# Употребление языка **немецкого языка.**

Объясняет, почему truu последовательно использует форму обращения «ты» и почему в компании применяется грамматический род вместо гендерных написаний. Статья объясняет различие между родом и полом и позицию truu по отношению к равному обращению.

## Форма обращения «ты» в truu

Как современное предприятие со специальной концепцией распределения, в которой клиенты полностью вовлечены и своими рекомендациями вносят важный вклад, мы рассматриваем себя во всех областях компании как сильное сообщество. Как это принято в клубах, союзах или других группах людей, которые очень близки друг другу, мы подчёркиваем своей формой обращения «ты» наш командный дух и поэтому не делаем никакого различия между клиентами, партнёрами, офисом, производством или сервисом. Для нас все люди равны, и поэтому человек находится в центре внимания. Каждый имеет значение и вносит свой вклад в поддержку нашего видения. Видение truu - это лучшая жизнь с совершенной водой в её первозданной форме, доступной для каждого на этой планете, экологичной, устойчивой, truu.

## truu использует грамматический род и тем самым предотвращает вводящее в заблуждение гендерное письмо

В немецком языке существует естественный пол (биологический пол) и грамматический род. Обоих часто путают феминистские лингвистки, не говоря уже о том, чтобы их путали вместе. Между тем даже люди, далёкие от лингвистики, если их взгляд не затуманен идеологией, легко видят различие. Во-первых, существует три грамматических рода (мужской, женский, средний), но только два биологических пола (мужской и женский). Во-вторых, грамматический род также используется для предметов без какой-либо видимой связи с естественным полом: der Herd (плита), die Straße (улица) или das Buch (книга). И то, что der Busen (грудь) мужского рода, die Eichel (желудь) женского рода и das Glied (член) среднего рода, совершенно очевидно, не основано ни на каких биологических основаниях. Аналогично обстоит дело, например, с der Leser (читатель) или der Kunde (клиент). В то время как род используется надполово (der Gast (гость), der Mensch (человек), die Person (личность), die Waise (сирота), das Kind (ребёнок), das Individuum (индивидуум)), пол представляет собой дополнительное

разделение на мужской и женский.

Здесь мы имеем дело с тем, что в лингвистике называют «омонимией». Омонимы - это одинаково звучащие слова, которые означают разные вещи. Например, «крыло» может быть частью тела птицы, частью футбольной команды или рояль. Иногда эти омонимы бывает сложно различить, и это приводит к недоразумениям, как в феминистской лингвистике. «Клиентов» может означать также двоякое: «людей, которые покупают» или «мужчин, которые покупают». Когда критики языка* утверждают, что словом «клиентов» имеются в виду только мужчины, они создают впечатление, что женщины подвергаются языковому подавлению. Они не руководствуются тем, что имеют в виду люди, когда что-то говорят, а тем, что они им приписывают: «Вы же говорите только о мужчинах! Нас, женщин, вы опять забыли!»

Но это одновременно раздражает и неправильно.

Также артикль в единственном числе с грамматическим родом создаёт различие между радостной вестью (женский род) и клиентом (мужской род), а также между руководителем (мужской род) и руководством (женский род)...

Именно по только что объяснённым причинам 99 учительниц и один учитель вместе - это сто учителей: используется именно грамматическое общее понятие, как только возникает хоть сколько-нибудь смешанная группа. Без такого общего понятия, которое применимо к обоим полам, некоторые высказывания вообще невозможно было бы сформулировать (например, «Каждая третья предпринимательница в Германии - женщина» или «Мы даже не знаем пола подозреваемого»). «День» с его 24 часами состоит из дня и ночи, точно так же как «клиент» может быть мужчиной или женщиной - независимо от его грамматического рода. Аналогично обстоит дело с «кошкой»: женская форма выступает как общее понятие как для самки, так и для самца, которого мы, если хотим более точно его определить, называем «котом» (так же как «клиента», если он женского пола, называем «клиенткой»). Утверждать, что словом «клиент» имеются в виду только мужчины только потому, что перед ним стоит артикль «der», грамматически столь же необдуманно, как и утверждение, что словом «клиентов» имеются в виду только женщины только потому, что перед ним стоит артикль «die». На самом деле, конечно, ни один из этих артиклей не выражает пол: «die» относится к форме множественного числа, «der» - к роду. Только посредством последовательного двойного обозначения в феминистском языке «клиентов и клиенток» сексизм вводится в язык, где его раньше не было благодаря надполовому общему понятию.

Кроме того, мужской сотрудник может чаще замещать коллегу на должности.

Мы в truu понимаем различие между родом и полом и применяем общие понятия в соответствии с грамматическим родом. Мы относимся к мужчинам и женщинам одинаково с уважением и как к равноценным партнёрам нашей команды. Различия в заработной плате и возможности карьерного роста ориентируются на область ответственности, а также на производительность и способности сотрудников, а не на пол. Если каждый относится к другому так, как хотел бы, чтобы относились к нему самому, то мы и дальше сохраним идеальное взаимодействие. Потому что только так мы поддерживаем эмансипацию - но не посредством громоздкого гендерного стиля речи и письма.

It's good.
**to be truu.**