

*Н.Н. ТРОШИНА, М.Б. РАЕНКО*

## **НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

*Немецкий язык в Германии и других немецкоязычных государствах и регионах является важнейшим носителем и проводником культуры в самом широком смысле этого слова. Как литературный язык он делает возможным речевое общение в максимальном диапазоне и является основой культурной идентификации говорящих на нем людей. На нем и других европейских языках основано культурное богатство Европы во всей его глубине и сегодняшнем многообразии.*

«Меморандум Института немецкого языка», 3 апреля 2001 г.

### **1. Глобализация: вводные замечания**

Сегодня «глобализация» — одно из самых модных слов общественной жизни, но все понимают его по-разному. Это не случайно, поскольку процесс глобализации представляет собой тесное переплетение самых разных проблем и противоречий. Мир приобретает принципиально новые характеристики, с трудом поддающиеся рационализации.

Различия в толковании понятия «глобализация» во многом носят оценочный характер. Отсюда, как пишет в своем исследовании «Глобализация и цивилизационное многообразие мира» Г.Г. Пирогов, «возникает новое “авилонское смешение языков”,

грозящее обрушить “Вавилонскую башню” глобализации еще до того, как она будет достроена. За каждым истолкованием понятия глобализации стоят мощные интересы. Сам процесс глобализации пронизан острыми противоречиями» (Пирогов Г.Г., 2002, с. 5).

Известный немецкий социолог Ульрих Бек отмечает, что «глобализация означает познаваемое на опыте уничтожение границ повседневной деятельности в различных сферах хозяйствования, информации, экологии, техники, транскультурных контактов и гражданского общества... Деньги, технологии, товары, информация, яды “перешагивают” границы, словно их вовсе не существует. Даже вещи, лица и идеи, которые правительства не хотели бы впускать в свои страны (наркотики, иллегальные иммигранты, критика нарушения прав человека), находят пути проникновения. Понимаемая таким образом глобализация означает аннулирование расстояний, погружение в часто нежелательные и непонятные транснациональные формы жизни» (Бек У., 2001, с. 42–43).

Существует несколько определений глобализации, в каждом из которых подчеркивается, как правило, какой-то один существенный для исследователя аспект этого явления. Для нашего анализа актуальны следующие два определения глобализации: 1) «...глобализация является, в сущности, не чем иным, как построением связующих звеньев (интерфейсов) между культурами для постижения кодов без их разрушения» (Кшиштофек К., 2005, с.81); 2) «Глобализация – это не какая-то обоснованная научная теория, а некий тип идеологии, выражющий интересы определенных слоев и групп» (Майоров Г., 2005, с.131). При ближайшем рассмотрении оказывается, что в определениях отражена задача глобализации, как ее представляют себе сторонники данного понимания глобализации. Оговоримся сразу же, что на практике поставленная задача решается далеко не всегда; так, например, воздействие процессов глобализации на языки, которые относятся к кодам культуры, нередко оказывается именно разрушительным для языков.

## **2. Языковое многообразие и многоязычие**

Многие исследователи констатируют сокращение культурного многообразия и, тем самым, негативное изменение среды обитания языков – ценнейшего достояния человеческой цивилизации с ее «неиерархической сетью культур» (Кшиштофек К., 2005, с. 81).

Это происходит вопреки официальным программам и заявлениям о благах цивилизации (Schroeder M., 2004; S. 83). Одна из целей культурной политики Совета Европы – развитие языкового многообразия в обществе, поскольку это многообразие является условием для успешного развития демократии и противостояния нетерпимости и расизму. При этом различаются понятия языкового многообразия и многоязычия. В проекте «общеевропейские компетенции владения иностранным языком» указывается: «Языковое многообразие может быть достигнуто путем увеличения числа языков, предлагаемых для изучения или мотивации учащихся к изучению нескольких иностранных языков, поощрения возможности изучать несколько иностранных языков или ограничения господствующей роли английского языка в международном общении».

Многоязычие возникает по мере расширения в культурном аспекте языкового опыта индивидуума от языка, употребляемого в семье, до языка, употребляемого в обществе, и далее до овладения языками других народов (выученных в школе, колледже или в непосредственном языковом окружении); индивидуум не «хранит» эти языки и культуры обособленно друг от друга, а формирует коммуникативную компетенцию на основе всех знаний и всего языкового опыта, где языки взаимосвязаны и взаимодействуют» (Проект, 2003, с. 4).

Однако именно со средой обитания языков, с языковым многообразием, а также с культурным знанием и культурной компетенцией в Европе все обстоит не так уж благополучно, отмечает Л. Гётце в статье «Экономическая глобализация – культурный упадок» (Götze L., 2004, S. 32). И связано это именно с противоречиями процесса глобализации, считает также Г.Г. Пирогов, который выделяет двенадцать противоречий политического и экономического характера, среди которых отметим девятое: вместо взаимного культурного обогащения происходит процесс культурной нивелировки по наиболее низким стандартам поп-культуры. Вместо разнообразных систем ценностей, присущих каждой цивилизации, происходит установление единой шкалы ценностей, где все измеряется деньгами. Человечество теряет свое многообразие, являющееся залогом его выживания при встрече с неожиданными вызовами будущего (Пирогов Г.Г., 2002, с. 6).

Особенно заметно в этой ситуации разрушение культуры (*Verfall der Kultur*), и прежде всего искусства как ее сердцевины. Ис-

кусство низведено до уровня способа времяпрепровождения и пустого развлечения и оценивается преимущественно по рыночной стоимости. Если возникает необходимость финансовой экономии, то и отдельные области, и целые страны сокращают прежде всего финансирование театров, музеев, концертных залов и культурных центров. Рыночные показатели, рейтинги и показатели включения телепрограмм определяют политику экономии в области культуры. По Европе и Северной Америке со скоростью эпидемии распространяется «функциональная безграмотность» (*der funktionale Analphabetismus*): ее диапазон – от плохих навыков чтения и письма до плохо развитого мышления; пустая болтовня все больше и больше вытесняет умение мыслить в устной и письменной форме (что подтверждается результатами Пизанского проекта<sup>1</sup>) (Пизанский проект).

Параллельно с этим происходит упадок языка, и при этом страдает прежде всего представление о языковой норме. «Отказ многочисленных так называемых дескриптивных лингвистов дать внятное определение языковой нормы, чтобы можно было, соответственно, отличить правильное употребление языка от неправильного или пограничного, приводит к научной легитимизации этого упадка. Если язык рэпа, SMS-сообщений, рекламных текстов и пустых фраз в речи политиков воспринимаются как равноценные языку художественной литературы или языку качественной журналистики, тогда языковому одичанию дорога открыта» (Götzy L., 2004, S. 33).

### 3. Эколингвистика: проблемы глобализации

Языком во всем комплексе проблем его существования, включая проблему изменений в среде его обитания, занимается молодая наука «эколингвистика». В ней среда обитания языка понимается как совокупность социальных и/или психологических условий, в которых живут и существуют языки и диалекты (Fill A., 1995, S. 63). К языку термин «экология» был впервые метафорически применен в 1970 г. в докладе Э. Хаугена «Экология языка», который был через два года опубликован в сборнике статей этого же автора

<sup>1</sup> Европейский проект PISA-2000, проведенный под эгидой Организации по экономическому сотрудничеству и развитию и посвященный исследованию уровня образования европейских студентов и школьников.

(Haugen E., 1972). В докладе при использовании понятия «экология» акцент делается на приоритете общности интересов объектов, на неразвитии одного объекта за счет другого, на ко-эволюции вместо простого самоутверждения. Особенно важным для экологического подхода является предпочтение малого большому, т.е. принимается позиция, которая отрицает развитие сильного за счет малого и защищает разнообразие объектов окружающего мира.

Э. Хауген очерчивает круг проблем эколингвистики: языковые изменения, языковые контакты и конфликты, вымирание языков («смерть языков»), языковое планирование, а также индивидуальное дву- и многоязычие. Мысль Э. Хаугена об экологии языка была подхвачена и развита социолингвистами. Так, например, Х. Хаарманн (Haarmann H., 1980) пишет о существовании «лингво-экологических переменных», которые определяют речевое поведение в группах говорящих (этнографические, социальные, политические, культурные, языковые переменные). Таким образом, эколингвистика делает акцент на процессах сосуществования и выживания языков. Эти процессы осуществляются на уровне как индивидуального, так и общественного сознания.

Эколингвисты видят сегодня определенную угрозу позициям многих языков, в том числе и немецкого, со стороны английского языка, который стал, по мнению А. Филла, известного австрийского лингвиста, своего рода *lingua franca* (Fill A., 1993, S. 25; Трошина Н.Н., 1997). А. Филл предвидит возникновение в недалеком будущем ситуации двуязычия во многих странах; при этом английский язык будет считаться престижным, а местный язык – непрестижным. Следует также ожидать возникновения во многих странах мира вариантов английского языка с субстратом, образованным местными языками.

#### 4. Первая волна англоамериканизации немецкого языка

Каковы же причины и обстоятельства, выдвинувшие английский язык на позиции мирового лидера? Выяснение этого вопроса исключительно важно для характеристики современной языковой ситуации в немецкоязычном регионе, так как эти причины и обстоятельства обусловливают англоамериканизацию немецкого языка. Для обозначения этого тревожного процесса в специальной ли-

тературе и в прессе используются слова *Denglisierung* (=Deutsch + *Anglisierung*) и *Denglisch* (=Deutsch + *Englisch*).

В качестве главной причины следует назвать усиление после 1945 г. экономического и культурного влияния США в Германии, где были размещены американские войска. Эта ситуация обусловила повышенную восприимчивость немцев к американской культуре и английскому языку в его американском варианте. По Западной Германии быстро распространилось преклонение перед всем американским, своеобразная «одержимость Америкой» (*Amerika-Besessenheit*): «Все, что оттуда, — все самое лучшее, свежее, эффектное. Если потребляешь американские товары и сам говоришь на языке этой страны, то, значит, и сам производишь такое же впечатление. Все новое называется уже только по-американски: *global player* “игроки на мировом рынке”, *paraolympics* “пара-олимпийские игры” (для участников-инвалидов), *mountain bike* “горный велосипед”. Сплошное бахвальство: демонстрируют, что могут говорить по-английски, и этим обращают на себя внимание. Обезьянничание и никакого ума. Сыщут и подхватывают все, что говорится и показывается в США. И так один за другим». Так с горечью характеризует социокультурную атмосферу в Западной Германии М. Шрёдер, профессор Ганноверского университета (*Schroeder M.*, 2004, S. 83). Такой настрой значительной части населения страны нужен был для увеличения объемов продаж американских товаров в Западной Германии, притом что многие покупатели далеко не всегда адекватно понимали наименования товаров, рекламные лозунги и призывы на английском языке. Так в Западную Германию пришла первая волна лексических заимствований из американского английского.

##### **5. Вторая волна англоамериканизации немецкого языка**

Однако еще более мощная волна обрушилась на немецкий язык в конце 80-х – начале 90-х годов XX в., т.е. сразу же после объединения Германии. По времени это совпало с дигитальной революцией в сфере информационных сетей, телекоммуникации и Интернета. По силе воздействия на различные сферы жизни компьютер можно сравнить с Библией, напечатанной Гутенбергом, считает Д. Штайн (Stein D., 2002). Российская исследовательница Т.Г. Киселева считает компьютерную технологическую революцию сопоставимой по значимости

разве что с возникновением письменности (Киселева Т.Г., 2002, с. 9). Разделяя эту точку зрения, К. Кшиштофек отмечает такую привлекательную черту Интернета, как то, что «ему чуждо понятие “врага” или даже “иностраница”... Заявлено о зарождении постиндустриальной эры, ожили надежды на то, что компьютерная цивилизация придаст новые импульсы культуре» (Кшиштофек К., 2005, с. 80). Вокруг глобальной компьютерной сети выстраивается специфическая форма культуры – интернет-культура как фрагмент современной культуры и современного общества в целом, уточняет А.В. Палкова (Палкова А.В., 2005, с. 3), автор кандидатской диссертации на тему «Лексический ресурс носителей немецкого языка – пользователей Интернета». А.В. Палкова приводит следующие данные ведущей немецкой маркетинговой компании «Gesellschaft für Konsumforschung»: 46,1% населения ФРГ регулярно пользуется Интернетом, 61,2% имеют доступ во всемирную сеть. Ожидается, что к 2007 г. 90% населения Германии в возрасте от 15 до 64 лет (т.е. 60% всего населения) будут активно пользоваться Интернетом. Из этих данных следует, что сегодня в Германии Интернет является средством массовой информации и коммуникации. Высказываются различные мнения по поводу воздействия языка Интернета на другие языки: так, например, А.В. Палкова считает, что «под влиянием Интернета современный немецкий язык обогащается, глобализуется, интернационализируется, сохраняя в то же время национальное своеобразие» (там же, с. 4). Другие же исследователи, например М. Хоркс (Horx M., 1996), А. Глогер (Gloer A., 2002) Д. Штайн (Stein D., 2002), придерживаются противоположной точки зрения.

Новую разновидность современного немецкого языка, возникшую на базе языка профессионального общения в сфере Интернета и языка повседневного общения, А.В. Палкова характеризует как «продукт внутренней функционально-стилистической и функционально-прагматической дифференциации стандартного языка» (Палкова А.В., с. 8).

При переходе из языка профессионального общения в Интернете в язык повседневного общения терминологические единицы подвергаются депрофессионализации. Отмечается массовое заимствование англоамериканизмов различных типов в немецкий язык: 1) собственно заимствований: *Internet*, *Byte* и т.д.; 2) точных калек: *herunterladen* (=download) «скачать»; 3) неточных калек: *Datenbank* (соответствует *Database*) «банк данных»: первый элемент явля-

ется точным переводом, а второй передает значение исходного слова лишь приблизительно, при этом выбирается форма, уже существующая в немецком языке: *base* ~ *Bank*; 4) полукальки: *aufgraden* (*upgrade*) «усовершенствовать компьютер» (ср. русск. «*апгрейдить*»).

Освоение интернет-культуры немецким языковым сообществом сопровождается появлением ключевых метафор, которые отражают функциональные, пространственные и социальные характеристики Интернета и дают ключ к пониманию того или иного явления, задавая аналогии и ассоциации между различными системами понятий (там же, с. 15–16). Функционально Интернет сопоставляется с общественной памятью (*ein gigantisches gesellschaftliches Gedächtnis*), универсальным хранилищем знаний (*universaler Wissensspeicher*); пространственная метафорика сопоставляет Интернет с морем данных (*Datenmeer*), информационной автомагистралью (*Datenautobahn*); в рамках социальной метафорики Интернет сопоставляется с глобальной деревней (*das globale Dorf*), цифровым городом (*die digitale Stadt*), виртуальным сообществом (*die virtuelle Gemeinschaft*). В социальном постстранстве Интернета существуют свои правила и нормы поведения, например: *Netiquette* «этикет в Интернете», *Medienethik* «медийная этика», *Online-Knigge* – правила поведения в Интернете, названные по фамилии автора всемирно известного учебника хорошего тона, впервые изданного в 1780 г. и многократно переиздававшегося, – А.Ф. Книгге; существуют и свои названия авторитетных личностей, например: *Netzgott* «Бог Сети», *Netzguru* «Гуру Сети», *Internet-Expert(in)* «эксперт по Интернету», *Cyberterroristen* «кибертеррористы», *Netzpolizei* «сетевая полиция» (там же).

В свете вышесказанного вполне обоснованным является вывод, к которому приходит А. Глогер: «Повседневный немецкий язык уже никогда не будет таким, как в докомпьютерную эру. Он навсегда выбирает в себя неологизмы из языка Интернета, причем сразу же после их появления» (Gloger A., 1999).

Изменения немецкого языка, прежде всего его словаря, оказались настолько ощутимыми, что это дало М. Фуксу, члену Трехсторонней комиссии (*Trilaterale Kommission*) (США – Европа – Япония) повод выступить с предложением: ввести до 2010 г. в Германии

английский язык как второй равноправный официальный язык<sup>1</sup>. Это предложение было подвергнуто критике со стороны общественности и не принято.

В этом плане обращает на себя внимание готовность маленькой Швейцарии защищать немецкий язык как один из своих официальных языков. 18 марта 2004 г. Швейцарский парламент обратился в правительство Швейцарии с предложением разработать комплекс мер, направленных на ограничение неоправданного использования англицизмов/американизмов федеральными органами, если существуют соответствующие немецкие, французские и итальянские обозначения.

Такая ситуация в стране осложнилась в связи с тем, что широкие слои населения по разным причинам (возраст, образование, происхождение) не понимают большинства из широко распространившихся английских выражений. В результате страдает национальная идентичность многих швейцарцев, они чувствуют себя вытесненными на периферию общественной жизни: мода на англоамериканизмы вредит сплоченности швейцарской нации. Швейцарская общественность потребовала от своего правительства ясной позиции по указанной проблеме, пока оно само не превратилось из *Bundesrat* («Федеральное собрание») в *Federal Executive Committee*. Ведь швейцарцы уже говорят не о *Skifahren* «катании на лыжах», а о *Carving*. Поэтому коренное население призывает правительство к принятию мер по защите главного культурного наследия страны – ее национальных языков.

Проблема национальной идентичности – одна из тех, которые особенно остро встают в связи с глобализацией, поскольку последняя приводит к плюрализации идентичности. Под идентичностью понимается «некоторая устойчивость индивидуальных, социокультурных, национальных или цивилизационных параметров, их самотождественность. Идентичность выступает как интегральный параметр и не сводится к социальным ролям. Соответственно, это позволяет говорить о глубоком внутреннем значении некоторых исходных уровнях идентичности, связанных с традиционной культурой, национальной культурой, и, одновременно, об открытости к обретению новых свойств идентичности» (Модернизация 2002,

<sup>1</sup> Официальный язык – язык государственного управления, законодательства, судопроизводства (Вахтин Н.Б., Головко Е.В., 2004, с. 42).

с. 14). Сравним точку зрения Э. Эрикссона: идентичность – это субъективное ощущение своей самотождественности, которое является источником энергии и преемственности (Эрикссон Э., 1995). Основным средством преодоления кризиса идентичности являются межкультурный диалог и преемственность культур. Идентичность в глобализирующемся мире становится основным дискурсом как науки, так и повседневной жизни.

Возвращаясь к проблеме воздействия языка Интернета на немецкий язык, подчеркнем озабоченность многих специалистов и общественных деятелей в связи с этим воздействием, поскольку оно приводит к социальной изоляции интернет-пользователей, прогрессирующему оскудению немецкого языка и культуры, ее насилиственной американизации (см., например: Zimmer D.E., 2000<sup>1</sup>; Бек У., 2002; Ammon U., 2001; Пирогов Г.Г., 2001; Киселева Т.Г., 2002; Культыгин В.П., Клементьев Д.С., 2003).

Существует и противоположная оценка складывающейся ситуации. Так, Д. Штайн подвергает сомнению вышеупомянутые утверждения, считая их всего лишь «выражением “легко проявляющихся предрассудков” (*leicht mobilisierbare Vorurteile*). Есть достаточно много признаков того, что на самом деле имеет место стагнация в использовании новых компьютерных технологий, в том числе и Интернета. Число людей, отказывающихся от услуг Интернета, превосходит число новичков» (Stein D., 2002). Аналогичной точки зрения придерживается Н. Дёринг, автор исследования «Социальная психология Интернета: Значение Интернета для процессов коммуникации, идентичности, социальных отношений и групп» (Döring A., 2003). Факторами, вызывающими эту стагнацию, по мнению Д. Штайна, являются: 1) растущие затраты на оплату телефона; 2) распространение спама; 3) гораздо меньшая готовность населения перейти на получение услуг по Интернету, чем ожидалось. С таким явлением столкнулась, например, АО «Немецкие железные дороги» (*Deutsche Bahn*).

---

<sup>1</sup> Отмечается, однако, что постоянные пользователи Интернета в Германии общаются в основном по-немецки; заметно увеличивается количество немецкоязычных сайтов.

**6. Английский язык и немецкая элита**

Тем не менее усиление позиций английского языка в немецкоязычных странах налицо. Х.-Г. Шмитц называет еще одну причину этого: политическая, экономическая и культурная элита ФРГ придает английскому языку исключительно важное значение (Schmitz H.-G., 2004), оценивая его явно выше, чем родной немецкий, и способствуя не адаптации заимствований в системе немецкого языка, а сохранению их в исконном виде. Английский язык рассматривается в высших слоях общества как средство подчеркивания собственного престижа.

Х.-Г. Шмидт видит в таком речевом поведении проявление «неверности, нелояльности по отношению к своему родному языку и культуре» (там же, с. 69). Это достойное сожаления проявление, повсеместно наблюдаемое в Германии, самым отрицательным образом влияет на оценку привлекательности немецкого языка как иностранного, что отмечают германисты, работающие за рубежом. Верность и лояльность родному языку формируются в детстве в процессе социализации как «неодолимая аффективная привязанность» (там же, с. 70). Известный социолингвист У. Вайнрайх видит в такой привязанности силу, которой миноритарные языки (в их защиту энергично выступает У. Вайнрайх) обязаны своей жизнестойкостью и которая укрепляет позиции родного языка в ситуации сильного влияния на него со стороны какого-либо другого языка (Weinreich U., 1977, S. 131). Такое влияние вызывает – и это совершенно естественно – противодействие со стороны носителей языка данной страны, т.е. противодействие, целью которого является обеспечение беспроблемной речевой коммуникации. Это противодействие возникает как протест личности против унифицирования способов и форм бытия в культуре: поскольку навязываемые унифицирующие модели поведения далеко не всеми воспринимаются как должные, возникают стихийные, а иногда и организованные контркультурные формы протеста, что является индивидуальной и/или групповой реакцией на глобализацию в целом (Киселева Т.Г., 2002). В такой крайней форме может проявиться диалектичность глобализации, при которой наряду с гомогенизацией культуры под воздействием стандартов постиндустриального гражданского обще-

ства усиливается стремление культур к этническим истокам и своеобразию (там же).

Справедливости ради необходимо отметить, что и после 1945 г. в публичных выступлениях немецких политиков имело место выражение горячей привязанности и любви к родному языку и культуре и выражалась серьезная озабоченность «нашествием» англоамериканизмов. Так, федеральный президент Г. Хайнеманн в своей знаменитой Марбахской речи (1973 г.) напомнил своим соотечественникам слова Фридриха Шиллера о том, что язык есть зеркало нации и что не следует забывать о своих обязательствах по отношению к нему. Языковая пропасть между так называемыми образованными слоями населения и широкими массами очень опасна для демократии, подчеркнул Г. Хайнеманн (Heinemann W., 1973, S. 144 ff.).

### 7. Глобализация и германистика

Западногерманские ученые в публикациях 1945–1965 гг. также с сожалением отмечали нарастающее количество англоамериканизмов во всех сферах речевой коммуникации. В современной германистике такие высказывания встречаются значительно реже. Причина таких перемен заключается в сильном влиянии, которое американская лингвистика оказала на послевоенную немецкую лингвистику, языковую критику и культуру речи: произошел отказ от принципа историзма в оценке языковых явлений, которому были привержены в течение столетий нормализаторы немецкого языка. По мнению современного лингвиста П. фон Поленца, заимствованная лексика должна оцениваться только в плане соответствия ее коммуникативной функции, т.е. эффективности языковой коммуникации (Rölenz P.V., 1977). Эта ставшая почти догматической точка зрения принципиально уравняла в статусе синонимы *Computer* и *Rechner* «компьютер», *happy* и *glücklich* «счастливый», *Ticket* и *Fahrkarte* «проездной билет»: для языковой критики происхождение этих синонимов не играет никакой роли. Важна лишь их коммуникативная эффективность, которая опять-таки определяется интернационализацией речевого общения. Таким образом, на первый план в оценке языковых единиц выдвигается «новый» политический интернационализм, т.е. стремление к интеграции любой ценой, в том числе и ценой утраты языковой и культурной самостоятельности (Schmitz H.-G., 2004,

S. 72). Совершенно не принимается во внимание, что коммуникация — это не только обмен информацией, но и обмен чувствами, эмоциями, традиционными ценностями, ведь речевое общение — это способ подтверждения своего происхождения, национальной принадлежности, обладания определенным культурным наследием.

Различия между старой и новой германской германистикой в плане трактовки англоязычных заимствований имеют зеркальное отражение и в концепциях учебников немецкого языка как родного, т.е. для немцев. Если воспитательная цель учебников 50–60-х годов XX в. состояла в объяснении духовной и культурной ценности родного языка, то учебники, созданные в 70-х годах и позже, — плод тех концептуальных новаций в немецкой германистике, о которых речь шла выше. Разумеется, в этих учебниках отмечаются спорные вопросы употребления заимствований, и прежде всего англоязычных, но это делается очень сдержанно и осторожно: публикуются письма читателей на эту тему, карикатуры, рекламные тексты с неправильно употребленными иностранными словами и предлагается провести дискуссию в классе на уроке немецкого языка на тему «Надо ли использовать в речи англицизмы?» Позиция же авторов учебников состоит в том, что они не разделяют мнения о необходимости воспитания учеников в духе верности и лояльности родному языку. Такая позиция проявляется в следующем: 1) для дискуссии предлагаются заведомо непопулярные и устаревшие слова и словосочетания типа *blaue Arbeitshose* «голубые рабочие брюки» вместо *Jeans* «джинсы»; 2) общепринятые немецкие слова типа *Fernsehen* «телевидение», *Rundfunk* «радио» подвергаются сомнению в плане их «национальной коммуникативной ценности»; 3) к текстам, насыщенным англицизмами, даются подчеркнуто благожелательно сформулированные задания; 4) в ходе дискуссии намеренно сближаются понятия «критика иноязычной лексики» и «неприязнь к иностранцам», «меры по защите родного языка» и «национализм»; 5) подчеркивается, что англицизмы способствуют взаимопониманию и духовному обогащению народов. Х.-Г. Шмитц считает, что ученикам следует предлагать более исследовательские задания, например: определить процентное соотношение немецкоязычной и англоязычной эстрады на немецком радио (то же самое с телевизионными программами, дискотеками) и предложить ученикам дать оценку этим результатам.

## 8. Глобализм и языковая манипуляция

Влияние английского языка на немецкий оказалось настолько интенсивным, что специалисты-филологи задают вопрос: насколько все же естественным можно считать *такой* наплыв заимствований на данном этапе развития немецкого языка? С тем, что языки влияют друг на друга, никто не спорит. Весь вопрос в объеме заимствований и скорости их проникновения и укоренения в принимающем языке. Иначе говоря, поставлен вопрос о возможном спланированном, целенаправленном воздействии на немецкий язык, т.е. о широкой языковой манипуляции. Для того чтобы дать обоснованный ответ на этот вопрос, необходимо хотя бы в самых общих чертах охарактеризовать состояние немецкого языка в настоящее время и определить основное направление его развития.

В этом плане очень информативна статья Й.А. Бэра «Немецкий язык в 2000 году» (Bär J.A., 2000). Для определения вектора развития современного немецкого языка автор считает важными четыре культурно-исторические составляющие этого процесса: 1) социально-политические изменения в мире после Второй мировой войны (особенно усилившиеся в 60-е годы); 2) развитие массмедиа, включая электронные средства массовой информации и Интернет; 3) экономическую и коммуникативную глобализацию; 4) европейскую интерграцию.

Изменения в современном мире и в европейских странах, в частности, входят в круг явлений, обозначаемых тремя емкими терминами: *Egalisierung* «выравнивание в правах», *Engagement* «социальный подъем» и *Emanzipation* «эмансипация». Под этим имеются в виду тенденции ко все большей открытости различных социальных слоев друг другу, а также ко все большей социальной активности различных групп населения, которые участвуют в различных общественных движениях: студенческих, женских, экологических, движениях за гражданские права и т.д. Эти изменения в социально-политической жизни общества не проходят бесследно для немецкого языка: теперь уже не существует какой-то одной социальной группы или какого-то одного социального слоя, речевая практика (устная и письменная речь) которого считается образцовой и социально престижной. Литературный стандарт как одна из форм существования немецкого языка находится в равной степени в распоряжении всех социальных слоев и групп, хотя они, разумеется, поль-

зуются этим стандартом в его различных региональных, функциональных и ситуативных разновидностях. Существенно, что эти разновидности более не располагаются на некогда иерархической шкале, а воспринимаются всеми носителями немецкого языка как равнозначные и равноправные.

Слово «массмедиа» (средства массовой информации, СМИ) в освоенной немецким языком форме множественного числа *Massmedien* было употреблено впервые в 1963 г. в газете «Ди вельт». Из всех современных СМИ самую большую роль в плане влияния на язык играют новые массмедиа — электронные СМИ, которые уже создали свой особый язык, в котором исключительно сильно воздействие английского языка.

В отличие от других мировых языков (китайского, русского, испанского, французского) распространение английского языка не ограничивается каким-либо одним ареалом/сферой использования и социальной средой: сегодня английский используется (пусть и в разном объеме) людьми самого различного происхождения и уровня образования. При этом, считает Й.А. Бэр, английский выступает не как *lingua franca*, а как средство социокультурной идентификации говорящего (ср. противоположную точку зрения А. Филла: Fill A., 1993, S. 25).

Изменению подвергаются не только словарный состав и фразеология немецкого языка, но и синтаксис, что говорит о глубоком воздействии и поэтому вызывает озабоченность большинства специалистов. Но некоторые из них все же не разделяют этих опасений, так, например, Х.Х. Мунске видит аналогии данной ситуации в прошлом: «Латынь исполняла роль межнационального койне в период с раннего Средневековья и до XVIII в. благодаря добровольной аккультурации народов, равно как и французский язык был языком образованного европейского дворянства. Римляне и французы не распространяли свои языки и не поставляли целенаправленно лексику в другие языки, — носители этих языков сами, т.е. добровольно использовали латынь и французский язык как вторые языки, обогащая таким образом свои родные языки» (Munske H.H., 1995, S. 408).

Разумеется, пишет Й.А. Бэр, далеко не каждый случай использования заимствованного слова приводит к обогащению заимствующего языка, но следует все же признать: стремление привлечь к себе внимание, убедить в своей точке зрения — это вполне обычная практика, и если эти попытки оказываются успешными именно

благодаря использованию заимствованной лексики (если, например, рекламный текст, в составе которого есть англицизмы, действительно оказывает требуемое воздействие на целевую группу), то против этого нечего возразить. Критики заслуживает лишь неоправданное, чрезмерное употребление англицизмов в немецкоязычной языковой среде, считает Й. Бэр.

Современный немецкий язык — это сложная гиперсистема, состоящая из следующего ряда подсистем, которые Й. Бэр называет вариантами (*Varietäten*): 1) пространственных (диалекты, региональные языки); 2) социальных (социолекты, групповые языки, жаргоны); 3) индивидуальных (идиолекты) и т.д. «Все аспекты необходимо учитывать, говоря об изменениях в лексике или грамматике немецкого языка. Волна англицизмов в языке рекламы или переход от синтаксических конструкций к инкорпорирующему словообразованию (например, *traurig-guck* ~ *traurig gucken* “печально взглянуть”) свидетельствует не об изменении немецкого языка как такового, а лишь об изменениях отдельных его вариантов» (Bär J.A., 2000, S. 22).

Обращает на себя внимание изменение соотношения этих вариантов гиперсистемы немецкого языка, поскольку происходит постепенное сближение вариантов и литературного языка, что наблюдается прежде всего в сфере взаимодействия диалектов и литературного языка, чему активно содействуют СМИ. В результате диалектносители в некоторых областях Германии (в частности, на севере страны) постепенно перешли на региональный субстандарт; в других же областях (прежде всего на юге) сегодня формируется «диалектно-литературный языковой континуум» (Ammon U., 2003; *Variantenwörterbuch* 2004, S. XLVII); постепенное сближение устного и письменного языка.

Итак, мы коротко охарактеризовали ситуацию, в которой находится немецкий язык на новом этапе своего развития и в которой осуществляется, как полагают многие специалисты в области германистики и межкультурной коммуникации, широкомасштабная языковая манипуляция — целенаправленное, организованное воздействие английского языка на немецкий.

Абсолютно четкую позицию по этому вопросу занимает М. Шрёдер: «Немецкий язык более, чем какой-либо другой, находится в опасности. Он подвергается манипуляции и американизируется, — и делает это не народ, а маленькая группа заинтересованных лиц

в рекламе и экономике, в банках, спорте, политике. Это осуществляется с помощью СМИ, которые обладают широкой сферой воздействия через молодежные, специальные, иллюстрированные журналы и т.д. И не в последнюю очередь через музыкальные шлягеры и песни, исполняемые по радио почти исключительно на английском языке в его американском варианте» (Schroeder M., 2004, S. 82).

Насаждение американской культуры прослеживается во всем: телевизионные развлекательные программы, кинопродукция США мгновенно распространяются по всем странам мира. Символическим примером американской культуры является распространение по миру диснеевского Микки Мауса. Многие ученые говорят и о макдональдизации мира. Иллюстрацией глобализации культуры является распространение гигантских американских компаний по всему свету, технические возможности американского телевидения значительно увеличились в связи с развитием цифрового телевидения, что привело к возрастанию количества телепрограмм в 8–12 раз. Кроме того, распространению американской культуры способствуют широкое внедрение и функционирование английского языка, который по праву может быть назван языком глобал<sup>Майк Шрёдер</sup>Майк Шрёдер цитирует заявление американского политического деятеля Т. Фридмана, которое последний сделал газете «Интернешнл Джеральд Трибьюн»: «Глобализация – это мы» (*«Globalisation is us»*). Т. Фридман имел в виду, что главную роль в процессе глобализации играют США. Современная коммуникация и массмедиа – вот способ и средства для продвижения американского английского и американских культурных норм и правил по всему миру. В этой же статье М. Шрёдер цитирует Д. Роткопфа, высокопоставленного чиновника Госдепартамента США эпохи Клинтона, заявившего изданию «Форейн полиси»: «Культурные различия, существующие в современном мире, – это досадная помеха; их устранение было бы прогрессивным шагом. Языки, культуры и религии во всем их разнообразии – это разрушительные элементы (*subversive elements*)» (цит. по: Schroeder M., 2004, S. 83). Д. Роткопф сам определяет такую позицию как «культурный империализм» (Rothkopf D., 1997), об этом же пишет У. Аммон (Ammon U., 2002). Более того, Д. Роткопф признает, что выдвижение английского языка на первый план, его возвышение над другими языками есть процесс искусственный,

обусловленный политикой США, направленной на насаждение своей культуры по всему миру.

В целях обеспечения надежности коммуникации транснациональные корпорации, играющие ведущие роли на мировом рынке, ввели английский язык в качестве обязательного по крайней мере для особо важных информационных потоков. Одновременно реклама, менеджмент, взаимодействие с клиентами и общественностью также постепенно переводились на английский язык, поскольку рекламная кампания на одном языке обходится значительно дешевле.

Почти все крупные фирмы и институты в Германии пользуются с конца 80-х годов услугами консультантов, родиной которых являются США (Маккинзи, Эндерсон, Бостон и др.). Это приводит ко все большей ориентации на американскую деловую культуру; так, например, пропагандируются американские названия профессий (*american job titles*) – даже вне ситуации межкультурной коммуникации.

В 1998 г. в Кёльне состоялась конференция в Фонде им. Фридриха Эберта (*Friedrich-Ebert-Stiftung*) на тему «Глобализация и национальная социальная политика», на которую президент этого Фонда Х. Бёрнер пригласил более 400 ведущих политиков, бизнесменов и профсоюзных деятелей. В докладе «Новый общественный договор как следствие глобализации?», сделанном на этой конференции Д. Роткопфом, высказана точка зрения, согласно которой «в современном мире национальное государство как институт претерпит значительные изменения... Его влияние сократится, властные структуры и отношения изменятся; попытки вроде тех, что предпринимает Франция для защиты французской культуры, обречены на неудачу... Медленное, но уверенное становление единой мировой культуры – это факт, и он необратим... Поскольку капитал имеет глобальный характер и подчиняется вполне определенным законам, он станет могучим двигателем культурной конвергенции; он вознаградит тех, кто действует во имя этой цели, и покарает тех, кто этому противится» (Rothkopf D., 1998, S. 143–153).

О том, что утверждения Д. Роткопфа не беспочвенны, свидетельствует интервью, которое дал 23 марта 2001 г. газете «Тагесцайтунг» (*«Tageszeitung»* 2001) Э. Боронар – французский специалист по рекламному бизнесу. Он высказался против французского стиля, так называемого *mon-cherie-style*, считая его недостаточно энергичным и напористым. Гораздо эффективней американский стиль рек-

ламы, считает Э. Боронар и подчеркивает, что если рекламщики думают по-английски, то это обеспечивает больший стратегический эффект, поскольку не мешает груз (*Gepäck*) национальной культуры.

Примечательно, что английский язык процветает в немецкой рекламе даже будучи непонятен многим потребителям рекламы. Как указывает Дж. Тиде (Tiede), более половины потребителей рекламы в возрасте от 14 до 49 лет понимают рекламные тексты лишь отчасти (данные получены кёльнской фирмой *Endmark*, занимающейся маркетинговыми исследованиями). Так, например, рекламный призыв *Come in and find out!* (парфюмерная фирма *Douglas*) многие поняли как *Komm rein und finde wieder raus!* «Зайди и уходи обратно!» вместо «Заходите, и Вы найдете все, что нужно!» Рекламный слоган *Powered by emotions* был истолкован как *Kraft durch Freude* «Сила через радость» вместо «На крыльях эмоций». Дж. Тиде приводит мнение Ф. Никеля, председателя Центрального совета немецкой рекламы: «Реклама и не должна всегда всеми адекватно пониматься. Ее задача — пробудить интерес к продукту в определенных целевых группах. Английский язык особенно хорошо воспринимается молодыми потребителями: в эпоху Интернета он считается признаком современного стиля, и поэтому рекламщики читают его особенно привлекательным» (там же).

Как констатируют эксперты в области экономики Х. Зимон и М. Отте в статье «Трансатлантика. Начало атлантического века» (Simon H., Otte M., 2000), на горизонте глобализации возникают очертания новой структуры — экономического суперконтинента «Трансатлантика». Конкретно он реализуется в трансатлантических фирмах, прежде всего в фармацевтических, например, в шведско-американской компании *Pharmacia & Upjohn*, в немецко-американском концерне *DaimlerChrysler* и в совместном банке *Deutsche Bank / Bankers Trust*. Даже совсем молодые, только что созданные фирмы обнаруживают этот элемент трансатлантизма. Фирмы, занимающие в равной степени прочные позиции и в Европе, и в США, обладают явными преимуществами перед теми фирмами, которые развиваются бизнес только по одну сторону океана.

Итак, возникают фирмы без определенной национальной идентичности. Это — новая ситуация, и к ней, считают авторы статьи, надо систематически готовить руководящие кадры, студентов и даже школьников, поскольку Трансатлантика будет говорить по-английски:

ведь на нем происходит общение в Интернете. «В Германии мы будем вынуждены примириться с использованием двух языков: на работе – английского, в частной жизни – немецкого», – приходят к выводу Х. Зимон и М. Отте (там же, с. 17). Необходимо, однако, отметить, что не всегда крупные компании без проблем переходят на английский язык при предоставлении своих услуг. Так, в немецкоязычных странах многие клиенты отказались от услуг «Телекома», так как именно эта фирма, важнейшая в области коммуникационных технологий, использует огромное количество англоамериканизмов. Прежде всего, это раздражает потребителей рекламы, пишет И. Кепpler в статье «Телеком – ничего не поймешь», опубликованной в газете «Кельнер экспресс» от 17 мая 2002 г. (Keppler I., 2002).

Итак, экономическая деятельность международных корпораций, в которые входят и крупные немецкие компании, позволяет говорить об их скоординированных манипулятивных действиях, идущих часто вразрез с национальными культурными ценностями.

### **9. Немецкий язык в сфере науки и образования**

Прежде чем охарактеризовать положение немецкого языка в академической сфере, представляется целесообразным показать хотя бы в общих чертах, как менялось соотношение трех основных европейских языков (английского, немецкого и французского) на протяжении XIX–XX вв., чтобы одновременно проследить и постепенное выдвижение на первый план английского языка. Такой исторический обзор дается в работах У. Аммана «Английский язык как язык академического общения в Европе» (Ammon U., 2002) и «Английский язык как язык обучения в немецких университетах будущего» (Ammon U., 2001).

В XIX в. распределение языков по сферам коммуникации выглядело следующим образом: английский язык – в международной торговле, французский язык – в дипломатии, немецкий язык – в науке. Английский биолог Севори писал, что без знания немецкого языка или хотя бы без возможности читать на немецком в первые 40 лет XX в. не мог обойтись ни один биолог или медик. Таким образом, к концу XIX – началу XX в. три языка – английский, французский и немецкий – были основными языками международного общения.

В начале XX в., как показывают исследования, английский язык не занимал главенствующей позиции как язык науки, однако потенциально мог претендовать на эту роль. Этому способствовало несколько причин, и прежде всего экономическое превосходство в всех англоговорящих стран, хотя Германия экономически превосходила Великобританию, а Франция занимала почетное третье место в мире по уровню экономического развития в начале XX в. Все принципиальным образом изменилось к началу Первой мировой войны. По уровню экономического развития США заняли первое место в мире. Необходимо отметить, что суммарно англоязычные страны и до Первой мировой войны превосходили в экономическом плане немецкоязычные и франкоязычные страны. Однако все три языка по-прежнему играли важную роль в мире. При этом международный статус английского языка возрастал, поскольку именно на английском языке публиковалось большинство научных трудов.

На протяжении всего XX в. англоязычные страны стабилизировали свое экономическое положение, а следовательно, и в языковом плане доминировали в мире. Что касается Первой мировой войны, то она косвенным образом ослабила позиции немецкого и французского языков в мире. Германия потеряла большинство своих колоний, соответственно, изменился и статус немецкого языка в мире, а Франция утратила гегемонию французского языка как языка международной дипломатии: Версальский договор был подписан и на французском, и на английском языках. Более того, английский язык наряду с французским языком становится официальным языком Лиги Наций. К тому же последствия Первой мировой войны для Франции и Германии были тяжелыми, а США вновь подтвердили свое доминирующее экономическое положение в мире.

В 1936 г. около 1160 университетских профессоров уехали из Германии, что, конечно же, повлияло на изменение статуса немецкого языка как языка науки в мире. Уезжая из Германии, немецкие исследователи в большинстве своем направлялись в США, где публиковали свои труды на английском языке, способствуя тем самым росту научного статуса последнего.

Исследователи из других стран, которые ранее публиковали свои работы на немецком, французском и реже английском языках, постепенно отказались от немецкого и французского языков и стали все чаще публиковать свои труды на английском языке.

К 1980 г. подавляющее количество публикаций появляется на английском языке, в связи с чем можно констатировать, что английский язык утвердил свои позиции как языка науки в мире. Французские и немецкие исследователи вынуждены сейчас публиковать свои научные труды на английском языке, если они хотят ознакомить с ними американских коллег: подавляющее большинство американских ученых не владеют французским или немецким языками.

Все перечисленное выше позволяет У. Аммону сделать вывод, что английский язык в современном научном мире прочно занял лидирующее положение. На ведущую роль английского языка в научной сфере указывают и другие исследователи (Crystal D., 1997; Graddol D., 1997; Tsunoda M., 1983). Отметим в этой связи также точку зрения американского исследователя Р.Б. Каплана, выраженную им в статье «Английский язык – случайный язык науки?» (Kaplan P.B., 2001): продвижение английского языка – процесс постепенный, но он не был спланирован: при определенных условиях языком науки и вообще языком глобального использования мог стать фактически любой язык.

Особую тревогу и у специалистов, и у широкой немецкой общественности вызывает утрата немецким языком своих позиций в сфере науки и образования. В конце 90-х годов У. Аммон провел специальное исследование на эту тему, подчеркнув, что сфера науки охватывает множество различных институтов, организаций и органов, статус и функции языка в которых могут различаться. Функция какого-либо языка как международного языка науки определяется тем, на скольких территориях и в каких институтах он используется как *lingua franca* (Ammon U., 1998, S. 810).

Как международный язык науки немецкий занимает различные позиции в различных отраслях знания. Часто повторяемое утверждение, что в целом ряде научных дисциплин немецкий язык все еще сохраняет лидирующие позиции, должно отойти к сфере преданий и мифов, пишет У. Аммон (там же, с. 814). На немецком языке публикуется больше работ по социальным наукам, чем по естественным (ср. долю в процентах: социология – 5,7; экономика – 9,6; политология – 12,4; антропология – 10,1; химия – 5,5; биология – 2,5; физика – 3,9; медицина – 5,5; математика – 3,6). Что же касается разделения научных дисциплин на теоретические и прикладные, то немецкий язык используется чаще во вторых, чем в первых (там

же, с. 815). При этом разделение научных исследований на теоретические и практические легче провести в естественных науках, чем в гуманитарных и социальных. Последние, так же, как и прикладные науки, предполагают более свободное владение иностранным языком, чем это необходимо для теоретических естественных наук с их развернутым аппаратом формул. Этим и объясняется нежелание многих ученых-гуманитариев и прикладников перейти с хорошо освоенного ими немецкого языка на английский.

Английский язык в Германии в последнее время стал преподаваться в большинстве университетов. Это связано с тем, что многие студенты обучаются по международным программам. Соответственно, повышаются и требования к знанию английского языка. У. Аммон (Ammon U., 2002, S. 142–143) перечисляет цели, которые преследуют немецкие университеты, предлагая своим студентам участвовать в международных программах: 1) расширить международные контакты Германии; 2) помочь развивающимся странам завершить программы развития, предоставляя их специалистам высококачественное образование, которое те смогут использовать во благо своих стран; 3) повысить престиж немецкого образования, привлечь большее количество студентов, поскольку чем больше студентов обучаются в университете, тем большую материальную помощь получает университет от государства; 4) восстановить экономическое и политическое равновесие в мире (благодаря международным программам в Германии и других неанглоязычных странах).

Аммон приводит следующую статистику: в 43 из 356 имеющихся в Германии высших учебных заведений на летний семестр 2000 г. имелись образовательные программы на английском языке (Амон И., 2001, с. 79).

Немецкий язык как международный язык науки играет большую роль в Европе (включая Россию), чем на других континентах. В самой же Европе немецкий язык имеет более сильные позиции на востоке, чем на западе. У. Аммон приводит следующие данные по использованию немецкого языка на международных конференциях: в англоязычных странах – 5%, в Скандинавии – 6, во Франции/Италии/Испании/Португалии – 7, в восточно-европейских странах – 16%.

Давая общую оценку позициям немецкого языка в современном мире, У. Аммон констатирует, что за годы, прошедшие после

воссоединения Германии в 1989 г., стало ясно: не всем оптимистическим ожиданиям в плане значительного упрочения позиций немецкого языка на международной арене суждено сбыться. Реальное развитие событий и языковых ситуаций в различных странах Европы и мира не всегда способствовало воплощению этих ожиданий.

У. Аммон различает следующие аспекты, обусловливающие позиции немецкого языка сегодня (Ammon U., 1997): 1) пользу знания немецкого языка в сравнении с другими языками; 2) потребность общества в знании немецкого языка; 3) спрос на немецкий язык; 4) мотивацию к изучению немецкого языка. Указывается, что общая потребность в знании немецкого языка определяется не только его пользой, но и объемом уже имеющихся в обществе знаний. Спрос же определяется количеством лиц, действительно желающих изучать немецкий язык. Спрос может быть выше или ниже потребности. Мотивация – это интенсивность желания овладеть немецким языком.

Немецкие германисты сегодня уменьшением количества желающих записаться на курсы немецкого языка как иностранного, проводимые за рубежом, т.е. существует проблема снижения спроса на немецкий язык. М. Шрёдер цитирует письмо преподавателя немецкого языка в Словении, в котором сообщается: «Среди потенциальных учащихся распространено мнение, что современные немецкие тексты так или иначе приходится читать с англо-немецким словарем. Лучше уж сразу заняться английским языком. Зачем нам *Denglisch*»? (Schroeder M., 2004, S. 82). В результате возникает проблема трудовой занятости для выпускников университетов по специальности «германистика».

В России немецкий язык как иностранный пользуется стабильно высоким спросом, занимая второе место после английского. Это объясняется тем, что Германия является самым крупным деловым партнером России в Европе. Институт им. Гёте в Москве констатирует стабильно высокий спрос прежде всего на базовый курс немецкого языка: желающих так много, что приходится вести список ожидания на год вперед (Troshina N.). Прочные позиции немецкого языка в России как языка науки и культуры отмечают учредители Центра немецкоязычной культуры и философии при Санкт-Петербургском университете (*Zentrum für deutschsprachige Kultur und Philosophie an der Universität St. Petersburg*). Решение о создании этого

центра было принято на симпозиуме «Гражданское общество: немецкий опыт и российские перспективы (9–12 мая 2005 г. Гейдельберг)». «Удивительно многие жители (С.-Петербурга. – *H.T., M.P.*) владеют немецким языком; в университетах английский язык вытесняет немецкий как первый иностранный лишь очень медленно», – констатирует немецкая «Информационная служба по науке» (*Informationsdienst Wissenschaft*).

Все вышеназванные параметры, обуславливающие позиции немецкого языка сегодня, конечно, определяют степень его привлекательности. Однако исключительно важно и количество носителей немецкого языка. У. Аммон указывает, что по этому параметру немецкий язык занимает 11-е место в мире. В Европе же немецкий язык занимает по числу носителей второе место (после русского). Как изучаемый первый иностранный язык немецкий значительно отстает от английского; в Западной Европе он к тому же уступает французскому и конкурирует с испанским за третье место. В Восточной Европе в целом немецкий язык также уступает английскому, однако в зависимости от культурно-исторической ситуации в конкретной стране немецкий язык как иностранный может занимать места от первого (Чехия, Словакия, Венгрия) до четвертого (Румыния, Молдавия).

Привлекательность немецкого языка обусловлена прежде всего экономическим потенциалом Германии. В этой связи У. Аммон вводит понятие «экономическая сила языка» (*ökonomische Stärke der Sprache*) (Ammon U., 1997, S. 20). Это особенно заметно в сфере двусторонних деловых контактов немецких фирм со странами Центральной и Восточной Европы, когда, как правило, используется только немецкий язык.

## **10. Немецкий язык в международных отношениях**

Как официальный язык государственного управления немецкий язык занимает шестое место в мире (после английского, французского, испанского, арабского, португальского), в Европе же – первое. Как рабочий язык международных организаций немецкий язык занимает лишь седьмое место (после английского, французского, испанского, русского, китайского, арабского), что снижает привлекательность немецкого языка; в Японии, например, немецкий язык длительное время был вторым по распространенности

иностранным языком (после английского), сейчас же он занимает четвертое место, уступив позиции китайскому и французскому. Рейтинг языка в международных организациях определяет его «политическую силу» (*politische Stärke*) (там же, с. 24).

Рассматривая вопрос о едином языке общения для Объединенной Европы, У. Аммон выделяет следующие две основные тенденции: 1) превращение английского языка в единственный язык общения для европейцев; 2) увеличение числа «второстепенных иностранных языков» (*nachrangige Fremdsprachen*) (там же, с. 28), используемых в двусторонних контактах или функционирующих как языки соседних территорий.

Отмечается также развитие так называемого рецептивного многоязычия (*rezeptive Mehrsprachigkeit/polyglotter Dialog*) (там же, с. 30; см. также: Posner R; 1991), при котором каждый из участников общения говорит на своем языке, но понимает и язык партнера. У. Аммон, однако, высказывает некоторые сомнения относительно весьма распространенной точки зрения, что понимание (пассивное знание языка) требует гораздо меньше усилий при изучении языка, чем активное его использование. При этом У. Аммон ссылается на результаты исследования, проведенного У. Дюрсмюллером в Швейцарии (Dürsmüller U., 1991).

Наиболее актуальной сегодня моделью двуязычия У. Аммон считает следующую модель: «родной язык + немецкий /английский/французский/испанский/русский или любой другой язык» (там же, с. 32). Именно эту модель используют люди, не имеющие высшего образования и занимающиеся мелким и средним бизнесом в странах Центральной и Восточной Европы и интенсивно развивающие деловые контакты. Немецкий язык доминирует в этой модели двуязычия. «Учитывая усиливающуюся интернационализацию контактов во всем мире, следует, однако, ожидать, что в двуязычии английский и в Восточной Европе вытеснит другие иностранные языки, в том числе немецкий и русский» (там же, с. 32). Таким образом, значительные шансы для упрочения своих позиций немецкий язык имеет только, участвуя в действующей модели **трехъязычия**, считает автор, т.е. при знании говорящими трех языков (пусть даже различной степени): родной язык + английский + немецкий /русский/французский/ другие языки. Данные опросов говорят о том, что трехъязычие достижимо прежде всего в небольших языковых

сообществах (в Люксембурге, например, 89% населения трехъязычны, в Нидерландах – 44, в Дании – 31, в Германии же и во Франции – по 7%, в Испании, Италии и Великобритании – по 6%).

### **11. Проблема сохранения немецкого языка в Германии**

Хотя озабоченность германистов будущим немецкого языка за рубежом очень велика, их все же прежде всего тревожит языковая ситуация у себя дома – в немецкоязычных странах. Самое эмоциональное высказывание по этому вопросу принадлежит, видимо, Р. Леттау, который, получив после Второй мировой войны образование в Германии, стал преподавателем высшей школы в Америке и в 1978 г. приехал на свою бывшую родину: «После того, как этот народ предал все, что было в нем прекрасного, достойного любви и тонкого, он теряет и свой язык. Сейчас вся Германия – не что иное, как один непрерывный курс английского языка» (цит. по: Schmitz H.-G., 2004, S. 81). С тех пор прошло еще 25 лет, пишет Х.-Г. Шмитц, и англоамериканское влияние в Германии еще более усилилось. В такой ситуации Институт немецкого языка констатирует, что «сохранение и нормальное развитие немецкого языка, как и других европейских языков, в долгосрочной перспективе не гарантировано» (*Memorandum*). (Л. Гётце даже говорит в этой связи о «лингвоиде» (*Lingoizid*) Götze L., 2004, S. 33.) Политическая и экономическая интеграция Европы в Европейском Союзе, а также усиливающаяся интернационализация экономической, политической и научной коммуникации в сочетании со стиранием различий в повседневно-бытовой сфере и сфере тривиальной культуры в различных странах мира может привести к тому, что все больше сфер использования немецкого языка (как и других европейских языков) будут передаваться некоему международному варианту английского языка. В настоящее время это актуально для многих областей естественных наук и отдельных областей общественных наук, для некоторых областей экономики, включая индустрию развлечений, и отдельных областей политики. Впоследствии это может привести к сужению использования немецкого языка до сферы частной жизни и фольклора (*Memorandum*).

В связи с такой серьезной угрозой в «Меморандуме» подчеркивается безотлагательная необходимость введения преподавания литературного немецкого языка (литературного стандарта) как обя-

зательного предмета во всех классах школы, а также принятия решения и внедрения соответствующего комплекса мер по использованию немецкого языка в высших школах и университетах Германии. В связи с этим была принята резолюция расширенного президиума Немецкого союза высшей школы (*Deutscher Hochschulverband*) под названием «Немецкий как язык науки» (*Deutsch als Wissenschaftssprache*), в которой преподаватели высшей школы выражают тревогу в связи с утратой позиций в современной науке даже не столько немецкого языка, сколько самой Германии. Позиция Союза заключается в следующем:

1. Именно укрепление позиций Германии в научном мире внесло бы существенный вклад в упрочение позиций немецкого языка как языка науки.
2. Преподаватели высшей школы могут сами выбирать язык для своих публикаций. Эта возможность принципиально гарантируется правом на свободу исследований и обучения.
3. Обучение в немецких университетах осуществляется принципиально на немецком языке. Однако это положение не распространяется на филологические дисциплины, подготовку по которым целесообразно проводить именно на иностранном языке. Университеты также могут сами выбрать английский язык для проведения занятий по курсам, ориентированным на международные программы.
4. На международных конференциях рабочими языками должны быть немецкий и английский.
5. На национальных конференциях, участниками которых являются преимущественно немцы, должен использоваться только немецкий язык.
6. Немецкие ученые должны знакомить немецкую общественность с результатами своих исследований, используя немецкий язык.
7. Свидетельства об окончании учебных заведений должны выдаваться на немецком языке; по желанию учащихся может быть выдан также дубликат на английском языке.

## **12. Деятельность организаций по защите немецкого языка и культуры**

В сложившейся языковой ситуации в Германии активизируется деятельность уже давно существующих организаций и институтов по защите немецкого языка — перечень их (104 позиции!) приводится в книге Г. Бикеса и А. Трабольд «Развитие языковой культуры в Федеративной Республике Германия» (Bickes H., Trabold A., 1994) — и создаются новые. О двух из них — несколько подробнее в завершение.

«Союз немецкого языка» («Verein Deutsche Sprache»), основанный 14 ноября 1997 г., видит свои задачи в том, чтобы разбудить общественное мнение в Германии и заручиться поддержкой политиков в плане подготовки и принятия законов по защите родного языка аналогично законам, принятым в Польше, Франции, Канаде (провинция Квебек). Ведь речь идет о языке, на котором во всем мире говорят 100 млн. носителей и 50 млн. владеющих немецким языком! Главный принцип Союза — нейтральность и уважение чужих языков и культур, защита языкового и культурного многообразия мира.

В настоящее время Союз насчитывает 23 тыс. индивидуальных и коллективных членов в 70 странах мира. 6 мая 2005 г. вебсайт этого Союза сообщил о небывалом событии — целый город (Мюльхаузен) единовременно вступил в Союз! Кассельская региональная группа Союза ведет с 1998 г. на вебсайте так называемый «Календарь успехов», в котором сообщается о положительных результатах работы членов Союза. Существенно, что с каждым годом на сайте появляется все больше таких сообщений: в 1998 г. — 3, в 1999 г. — 4, в 2000 г. — 7, в 2001 г. — 7, в 2002 г. — 10, в 2003 г. — 14, в 2004 г. — 67, за первые четыре месяца 2005 г. — 29. Так, например, в апреле 2005 г. после протестов населения энергокомпания *RWE* (*Rheinisch-Westfälisches Elektrizitätswerk*) заменила обозначение *RWE-Tower* на *RWE-Turm* «башня *RWE*»; известная музыкальная группа «*Zilbermond*» («Серебряная луна») из г. Баутцена теперь использует немецкое слово *Klangprobe* «репетиция» вместо принятого в этой сфере *Soundcheck*; интернетовая поисковая машина *Google* сообщила о том, что служба электронной почты *Gmail* теперь доступна не только на английском языке, но и на немецком; и т.д.

«Союз немецкого языка» регулярно сообщает в прессе о присуждении двух премий года: 1) отрицательной «Языкомешалка года» (*Sprachpanscher des Jahres*) — этой премии «удостоились» экс-президент «Немецких железных дорог» Йоханнес Людевиг, глава почтового ведомства Клаус Цумвинкель и президент Немецкого

футбольного союза Герхард Майер-Форфельдер, чья речь изобилует англоамериканизмами; 2) положительной «Немецкий язык» (*«Deutsche Sprache»*), лауреатами которой стали драматург Рольф Хоххут, а также постоянно действующий проект «Дойчмобиль» (*«Deutschmobil»*), который осуществляется «Федерацией немецко-французских домов» (*«Föderation der Deutsch-Französischer Häuser»*) начиная с 2001 г., объявленного Европейским Союзом Годом языков. Цель этого проекта состоит в том, чтобы изменить часто несправедливо односторонний образ Германии и немцев в глазах французских школьников, для чего преподаватели немецкого языка, работающие на курсах «Дойчмобиль», приезжают в школы Дижона, Монпелье, Нанта, Парижа и других французских городов. На занятиях, которые проводятся в игровой форме, детям рассказывают о немецком языке и культуре. В результате проведения этого проекта количество французских учеников, занимающихся немецким языком как первым иностранным, выросло на 25%, как вторым иностранным – на 50%.

Помимо премии «Немецкий язык» этот проект получил премию им. Аденауэра – де Голля (2004 г.); соответственно, такие же премии получили и французские коллеги, занятые в проекте «Франсмобиль».

«Советник по немецкому языку» (*«Deutscher Sprachrat»*) основан 28 июля 2003 г., учредители – «Общество немецкого языка» (*«Gesellschaft für deutsche Sprache»*), Институт им. Гёте (*Goethe-Institut Inter Nationes*), Институт немецкого языка (*Institut für deutsche Sprache*).

Первой акцией «Советника» было проведение международного конкурса сочинений на тему «Самое прекрасное немецкое слово» (*«Das schönste deutsche Wort»*) (*Schönstes Wort; Schönstes deutsches Wort*). В этом конкурсе понятие прекрасного могло быть соотнесено с любым аспектом слова: его звучанием, структурой, смыслом. В жюри вошли известные ученые, журналисты и музыканты. В конкурсе участвовали 22 838 человек из 102 стран. Выяснилось, что американцам больше всего нравится слово *Gemütlichkeit* «уют», полякам – *Vergissmeinnicht* «незабудка», детям разных стран – *Libelle* «стрекоза».

24 октября 2004 г. в специальной передаче западногерманского телевидения (WDR) была показана торжественная церемония награждения победителей этого конкурса: первая премия была присуждена слову *Habseligkeiten* «пожитки», в смысловой структуре которого зафиксировано противоречие между человеческим стремлением к об-

ладанию (*Hab-* от *haben* «иметь») и «недостижимостью блаженства» (*Seligkeit*). Жюри понравилась дружелюбно-сочувствующая коннотация этого слова. Кроме того, это – типичное для немецкого языка сложное слово, состоящее из двух совершенно различных слов. Вторая премия была присуждена слову *Geborgenheit* «защищенность», третья – слову *lieben* «любить». По результатам конкурса была подготовлена книга (*Das schönste deutsche*, 2004), в которой были опубликованы 95 лучших сочинений на тему «Самое прекрасное немецкое слово».

Таким образом, в современной Германии усиливается гражданское движение за защиту родного языка на фоне процессов глобализации, за сопротивление насилиственной американизации жизни, против чрезмерного воздействия английского языка на немецкий, тем более что это воздействие имеет манипулятивный характер и поддерживается определенными кругами, связанными с крупным бизнесом по обе стороны Атлантики.

### Список литературы

- Бек У. Что такое глобализация? – М., 2001. – 304 с.
- Вахтин Н.Б., Головко Е.В. Социолингвистика и социология языка. – СПб., 2004. – 336 с.
- Киселева Т.Г. Глобализация общества и культура мира. – М., 2002. – 27 с.
- Кишиштофек К. Глобальная культура, мультикультураллизм и глобальное правление // Вестник мирового общественного форума «Диалог цивилизаций». – М., 2005. – № 1. – С. 72–86.
- Култыгин В.П., Клементьев Д.С. Глобализация социальных процессов в Европе. – М., 2002. – 180 с.
- Майоров Г. Глобализация: хорошо это или плохо? // Вестник мирового общественного форума «Диалог цивилизаций». – М., 2005. – С. 131–134.
- Модернизация и глобализация: Образы России в XXI в. – М., 2002. – 208 с.
- Пизанский проект. – Режим доступа: <http://www.global.cityagency.net/index.pho/World/Deutsch/Wissenschaft/Sozialwissenschaften/Erziehungswissenschaften>
- Палкова А.В. Лексический ресурс носителей немецкого языка – пользователей Интернета: Автореф. дис. канд. филол. наук МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 2005. – 22 с.
- Пирогов Г.Г. Глобализация и цивилизационное многообразие. – М., 2002. – 402 с.
- Проект «Общеевропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, обучение, оценка» / Департамент по языковой политике, Страсбург. Русская версия. – М., 2003. – 256 с.

- Трошина Н.Н.* Филл А.: Проблемы экологической лингвистики: Науч.-аналит. обзор // РЖ «Социальные и гуманитарные науки. Серия 6. Языкоznание». – М., 1997. – № 3. – С. 41–57.
- Филичева Н.И.* История немецкого языка. – М., 2003. – 298 с.
- Эриксон Э.* Идентичность и неукорененность в наше время // Философские науки. – М., 1995. – № 5–6. – С. 196–228.
- Ammon U.* Dialektswund, Dialekt-Standard-Kontinuum, Diglossie: Drei Typen des Verhältnisses Dialekt-Standardvarietät im deutschen Sprachgebiet // «Standardfragen»: Soziolinguistische Perspektiven auf Sprachgeschichte, Sprachkontakt und Sprachvariation. – Frankfurt a. M. etc., 2003. – S. 163–171.
- Ammon U.* Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten. – B., N.Y., 1995. – 575 S.
- Ammon U.* English as an academic language in Europe: A survey of its use in teaching. – Frankfurt a. M. etc., 2002. – 204 p.
- Ammon U.* English as a future language of teaching at German universities? A question of difficult consequences, posed by the decline of German as a language of science // The dominance of English as a language of science; effects on other languages and language communities. – B.; N. Y., 2001. – P. 343–361.
- Ammom U.* Heutige Fachsprachen im interkulturellen Austausch I: Die Stellung der deutschen Wissenschaftssprachen außerhalb des deutschen Sprachgebiets // Fachsprachen: Languages for special purposes. – B., N.Y., 1998. – Hbb 1. – S. 809–819.
- Ammon U.* Schwierigkeiten bei der Verbreitung der deutschen Sprache heute // Muttersprache. – Wiesbaden, 1997. – N 1. – S. 17–34.
- Ammon U.* Sprachkontakt in multinationalen Betrieben // Kontaktlinguistik. Contact linguistics. Linguistique de contact. – B., N.Y., 1996. – Hbb 1. – S. 852–857.
- Bär J.A.* Deutsch im Jahr 2000: Eine sprachhistorische Standortbestimmung // Thema Deutsch. – Mannheim etc., 2000. – Bd 1: Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende: Sprachkultur oder Sprachverfall? – S. 9–35.
- Bickes H., Trabold A.* Förderung der sprachlichen Kultur in der Bundesrepublik Deutschland: Positionsbestimmung und Bestandsaufnahme. – Stuttgart, 1994. – 334 S.
- Crystal D.* English as a global language. – Cambridge, 1997. – 204 p.
- Deutsch als Wissenschaftssprache // Mode of access: <http://www.hochschulverband.de/ems/fileadmin/pdf/resolutionen/wissenschaftssprache.pdf>.
- Das schönste deutsche Wort: Eine Auswahl der schönsten Liebeserklärungen an die deutsche Sprache aus den Einsendungen zum internationalen Wettbewerb des «Deutschen Sprachrates» / Inst.f. deutsche Sprache; Hrsg. von Limbach J. – München, 2004. – 155 S.

- Die nationalen Voll- und Halbzentren des Deutschen // Variantenwörterbuch des Deutschen: Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol. – B.; New York, 2004. – S. XXI–LXXV.
- Döring N.* Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. – Göttingen, 2003. – 516 S.
- Dürsmüller U.* Multilingual talk or English only? The Swiss experience // *Sociolinguistica*. – Tübingen, 1991. – N 5. – S. 111–159.
- Eggers H.* Deutsche Sprachgeschichte: Das Neuhochdeutsche. – B., 1985. – Bd IV. – 304 S.
- Fill A.* Ökolinguistik: Eine Einführung. – Tübingen, 1993. – 151 S.
- Fill A.* Von der Ökologie der Sprache zur Ökolinguistik: Schritte in der Evolution einer Wissenschaft // *Linguistics with a human face: Festschrift für Norman Denison zum 70. Geburtstag*. – Graz, 1995. – S. 63–71.
- Gloge A.* Do you speak Internet? // *Die Welt*. – B., 1999. – 22. 12.
- Götze L.* Ökonomische Globalisierung – kulturelle Verwahrlosung // *Germanistische Studien*. – Tbilissi, 2004. – N 4. – S. 28–35.
- Graddol D.* The future of English? – L., 1997. – 308 p.
- Haarmann H.* Multilingualismus: Elemente einer Sprachökologie. – Tübingen, 1980. – 234 S.
- Haugen E.* The ecology of language // *Haugen E. The ecology of language: Essays by Einar Haugen*. – Stanford, 1972. – S. 325–339.
- Heinemann G.W.* Reden und Interviews. – Bonn, 1973. – S. 138–150.
- Horx M.* Trendbüro. Trendwörterlexikon: Von Acid bis Zippies. – Düsseldorf etc., 1996. – 188 S.
- Informationsdienst Wissenschaft vom 13.05.2005. – Mode of access: <http://idw-online.de/pages/de/news112109>.
- Kaplan R.B.* English – the accidental language of science? // The dominance of English as a language of science: effects on other languages and language communities. – B.; N.Y., 2001. – P. 3–26.
- Keppler I.* Telekom – da verstehst du nichts // *Kölner Express*. – Köln, 2002. – 17.05.
- Maison de Heidelberg: Deutschmobil. – Mode of access: <http://www.maison-de-heidelberg.org/article253.html>.
- Loos E.* Language, culture and identity in the EU // 4<sup>th</sup> European sociological association conference «Will Europe work?», August, 18–21, 1999. – Amsterdam, 1999. – P. 21–36.
- Memorandum des Instituts für deutsche Sprache. – Mode of access: <http://www.ids-mannheim.de/aktuell/sprachpolitik/me010403.html>.
- Munske H.H.* Ist eine europäische Sprachgeschichtsschreibung möglich? // Sprachgeschichte des Neuhochdeutschen: Gegenstände, Methoden, Theorien. – Tübingen, 1995. – S. 399–411.
- Polenz P.v.* Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. – B., N.Y., 1999. – Bd 3. – 757 S.
- Polenz P.v.* Fremdwort und Lehnwort sprachgeschichtlich betrachtet // *Muttersprache*. – Wiesbaden, 1977. – S. 65–80.

- Posner R.* Der polyglotte Dialog // Sprachreport. – Mannheim, 1991. – H.3. – S. 6–10.
- Rothkopf D.* In praise of cultural imperialism? // Foreign policy. – N.Y., 1997. N 107. – P. 38–53.
- Rothkopf D.* Ein neuer Gesellschaftsvertrag als konsequenz der Globalisierung? // Globalisierung und Nationale Sozialpolitik: Internationale Fachtagung. – Bonn, 1998. – 162 S.
- Schmitz H.-G.* Anglizismen in der deutschen Gegenwartssprache, in der deutschen Sprachwissenschaft und im Deutschunterricht // Germanistische Studien. – Tbilissi, 2004. – N 4. – S. 66–81.
- Schroeder M.* Die deutsche Sprache angesichts der Globalisierung // Germanistische Studien. – Tbilissi, 2004. – S. 82–84.
- Schönstes deutsches Wort gekürt . – Mode of access: <http://www.tagesschau.de/aktuell/meldungen/0,1185OID3730298,00html>.
- Schönstes Wort: Zwischen Bilanz und Seligkeit. – Mode of access: [http://www.wrd.de/themen/kultur/rundfunk/wdr/west\\_art/schoenstes\\_wort.jhtml](http://www.wrd.de/themen/kultur/rundfunk/wdr/west_art/schoenstes_wort.jhtml).
- Simon H., Otte M.* Transatlantica. Das atlantische Jahrhundert beginnt // Internationale Politik. – Bonn, 2000. – N 3. – S. 11–18.
- Stein D.* Sprache im Internet – Internet in Universität und Wirtschaft. – Mode of access: <http://www.uni-duesseldorf.de/HHU/Jahrbuch/2002/Stein>.
- Stein D.* Sprachliches Management von Nähe und Distanz. – Mode of access: <http://www.hrz.uni-dortmund.de/~hytex/storror/chat/index.html>.
- Tageszeitung. – B., 2001. – 23.03.
- Tiede J.* Englisch in der Werbung boomt trotz Missverständnissen. – Mode of access: <http://www.ftd.de/tm/me/1064911493936.html>.
- Troshina N.* Zur Positionierung des Deutschen und der Germanistik in Russland. – В печати.
- Tsunoda M.* Les langues internationales dans le publications scientifiques et techniques // Sophia Linguistica. – Tokyo, 1983. – N 13. – P. 144–155.
- Variantenwörterbuch des Deutschen: Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol / Ammon U., Bickes H., Ebner J. et al. – B.; New York, 2004. – LXXV, 945 S.
- Verein Deutsche Sprache. – Mode of access: <http://www.vds-ev.de/aktuelles/erfolgskalender/>.
- Weinreich U.* Sprachen im Kontakt: Ergebnisse und Probleme der Zweisprachigkeitsforschung. – München, 1977. – 281 S.
- Zimmer D.E.* Die Bibliothek der Zukunft: Text und Schrift in den Zeiten des Internet. – Hamburg, 2000. – 331 S.