

УДК 811.112.2

ФАКТОРЫ, ОСЛОЖНЯЮЩИЕ КОММУНИКАЦИЮ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

М.А. Чигашева

МГИМО МИД России, Москва

Рассматриваются сложности процесса межкультурной коммуникации на примере немецкой лингвокультуры. Выделяются языковые и неязыковые факторы, которые могут вызвать коммуникативное отчуждение: полинациональность немецкого языка, его функционирование в виде различных диалектов, заимствования из английского языка, социально-экономическое неравенство, сложившееся после воссоединения Германии.

Ключевые слова: *межкультурная коммуникация, полинациональность, лингвокультура, немецкий язык, культурная вариативность.*

Научное направление, связанное с теоретическими и практическими аспектами межкультурной коммуникации (далее – МКК), появилось сравнительно недавно и развивается стремительными темпами. Если ещё в недалеком прошлом обсуждались преимущественно вопросы терминологии, то в настоящее время основное внимание уделяется частным случаям взаимодействия различных культур, а само определение МКК претерпело некоторые изменения. Несмотря на различные дефиниции и подходы к исследованию этого феномена, МКК понимается в общем виде как интерактивный процесс, участниками которого являются представители разных культур на микроуровне, как межличностное взаимодействие, и как общение между различными этногруппами и нациями на макроуровне [2]. Особый интерес представляет рассмотрение МКК в узком смысле, как процесс взаимодействия субкультур на фоне единой общей культуры. В этом случае также возникает межкультурный компонент, и связан он может быть с разницей в возрасте, профессиональной подготовке, манере поведения, выборе языковых средств в процессе общения и т.д. На этом фоне эксплицитно или имплицитно проявляется некая чужеродность участников коммуникации, которая оказывает влияние на успех или провал этого процесса. Как знаки культуры можно понимать и языковые значения, которые имеют расхождения даже в рамках одной культуры [1]. Отличной иллюстрацией этого является ситуация, сложившаяся в Германии.

Ареал распространения немецкой лингвокультуры не ограничивается территорией Европы. Немецкий язык является языком общения также в США, Канаде, Бразилии, Австралии, Аргентине, Намибии, Парагвае, России, Казахстане, где он имеет статус одного из национальных языков или регионального / локального языка. Таким образом, немецкий язык относится к числу неоднородных, полинациональных языков, он функционирует на базе трёх основных национальных вариантов – немецкого языка ФРГ, швейцарского и австрийского вариантов немецкого литературного языка. Колебания в национальных вариантах, возникающие на различных уровнях, могут вызывать частичные нарушения коммуникации между представителями этих субкультур.

Вариант, распространённый на территории Германии, не связан с подобными нарушениями, так как представляет собой вариант литературного

немецкого языка, языка официального общения, т.е. некий стандарт, понятный в любых немецкоязычных регионах. В австрийском и швейцарском вариантах фонетические и лексические особенности могут не соответствовать литературной норме и создавать тем самым барьеры для межнационального общения. Так, австрийские названия месяцев *Jänner* и *Feber* отличаются от немецких *Januar* и *Februar*; в магазинах и на рынке немцы не найдут привычные *Kartoffeln*, *Tomaten*, *Quark*, вместо них в Австрии продают *Erdäpfel*, *Paradaiser*, *Topfen*, а покупки складывают не в *Tüte*, а в *Sakerl*. В венских кофейнях клиента могут одарить довольно презрительным взглядом, если он закажет *Kaffee*. Такого напитка там просто нет, зато всегда можно найти огромное количество его разновидностей – *den kleinen Braunen*, *Melange*, *den Schwarzen*, *den Verlängerten*, *Einspänner* и др. Известен случай, что посетительнице из Германии показали, где находится туалет, когда она попросила *Spiegel*, подразумевая журнал, а не зеркало. Точно также на вопрос *Haben Sie keine Frankfurter?* вместо газеты *Frankfurter Allgemeine Zeitung* официант, возможно, принесет сосиски (*Frankfurter* oder *Wiener Würstchen*). По-разному понимается и маленькое слово *da*. На севере Германии оно имеет значение *dort* 'там', а на юге Германии, в Австрии и Швейцарии понимается как *hier* 'здесь'.

В Швейцарии нужно быть ещё более внимательным. Немецкий язык, функционирующий на территории этой страны, изобилует странными, с точки зрения немцев, словами. Лексические единицы, употребляемые в швейцарском варианте немецкого языка, принято называть *гельвецизмами*. Многие из них по понятным причинам пришли из французского языка, например, *das Labavo* (*Waschbecken*), *die Papeterie* (*Schreibwarenhandlung*) und *der Pneu* (*Autoreifen*). То, что немцы называют *Peperoni*, значит для швейцарцев *Peperoncini*. А слово *Peperoni* имеет совсем другое значение, а именно *Paprika*. И *Zucchini* в Швейцарии совсем не *Zucchini*, а *Zucchetti*. На дорогах также непросто бывает сориентироваться, так как нигде нельзя *parken*, только *parkieren*. Кроме того, на красный свет нужно останавливаться не перед *Ampeln*, а перед *Rotlichtern*. Участниками движения становятся *Velos*, *Töffs*, *Töfflis*, *Camios*, *Cars*, *Tram*, т.е. *Fahrräder*, *Motorräder*, *Mofas*, *Lastwagen*, *Reisebusse*, *Straßenbahn*. Делая заказ в кафе, придётся постараться найти в меню *Hühnerfleisch*, если не знать, что для швейцарцев это *Poulet*. А выбирая на завтрак *Müsli*, можно поставить официанта в тупик, потому что так называют в Швейцарии *Mäuschen*.

Безусловно, все приведённые выше примеры только в крайнем случае могут вызвать нарушение коммуникации между представителями Германии, Австрии и Швейцарии. Но следует учитывать, что и австрийский, и швейцарский варианты широко распространены в странах своего употребления. Несмотря на то, что государственным языком является литературный немецкий, статус этих вариантов намного прочнее, ибо автрицизмы и гельвецизмы широко используются в средствах массовой информации и в разговорной речи.

Следующий фактор языкового характера, который может быть связан с неудачной коммуникацией, имеет исторические причины. Речь идёт о наличии огромного количества диалектов в немецком языковом пространстве. И различия между ними, фонетические, лексические или грамматические, довольно большие. Баварский диалект звучит для фризгов как китайский язык и наоборот. Если мекленбуржец и шваб будут общаться на своих диалектах, то им

сложно будет понять друг друга. В качестве примера можно привести только одно предложение из известной сказки «Золушка» – *Es war mal 'ne kleene, süße Joere, die imma mit 'ne rote Kappe rumlief. Wejen diese Kappe nannte se och jeda Rotkäppchen, wa* (берлинский диалект). *Dor wir mal eins ein Fruu, dei hadd ein luett Diern. Diss' hadd uemmer so'ne rode Kappe up, dorvon heit sei "Rotkäppchen"* (нижненемецкий диалект платтдойч). *Da war aemal ae gleenes niedliches Mädchen. Das grichte von seiner Grossemudder aenne feierrote Samtgabbe mit aenner Bummel dran* (саксонский диалект). Диалекты довольно широко распространены, хотя и употребляются преимущественно в устном общении. Иногда дети знакомятся с литературным немецким языком только в школе. Исключением является нижненемецкий диалект. В последнее время уделяется большое внимание сохранению этого диалекта, его можно считать феноменом культуры. В Гамбурге есть театр, где все пьесы ставят на платтдойч, на этом диалекте издаются местные газеты. Свой вклад в этот процесс вносят и этнические немцы, предки которых пользовались этим диалектом как средством общения и на своей исторической родине, в Германии, и на своей новой родине, в России, после переселения два века тому назад. В Австрии и Швейцарии также можно найти много диалектов. Самым сложным для понимания считается так называемый *Schwizerdütsch* или *Schwyzerdütsch*. Этот термин обозначает группы говоров, между которыми, в действительности, нет лингвистического единства. Многие из них имеют больше родственных связей с диалектами за пределами Швейцарии, нежели внутри группы. *Schwizerdütsch* используется как в устном, так и в письменном общении, например, для неофициальной переписки. В Швейцарии студенты могут слушать лекции в университете на литературном немецком языке, а после занятий обсуждать тему лекции с преподавателем и однокурсниками на местном диалекте.

Значительную сумятицу в немецкую лингвокультуру вносит широкое распространение английского языка («англомания»). Многие заимствования, употребляются оправданно, так как либо в немецком языке отсутствует соответствующая лексическая единица для обозначения актуального понятия, либо англоязычный термин является настолько однозначным и общепринятым, что нет необходимости подбирать ему эквивалент, осложняя восприятие информации. Это касается, прежде всего, сфер профессионального общения, например, информационных технологий, бизнеса, политики. В этом случае термины *die Primary, das Rating, die Lobby, die First-Lady, der Global Player, die Pipeline, der Deal, die E-Mail, das Business, die Hedgefonds, der Job* и др. понятны носителям немецкого языка. Это говорит о подвижности той части лексики, которая обозначает понятия и реалии, характерные для различных общественных систем. По мере изменений в социальной жизни, особенно в условиях глобализации, эти понятия могут заимствоваться другими общественными системами, а вместе с ними, заимствуется и обозначение. Лексическая система языка, несмотря на всю свою мобильность, не успевает реагировать на все эти изменения, так и входят в обиход иностранные термины. Процесс заимствования, несомненно, способствует обогащению словарного состава любого языка, многие англицизмы пришли в немецкий язык неслучайно и характеризуются определённым семантическим наполнением. Однако этот процесс имеет и обратную сторону. Чрезмерное употребление иностранных слов, безусловно, ведёт к

засорению языка и, как следствие, к нарушению процесса коммуникации. Некоторое время назад 86-летняя жительница Баварии предъявила иск компании Deutsche Telekom. В платежном документе была указана сумма на оплату City Calls (междугородних звонков), что оказалось для этой почтенной дамы просто китайской грамотой. Ее главным, и совершенно справедливым аргументом, было утверждение, что она не обязана знать английский язык, проживая в Германии. Другой пример провала коммуникации – ситуация с рекламой сети Douglas – *Come in and find out*. Многие немцы считали, что компания предлагает клиентам поиграть в некий лабиринт, попытаться найти выход из магазина: они поняли английский глагол *find out* не так, как это предполагали создатели рекламного слогана, его пришлось заменить на немецкий, понятный для покупателей, вариант – *Douglas macht das Leben schöner*. Сеть магазинов косметики и парфюмерии последовала в этом случае примеру других крупных компаний (Lufthansa, RWE, SAT 1, McDonald's).

Горестные сетования на засорение немецкой речи заимствованиями из английского языка продолжают уже не одно десятилетие. Действительно, если в XVIII веке в словарях было зафиксировано 11 английских заимствований, к началу XX века – 392, то сегодня просто не представляется возможным уследить за ростом их использования [3]. Натиск американского английского настолько велик, что происходит также вытеснение ранее освоенных орфографических и произносительных форм слов, заимствованных в своё время из латинского или французского языков, и их замещение англо-американскими соответствиями: *Appartement (Apartment)*, *Mannequin (Modell)*, *Revue (Show)*, *Tendenz (Trend)*. Даже говорят о том, что в этом отношении английский язык превосходит по своему влиянию латынь или французский язык. Сами немцы относятся к этому процессу довольно неоднозначно. В последнее время всё чаще доминирует негативный оттенок. Так, современный немецкий писатель Леонард Тома в одном из своих рассказов очень наглядно и с юмором объясняет любовь немцев к заимствованиям: «Für die Deutschen waren andere Sprachen immer viel interessanter, attraktiver....» (Для немцев другие языки всегда были намного интереснее и привлекательнее...) [8: 95]. Да и название рассказа говорит о многом: *Der relaxte Outdoor-Single*, где на немецкий язык указывает только артикль.

С Л. Тома солидарен и В. Шнайдер, профессиональный журналист, занимавший ранее пост заместителя главного редактора журнала Stern и главного редактора газеты Welt, ведущий ток-шоу на радио NDR, лауреат премии за культуру языка. Он отмечает, что его соотечественники не любят свой родной язык, хотят быть не немцами, а вторыми американцами, считают, что всё американское – лучше немецкого, в том числе и язык. Он оспаривает утверждение, что популярность заимствований из английского языка объясняется их краткостью по сравнению с немецкими словами, что наглядно продемонстрировано в примерах: *Geld (money)*, *nichts (nothing)*, *alles (everything)*, *Dom (cathedral)*, *Glück (happiness)*, *Bahnhof (railway station)*, *Trödler (second-hand dealer)*, *Notausgang (emergency exit)*, *vorgestern (the day before yesterday)* [7].

По мнению В. Шнайдера, этот процесс может иметь и более глубокие последствия, нежели засорение языка. Смешение по принципу «французского с нижегородским» не даёт чёткого представления о структуре языка и не позволяет развиваться чувству языка.

Самые парадоксальные случаи недоразумений в рамках одной лингвокультуры, которые носят совсем не языковой характер, можно проиллюстрировать на примере объединенной Германии, переживающей, по утверждению самих немцев, парадокс «разъединения после объединения» (*Trennung durch Vereinigung*) [4]. Спустя 25 лет после исторического воссоединения социологи рисуют положительную картину: большинство немцев и в западной, и в восточной части воспринимают себя как единую нацию, однако, очевидно и то, что существовавшая когда-то Берлинская стена превратилась из географической в ментальную границу. Эта ситуация наглядно демонстрирует одно из важнейших положений теории МКК, а именно модель межкультурной адаптации или аккультурации. Обе культурные системы пережили так называемый «культурный шок». Немецкие исследователи отмечают сегодня важную особенность общения между западными и восточными немцами: представители одной культуры (восточной) чувствуют себя неуверенно в контактах со своими соотечественниками (западными немцами), так как оказались в роли просителя. А западные немцы заняли, в свою очередь, позу щедрого и великодушного благодетеля, испытывая при этом определённое превосходство [6]. Существующее до сих пор социально-политическое неравенство также вызывает коммуникативное отчуждение. Уровень безработицы в восточных землях в два раза выше, чем в западных, а уровень оплаты труда ниже и составляет только две трети от среднего уровня зарплат на западе. Демографическая ситуация в новых землях близка к критической – сразу после объединения наблюдался массовый отток трудоспособного населения в западную часть страны, вследствие чего резко увеличился средний возраст и упал уровень рождаемости. До сих пор не стали нормой браки между жителями западной и восточной частей страны (только 1,6% от всех заключенных браков). Из 500 самых богатых немцев только 20 живут по восточную сторону бывшей границы, 14 из них – в западной части Берлина. В списке 20 самых процветающих городов Германии только один (Йена) находится на её востоке. Ситуация с элитой также даёт восточным немцам больше поводов для пессимизма, чем для оптимизма, несмотря на то, что два самых важных государственных поста в Германии занимают выходцы с востока – Ангела Меркель (канцлер) и Йоахим Гаук (президент). В нынешнем составе правительства нет ни одного представителя востока, кроме Меркель, тогда как при Г. Коле, сразу после объединения, их было трое. Среди 180 членов правлений крупнейших немецких концернов нашлось лишь два восточных немца. Среди 37 генералов и адмиралов в руководстве бундесвера восточных немцев нет, зато половина военнослужащих, проходящих службу в Афганистане и в Косово, – именно с востока. Похожая ситуация: меньше 3% руководителей научных институтов родом из восточной Германии.

Процесс межкультурной адаптации имеет не только отрицательные черты, но успехи не так заметны, как проблемы недопонимания, особенно в повседневном общении. Возможно, что на современном этапе или в ближайшем будущем немцы смогут перейти от фазы культурного шока к периоду восстановления и поиска новых поведенческих стратегий. А пока существующие различия находят свое отражение в немецком языке, обогащая дискурсивное пространство новыми словами и словосочетаниями – *Mauer in den Köpfen*, *Ossi*, *Jammer-Ossi*, *Wessi*, *Besser-Wessi*, *alte Bundesländer*, *neue Bundesländer*,

Ostalgie. Все эти обозначения представляют собой результат негативной стереотипизации, выразившейся в образовании этнических предрассудков, т.е. тех особенностей, которые отличаются от общепринятого в данном языковом сообществе понимания о норме (признаки «чужого» воспринимаются как отклонение от нормы, что приводит к распространению предрассудков). А сам процесс объединения, который некоторые предпочитают обозначать термином *Beitritt*, можно рассматривать с точки зрения оппозиции *Dominanzkultur – Nischenkultur*.

Представленный анализ наглядно опровергает утверждение немецкого лингвиста Ф. Хинненкампа, по мнению которого общая культурная принадлежность облегчает процесс коммуникации [5]. Культурная вариативность, имеющая в своей основе языковые или неязыковые факторы, может вызвать межкультурное недоразумение даже в рамках одной лингвокультуры.

Список литературы

1. Евтеев С.В. Феномены культуры в аспекте межкультурной коммуникации // Вестник Брянского государственного университета. 2015. № 2. С. 292–295.
2. Куликова Л.В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты: монография. Красноярск: РИО КГПУ, 2004. 196 с.
3. Розен Е.В. На пороге XX века: Новые слова и словосочетания в немецком языке. М.: Менеджер, 2000. 190 с.
4. Greiffenhagen, M.,S.: Zwei politische Kulturen? Wissenschaftliche und politische Unsicherheiten im Umgang mit der deutschen Vereinigung. In: Wehling, H.-G. (Hrsg.): Deutschland Ost – Deutschland West. Opladen 2002. S.11–34.
5. Hinnenkamp, Volker: Interkulturelle Kommunikation. Heidelberg: Groos, 1994. 156 S.
6. Moeller, M. L., Maaz H.-J. Die Einheit beginnt zu zweit – Ein deutsch-deutsches Zwiegespräch, Rowohlt Berlin. 1991. 174 S.
7. Schneider W. Deutsch! Das Handbuch für attraktive Texte. Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2008. 316 S.
8. Thoma L. Das Idealpaar. Lesetexte für die Grundstufe DaF. Editorial Idiomias, Hueber Verlag, 2007. 94 S.

FACTORS THAT COMPLICATE COMMUNICATION IN THE GERMAN-SPEAKING WORLD

Marina A. Chigasheva
MGIMO University, Moscow

This article analyses the problems of the cross-cultural communication on the example of German culture. The author emphasizes linguistic and non-linguistic factors that may cause communicative alienation. This includes heterogeneity of the German language and its functioning in the form of various dialects, borrowing from the English language, and socio-economic inequality after the German reunification.

Keywords: cross-cultural communication, heterogeneity, linguistic culture, German language, cultural variability.

Об авторе:

ЧИГАШЕВА Марина Анатольевна – кандидат филологических наук, заведующий кафедрой немецкого языка МГИМО МИД России
e-mail: mchigasheva@mail.ru.

