в Computer, Speicher в Memory. Очевидно, это связано с тем, что главенствующие позиции в этой области все же принадлежат компаниям, работающим в США, в связи с чем все появляющиеся в данной области новинки получают наименования на английском языке, и уже с ними переходят в употребление пользователей, говорящих на немецком.

При этом следует все же различать англицизмы и Denglisch. Англицизмы – это заимствованные из английского языка слова, чаще всего существительные и субстантивированные глаголы (e-mail, messenger, laptop, workshop), часто нейтральные по стилистической окраске. Конечно, называть сотовый телефон “Handy” (нем. *das Handsprechfunkgerät*) или общение с друзьями в Интернете словом “chatten” – дело безобидное. Гораздо хуже, когда англицизмами заменяют немецкие соответствия, о чём свидетельствуют многообразные формы нового языка Denglisch. Заимствуются не только существительные, но и глаголы с прилагательными. Например:

Das ist eine stylische Hose. (Das ist eine modische, schöne Hose);

Mit Jamba können Sie Klingeltöne, Logos und Spiele direkt aufs Handy downloaden.

Таким образом, говоря об экологии языка, следует обратить внимание на большое количество факторов, которые не способствуют ее улучшению. Но не следует препятствовать развитию языка, понимая необходимость использования, например, англицизмов в научных текстах, следует не допускать ущемления уже существующего литературного языка.

#### Список литературы

1. Bruendel S. Warum sprechen Sie eigentlich english mit uns? / S. Bruendel // Sprachnachrichten. – 2012. – № 55. – P. 3.
2. Fill A. Language contact, culture and ecology. Handbook of Language and Communication: Diversity and Change / A. Fill. – Berlin – New York : Mouton de Gruyter, 2007.
3. Alwin F. Ökologuistik. Eine Einführung / F. Alwin. – Tübingen : Günter Narr Verlag, 1993.
4. Haugen E. The Ecology of language. Essays by Einar Haugen / E. Haugen. – Standford : Standford University Press, 1972.
5. Розенталь Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – 2-е изд. – М. : Просвещение, 1976.
6. Шаповалов Ю. А. Англо-американизмы в современных немецкоязычных культурологических текстах / Ю. А. Шаповалов // Вопросы романо-германского языкознания : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Саратовский ун-т, 1999. – Вып. 13. – С. 122–125.
7. Янг М. Как немецкий побеждает Denglisch / М. Янг. – Режим доступа: <http://www.dw.de/как-немецкий-побеждает-denglisch/a-1397774>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

## References

1. Bruendel S. Warum sprechen Sie eigentlich english mit uns? Sprachnachrichten, 2012, no. 55, p. 3.
2. Fill A. Language contact, culture and ecology. Handbook of Language and Communication: Diversity and Change. Berlin – New York, Mouton de Gruyter publ., 2007.
3. Alwin F. *Ökolinquistik. Eine Einführung* [Ecolinguistics. An introduction]. Tübingen, Günter Narr Verlag publ., 1993.
4. Haugen E. The Ecology of language. Essays by Einar Haugen. Stanford, Stanford University Press publ., 1972.
5. Rozental' D. Je., Telenkova M. A. *Slovar-spravochnik lingvisticheskikh terminov* [Dictionary-reference of linguistic terms]. 2nd ed. Moscow, Prosveshchenie publ., 1976.
6. Shapovalov Ju. A. *Anglo-amerikanizmy v sovremennykh nemeckojazychnykh kul'turologicheskikh tekstah* [Anglo-Americanisms in contemporary German cultural texts]. *Voprosy romano-germanskogo jazykoznanija* [Issues of Romano-Germanic linguistics]. Saratov, Saratovskij un-t publ., 1999, issue 13, pp. 122–125.
7. Jang M. *Kak nemeckij pobezhdaet Denglish* [How German wins Denglish]. Available at: <http://www.dw.de/kak-nemeckij-pobezhdaet-denglish/a-1397774>.

# **КОНЦЕПТ «ЖЕНЩИНА»: КОГНИТИВНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ НАПРАВЛЕННОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА**

**Досимова Марта Саиновна**, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: [aleoniya@mail.ru](mailto:aleoniya@mail.ru).

Представленное в данной статье исследование выполнено в русле семантико-когнитивного направления когнитивной лингвистики. Целью работы является описание языковых средств русского языка, репрезентирующих концепт «женщина». Предметом исследования является структура и содержание концепта «женщина» в русском языковом сознании, описание которых осуществлялось с применением методов лингвокогнитивного анализа языка. Методика и результаты исследования могут стать отправной точкой дальнейших исследований других когнитивно и коммуникативно важных национальных концептов и национальных концептосфер.

Данная статья посвящена этапу когнитивной интерпретации ассоциатов (реакций), полученных в результате проведения направленного ассоциативного эксперимента со словом-стимулом «женщина». Данная процедура подразумевает выявление когнитивных признаков концепта «женщина», формирующих его как ментальную единицу. Для каждого из признаков установлен индекс яркости. Для описания когнитивной структуры и содержания концепта признаки ранжированы в порядке убывания частотности объективирующих их ассоциатов.

В результате было установлено, что когнитивная структура концепта «женщина» представлена большим количеством когнитивных признаков, что свидетельствует о релевантности данного фрагмента русской национальной концептосферы для русского национального сознания и о большом разнообразии языковых средств и способов его концептуализации.

**Ключевые слова:** концепт, концепт «женщина», когнитивная интерпретация, содержание концепта, когнитивные признаки, направленный ассоциативный эксперимент, ассоциаты