

ПЕРЕИМЕНОВАНИЕ В ЛЕКСИКЕ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

© 2005 Ю.М. Шемчук

Хакасский институт бизнеса

Современный этап развития языка характеризуется повышением скорости изменений в лексике. Новые слова являются своеобразным откликом на изменения в естественных науках, технике, обществе. Обычно лексические инновации связаны с новыми референтами: новое слово появляется с новой вещью. Существуют, однако, и другие неологизмы – переименования. Они называют уже известные явления и предметы. Иначе говоря, переименованиями являются неологизмы по форме, а не по содержанию. Например, *Bierlokal* называют сейчас *Bar*, *Dienststelle* – *Office*, *Neuigkeiten* – *News*. Слово *Box* часто употребляется вместо *kastenförmiger Behälter*, лексема *Start* вместо *Ausgangspunkt*.

Лингвистический термин “переименование” появился сравнительно недавно. Многие, поднимая вопрос обновления лексики, не выделяют этой разновидности неологизмов. Однако она упоминается у таких авторов, как В.Д. Девкин, В.Г. Костомаров, В.Г. Гак, В.Н. Телия, Е.В. Какорина, С.О. Парфенова, Е.В. Розен и др. [1, 2, 3, 4, 6, 7]

Рассматриваемая проблема не прошла незамеченной и зарубежными учеными-языковедами. В немецкой лексикологии Д. Герберг среди неологизмов нашего времени различает *Neulexeme*, *Neubildungen*, *Neubedeutungen* (*Neusememe*) и *Neuformative* (*Neubezeichnungen*) [8]. Последний тип (*Neuformative* (*Neubezeichnungen*)) – новые названия существующих референтов, а значит, сродни переименованиям. И. Кюн также затрагивает проблему переименования, ограничиваясь исследованием переименований улиц [9].

Традиционно ученые анализируют номинативные единицы с двух разных позиций, получивших в лингвистике названия ономазиологического и семасиологического подходов. Переименование является частным случаем номинации, языковой дисциплины о процессах называния реалий действительности, которая, в свою очередь, в сущности, тождественна ономазиологии, представляющей собой “науку об именах, о природе названий, о средствах обозначения и их типах” [5]. Начало ономазиологических исследований было заложено представи-

телями немецкой школы “*Wörter und Sachen*” (“Слова и вещи”): Р. Мерингер, В. Мейер-Любке, Г. Шу-харт, рассматривавших слово в качестве средства языкового обозначения вещей, артефактов, предметов материальной и духовной культуры. Переименованием следует считать результат новой номинации, несколько сместив угол исследования: слово является не только языковым обозначением предметов и явлений, оно выступает как замена уже существующей в языке лексемы.

С позиции языковой культуры переименования выступают как результат избыточной неологии (*Luxus-Neologie*), право на существование которой, в отличие от необходимой (*Not-Neologie*), отрицают блюстители чистоты языка – пуристы. Переименования не называют новые предметы и явления, а просто меняют обозначения старых, и с этой точки зрения они нецелесообразны, их появление пуристам представляется неразумным. Однако такие имена часто с восторгом принимаются носителями языка.

Переименование рассматривается нами как явление, принадлежащее языку-системе. Термин “переименование” обозначает в первую очередь процесс смены в языке прежних имен на новые. Также им следует называть результат процесса смены имен – значимую языковую единицу. Главным условием признания нового имени переименованием является соблюдение лексемой требования сохранения тождества значения.

Точки соприкосновения с переименованиями, основывающиеся на тождестве значений входящих в них лексем, имеют варианты, синонимы, параллели, перифразы и модные слова. Сравнительный анализ показал отличия этих пограничных явлений от переименований:

- При одинаковости в сохранении семантического тождества категория вариантности является шире категории переименования. В то время как переименования представляют собой изменения в лексическом составе, в языке существуют фонетические, орфографические, словообразовательные и грамматические варианты.

- Синонимами называются слова близкие по значению, имеющие зачастую разную рефе-

рентную соотнесенность. Синонимия базируется на семасиологическом подходе к лексике, рассматривает лексемы с позиции языковой синхронии. Переименованиями занимается оно-масиология, диахроническая лингвистика.

- Параллелизм языковых единиц проявляется в одновременном существовании двух подобных лексем. Параллелизм следует рассматривать как начальную стадию формирования переименования. Возникая в языке, переименование выступает сначала в роли параллели к существующему слову.

- Перифраз описательно обозначает референт, служит для усиления выразительности текста. Случаи закрепления иносказательной номинации и вытеснения ею первичного имени практически не существуют: *Ленинград* – *Северная Пальмира*, *Эйнштейн* – *автор теории относительности*, *Dresden* – *Elbflorenz*. Это иносказательности, различающиеся характерологически.

- Понятие “модные слова” включает в себя понятие “переименования”, границы которого несколько уже.

В качестве наиболее типичных единиц переименования можно отметить имена собственные: топонимы и антропонимы. Такие явления, как *Петербург* < *Ленинград*, *улица Тверская* вместо *улицы Горького*, *Книпер-Чехова* < *Книпер*, *Сергиев-Посад* < *Загорск* и т.п. относятся к бесспорным случаям замен. Другой пример, жители немецкой деревни *Wolfpaizig* “местность, где кусает волк” переименовали ее в *Wolparzing* “приятная, поросшая кустарником возвышенность”, так как свое прежнее название они воспринимали как обидное, оскорбляющее их слово. Примечательно, что для замены люди выбрали созвучную лексему, омоним.

Периферия переименований представлена сменой имен референтов с привнесением незначительной дополнительной коннотации: *OK*, *Prestige*, *Job*, *Deadline* и т. п. Это условные переименованиями, поскольку они дополнительно выражают модность, престижность, некоторые смысловые оттенки. Как, например, *Job* – дополнительная работа, *OK* – модное выражение согласия.

Переименования необходимо рассматривать в рамках определенных условий их употребления. Процесс переименования неразрывно связан с ситуацией, в которой он протекает, в зависимости от которой в языке происходит отбор лексем, отвечающих принципу коммуникативной целесообразности. При рассмотрении границ переименований необходимо учесть возможность следующих типов отношений:

- классический случай полного забвения “старого слова”;
- преимущественная замена переименованиями прежних лексем в определенных ситуациях;
- параллельное употребление с долей предпочтения переименований.

Последний тип отношений превалирует. В лексическом составе содержится довольно большой пласт слов-кандидатов в “классические” переименования, представляющий интерес для исследования.

Социолингвистический анализ новых слов-конкурентов традиционных номинаций позволяет провести условное деление переименований на общелингвистические (лексемы, используемые всеми носителями языка) и социолектные (единицы, употребительные в отдельной социальной группе людей). Примерами социолектных переименований являются многочисленные замены слов в жаргоне, молодежном языке, терминологии, диалектах, а также идеологические переименования. При рассмотрении жаргонных и молодежных переименований необходимо заметить, что сленговые слова и выражения иногда вытесняют общезыковой вариант, а также часто с ним сосуществуют. Большинство разговорных переименований представлены в сниженном регистрах.

С аксиологической позиции новые слова могут как содержать оценку, так и не содержать ее. Примерами переименований, не содержащих оценку являются:

- 1) существительные: *Auditorium* (замена слова *Zuhörerschaft*), *Debüt* (замена выражения *erstes Auftreten*), *Distanz* (замена слова *Entfernung*);

- 2) глаголы: *chiffrieren/codieren* (замены слова *verschlüsseln*), *dehumanisieren* (замена слова *entmenslichen*);

- 3) прилагательные/наречия: *autonom* (замена слова *unabhängig*), *autoritär* (замена слова *selbstherrlich*), *contra* (замена слова *entgegengesetzt*).

Переименования могут быть связаны с завышением и с занижением общественной оценки денотата. Интересным примером завышения оценочности может послужить смена нейтрального имени *Anführer* на *Big Boss*, *Big Mäc*, *Chef*, *First Boy*, *King*, *Leader*, *Mufti*. Оттенок исключительности понятию “вожак, руководитель” здесь придают заимствованные слова. Другой пример, понятие “человек, не справившийся с чем-либо” имеет негативную общественную оценку. По мнению большинства носителей языка, *Versager* уже не показывает в достаточной мере этот не-

гативизм, требует еще большего занижения оценочности, и поэтому оно переименовывается в *Agent 008, Doppelnull, Vollnull, Nulli(nger), Schlappi, Schlappsack, Pennfuzzi (norddt.), Penner*. “Резкую оценку чего-либо несущественного, не заслуживающего внимания, не имеющего значение, ненужного” сегодня озвучивают жаргонизмы *Schwachfug, Dünnschiff, Palawatsch (österr.), Sifferei (norddt.), Psycho-Schrott*.

Выделяются группы понятий, преимущественно подвергающиеся переименованию. Переименованные понятия бытовой сферы можно объединить в нижеследующие блоки:

Антропонимы

(название людей и их характеристика)

Вместо *Vater* часто говорят теперь в кругу молодежи *Dad(dy)*, а вместо *Anführer* употребляют лексемы *King, Leader, Big Mac, Boss, Chef, Big Boss*.

Предметы, окружающие человека

Слово *Geld*, например, обычно в разговорной речи заменяется на *Money*.

Развлечения

Вместо лексемы *tanzen* сегодня встречается заимствованное слово *dancen*.

Эмоциональные, психические состояния

В современном немецком разговорном языке среди средств выражения различных состояний наибольшим разнообразием отличаются переименования, служащие для выражения удивления и изумления: *Ich geh' kaputt. Ich denk', mich knutscht ein Elch (mich streift ein Bus, mein Schwein pfeift, mein Hamster bohnt, meine Hose brennt)!*

Формы вежливости

Вместо привычного извинения *Entschuldigung* часто можно услышать *Sorry*.

Оценивающие понятия

Имена понятия “высшая степень качества” устаревают особенно быстро. Видимо, при длительном использовании слова происходит нивелирование оценки. И если совсем недавно говорили *классный*, чуть ранее – *мировой*, то сегодня, высказывая оценку, произнесут *крутой* или *клёвый*. В немецком языке наблюдается аналогичная ситуация. Когда хотят придать чему-либо оттенок значительности, выберут не *hervorragend*, а что-нибудь из следующего: *Klasse, Spitze, irre, echt, supergut, toll, oberaffengeil*. Данный пример иллюстрирует человеческое желание постоянной смены имен, поиск имеющих наиболее яркое звучание.

Семасиологический и формальный анализ переименований устанавливает, что переименование происходит путем заимствования из иностранных языков, путем переосмысления существующих слов и в результате словообразования.

Переосмысление, как известно, происходит в виде метонимии и метафоры. Метафорический перенос является основным типом переосмысления словарных единиц, которые в дальнейшем могут стать переименованиями. Новые названия, возникающие в результате метафоризации понятий, в большинстве рассмотренных случаев социолектные лексемы. В сфере имени существительного наиболее продуктивны три метафорические модели:

1) метафорический перенос, основанный на сходстве функций (например, социолектные переименования *Konduktor* (ср. с общезыковой лексемой *Anführer*) и *Lulle* (ср. с общезыковой лексемой *Zigarette*));

2) метафорический перенос, основанный на сходстве внутреннего устройства (например, социолектное переименование *Parteibüro* (ср. с общезыковым словом *Lehrerzimmer*));

3) метафорический перенос, основанный на сходстве внешнего вида, размеров, величин предметов и явлений (например, жаргонные переименования *Tomate, Kürbis, Melone, Rübe* (ср. с общезыковой лексемой *Kopf*)).

В сфере имени прилагательного самый распространенный метафорический перенос основан на сходстве значимости признаков предмета и явлений (например, социолектное переименование *hohl* (ср. с общезыковой лексемой *altmodisch*), а также слова *stark* и *scharf* (ср. с общезыковой лексемой *anziehend*)).

Для глагола наиболее типичным является метафорический перенос, основанный на сходстве функций (например, социолектные переименования *bunkern* и *löffeln* (ср. с общезыковыми лексемами *verstecken* и *verstehen*)). Имя прилагательное и глагол имеют менее развитую систему значений по сравнению с существительным.

В структурном соотношении переименования представлены симплициями глагола, имени существительного и прилагательного, производными и сложными словами, устойчивыми словосочетаниями. Однако большая часть новых лексем приходится на имена существительные, что объясняется переименованием в первую очередь предметов, явлений, лиц, опредмеченных действий и признаков, абстрактных категорий.

Современный интерес ко всему американскому: образу жизни, музыке, кино – затрагивает и слова. Основное количество заимствованных переименований составляют англоамериканизмы, превосходящие исконные по частотности своего употребления. Примерами таких переименований могут послужить *Baby (Kleinkind)*, *Babysitter (Kleinkindbehüter(in) (gegen Geld))*, *Hit (Erfolgsschläger)*, *Hobby (Lieblingsbeschäftigung)*, *in (modern)*, *sexy (erotisch attraktiv)*. Престижно звучит также итальянское слово *Paparazzi* вместо немецкого *Skandalreporter* или английская лексема *Stewardess* вместо немецкой *Flugbegleiterin*. Ср., также *Chef* ← *Leiter*, *Designer* ← *Entwerfer*.

Итак, переименования занимают важное место в неологии современного немецкого языка, объединяются в особую лексическую подсистему, дифференциальными признаками которой являются референтная соотнесенность с уже известным предметом или явлением и вытеснение прежнего имени. Переименования помогают понятию вступить в новую фазу своего осмысления, получая наиболее адекватную для современности словесную оболочку.

Рецензент – И.А. Меркулова

ЛИТЕРАТУРА

1. Гак В.Г. Повторная номинация и ее стилистическое использование/В.Г. Гак //Вопросы французской филологии. – М., 1972. – С. 123 – 136.
2. Девкин В.Д. Переименование/В.Д. Девкин//Речевые аспекты изучения современного немецкого языка: межвузовск. сб. науч. тр. – М.: МГПИ им. В.И. Ленина, 1984. – С. 3 – 30.
3. Какорина Е.В. Именование и переименование/Е.В. Какорина//Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995). – М., 1996. – С. 417.
4. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа/В.Г. Костомаров. – М.: Педагогика-Пресс, 1994. – 248 с.
5. Кубрякова Е.С. Теория номинации и словообразования/Е.С. Кубрякова//Языковая номинация. Виды переименования. – М.: Наука, 1977. – С. 222.
6. Парфенова С.О. Семантика и прагматика речевых переименований: Автореф. дис. канд. филол. наук. – СПб., 1995. – 20 с.
7. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц/В.Н. Телия. – М., 1968. – 141 с.
8. Herberg D. Neologismen – lexikologisch und lexikographisch betrachtet/D. Herberg//Sprachpflege. – 1988. – H. 8. – S. 109 – 112.
9. Kühn I. Straßennamen nach der Wende//Wörter und Unwörter: Sinniges und Unsinniges der deutschen Sprache/hrsg. von Gesellschaft für Deutsche Sprache/I. Kühn. – Niedernhausen/Ts.: FALKEN, 1993. – S. 152-161.