
О. А. Никитина

**О КОНКУРЕНЦИИ АНГЛИЦИЗМОВ
И НОВООБРАЗОВАННЫХ СЛОВ
В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Анализируется тенденция к вытеснению англицизмов новообразованными словами в современном немецком языке. Выявляются возможные причины предпочтения англицизмов в одних случаях и замены их собственно немецкими новообразованиями в других.

Ключевые слова: англицизм, новообразованное слово, концептуальная метафора.

O. Nikitina

**ON THE COMPETITION OF ANGLICISMS
AND NEWLY FORMED WORDS
IN MODERN GERMAN**

The article examines the tendency to displace the Anglicisms by the newly formed words in modern German. Some possible reasons for preferring Anglicisms in certain cases and replacing them with German words in other cases are suggested.

Keywords: anglicism, newly formed word, conceptual metaphor.

В немецком языке новейшего периода существует тенденция к постепенному вытеснению новозаимствованных англицизмов немецкими новообразованными словами. При этом немецкие слова, вступающие в конкуренцию с уже заимствованными англоязычными лексемами, могут появляться спонтанно как в качестве «защитной» реакции языка, направленной на восстановление естественного баланса между заимствованными и собственно немецкими лексемами, так и намеренно, в результате целенаправленной словотворческой деятельности пуристически настроенных филологов и общественных деятелей.

Любопытно при этом, что во многих случаях новообразованные слова, появившиеся в естественных условиях, т. е. обусловленные внутренними потребностями коммуникации, существенно отличаются от искусственно образованных слов составом лексических основ и мотивацией. Сопоставим, например, некоторые англицизмы со спонтанно появившимися и специально созданными немецкими словами,

семантически тождественными англоязычным заимствованиям (примеры из работ [6; 13; 14]):

– англицизм *Anchorman*, постоянный ведущий программы на радио или телевидении, — спонтанно появившееся немецкое слово *Ankermann* — искусственно созданное немецкое слово *Hauptnachrichtensprecher*, *Schlüsselfigur*;

– англицизм *Couchpotato*, человек, проводящий большую часть времени на диване перед телевизором и поедающий при этом сладости, выпечку и т. п., — спонтанно появившееся немецкое слово *Couchkartoffel* — искусственно созданное немецкое слово *Fernsehhocker*;

– англицизм *Flagshipstore*, репрезентативный магазин торговой сети с высоким уровнем обслуживания и богатым ассортиментом, — спонтанно появившееся немецкое слово *Flaggschiffgeschäft*, *Flaggschiffladen* — искусственно созданное немецкое слово *Vorzeigeladen*.

Приведенные примеры показывают, что спонтанно возникающие в немецком языке

слова образованы преимущественно путем покомпонентного перевода англицизма и сохраняют внутреннюю форму и семантическую связь компонентов по образцу заимствованного слова. Искусственно созданные немецкие новообразования, напротив, отталкиваются от понятийного значения соответствующего англицизма, их мотивация отличается большей частью от мотивации заимствованного слова. На этом аспекте необходимо, на наш взгляд, остановиться подробнее.

Как мы полагаем, формальные и семантические качества заимствованных лексических единиц обуславливают зачастую их дальнейшее освоение в языке-реципиенте. В семантическом отношении многие англицизмы отличаются метафорическим переосмыслением компонентов. Как будет показано далее, метафоричность англоязычного слова во многих случаях является решающим моментом при последующей передаче средствами немецкого языка. Так же и в формальном отношении англоязычные образцы отличаются определенными особенностями, которые отчасти отражаются на их освоении в процессе языкового контакта. Большая часть англоязычных заимствований представляет собой сложные, сложнопроизводные или производные слова, созданные по традиционным для английского языка словообразовательным моделям. Для композитов характерно преобладание определительных сложных существительных, представляющих собой один из самых продуктивных типов в сфере именного словообразования (например, *Flatrate*, *Notebook*, *Pocketbike*).

Как известно, при образовании нового слова должны быть выделены определенные признаки объекта, которые в дальнейшем могли бы послужить мотивом для номинации. Так как концепт объединяет в себе множество различных признаков, то существуют принципиально различные возможности его оязыковления. Как отмечает М. В. Никитин, «концепты лежат на

полпути между сознанием и языком. Сознание стоит ближе к языку, чем к миру, данному в деятельности людей, и соответственно концептуальные структуры формируются и типологизируются в прямой зависимости от способа их языковой репрезентации» [1, с. 180–181]. Признак, выделенный как мотив для номинации, становится центральным для членов данного языкового коллектива, в то время как другие признаки отступают на второй план. Так как выделение определенного аспекта базируется не на имманентных свойствах объекта номинации, а на языковой конвенции, принятой в соответствующем лингвокультурном сообществе, то при образовании новых слов, вербализующих один и тот же концепт, возможны межъязыковые отклонения в мотивации. Однако интенсивный языковой контакт зачастую приводит к тому, что мотивы номинации в контактирующих языках в значительной степени ориентируются друг на друга, так что англоязычное слово и спонтанно новообразованное немецкое слово совпадают в своей мотивации. Можно сказать, что сквозь немецкое новообразование во многих случаях «просвечивает» англоязычный прототип.

Наоборот, в процессе целенаправленного создания пуристически настроенными филологами слов-субститутов к уже заимствованным англицизмам большое внимание уделяется семантической и формальной независимости немецких новообразований. При этом важную роль играют прагматические и политико-идеологические установки сторонников языкового планирования.

С прагматической точки зрения высказываются опасения, что англоязычные заимствования не понятны не владеющим английским языком членам немецкого языкового коллектива, что может привести к их коммуникативной изоляции. Более того, англицизмы являются немотивированными лексическими единицами и никак не про-

ясняют значение нового слова для тех, кто не знаком с лексикой и словообразованием английского языка. Этому необходимо противодействовать посредством образования собственно немецких субститутов, значение которых можно (по меньшей мере, частично) понять из значения составляющих их компонентов [16, с. 41].

С политико-идеологической точки зрения на первый план выходят другие аргументы. «Англизация» современного немецкого языка воспринимается как угроза его независимости, как подавление его самобытности. Основные силы при этом, по мнению сторонников языкового планирования, следует направить на борьбу с приходящими в немецкий язык англоязычными словами, для которых необходимо находить или создавать собственно немецкие лексические единицы. Но и покомпонентный перевод (калькирование) англицизмов рассматривается как потенциально опасный вид заимствования, поскольку в этом случае немецкие новообразования обнаруживают те же мотивы номинации, что и английские прототипы [ср. 11, с. 152]. Посредством покомпонентного перевода англоязычного слова в словарный состав немецкого языка, по мнению пуристически настроенных филологов, проникают нежелательные образцы англоамериканского мышления [15, с. 1126].

Между тем у немецких слов, спонтанно возникающих путем покомпонентного перевода англицизмов, имеется ряд преимуществ, особенно в процессе межъязыковой коммуникации. Так, например, можно без проблем установить формальную и содержательную идентичность между англоязычным прототипом и его немецким соответствием, образованным путем покомпонентного перевода [21, с. 41]. Калькирование способствует лексической и словообразовательной конвергенции контактирующих языков и является своего рода компромиссом между лингвистическим «шовинизмом» [19, с. 23–24], с одной стороны, и из-

быточным заимствованием, с другой. Принятие образцов инокультурного видения мира не является интеллектуальной «колониализацией» языка-реципиента, а способствует его развитию, обогащает когнитивную базу заимствующего лингвокультурного сообщества [ср.: 21, с. 41].

Несмотря на старания пуристически настроенных филологов и общественных деятелей противостоять «англизации» современного немецкого языка, окончательное решение о принятии англицизма или о его замене немецкоязычным материалом принимают сами говорящие. Более того, согласно нашим наблюдениям, тенденция к вытеснению заимствованных англицизмов собственно немецкими новообразованиями в современную эпоху является не столько следствием целенаправленного воздействия на немецкий язык, пропагандируемого и осуществляемого филологическими обществами, сколько следствием неинтенциональных действий членов языкового коллектива в процессе достижения собственных коммуникативных целей. По тем или иным соображениям, вытекающим из коммуникативной функции языка, участники коммуникации могут быть заинтересованы в частичной или полной субституции первоначального заимствования средствами родного языка.

В формальном отношении новые немецкие слова, возникающие «естественным» образом, практически не отличаются от «официальных» заменителей. Существенную роль здесь играет конвергенция словообразовательных систем немецкого и английского языков, характеризующихся высокой продуктивностью словосложения и словопроизводства, так что английские слова могут быть без труда переданы аналогичными по словообразовательной структуре немецкими соответствиями. В семантическом отношении спонтанно возникающие немецкие новообразования в большинстве случаев ориентируются на внутреннюю форму и ход семантического переосмысле-

ния англоязычного заимствования. При этом речь идет чаще всего о метафорических композитах.

Вопрос о том, почему языковой коллектив в одних случаях предпочитает непосредственно заимствование, а в других случаях — калькирование или независимое новообразование, является одним из наиболее сложных в современной лингвистике. Как правило, причины лексического заимствования сводятся к существованию концептуальных и лексических лакун в номинативной системе языка-реципиента. Лексические лакуны возникают тогда, когда из чужой лингвокультуры импортируется определенное содержание, для которого в заимствующем языке не имеется готовой номинации. Чтобы заполнить этот пробел (или, скорее, не дать ему возникнуть), вместе с инокультурным содержанием принимается и принадлежащее ему обозначение. Иноязычные словарные единицы, появившиеся таким образом в языке-реципиенте, рассматриваются как необходимые заимствования, поскольку их принятие, в отличие от избыточных заимствований, коммуникативно необходимо: новое иноязычное слово несет новое инокультурное знание. При этом создается впечатление автоматизма: при импортировании инокультурного концепта принимающему лингвокультурному сообществу не остается другого выбора, кроме одновременного заимствования соответствующего наименования. Появление иноязычных слов является при таком подходе логическим следствием межкультурных контактов. У. Г. Баранов говорит в этом случае о «неизбежном заимствовании» (*Lehnzwang*) [3, с. 124]. Однако актуальное развитие словарного состава немецкого языка и других европейских языков [12, с. 266ff.] заставляет сомневаться в существовании «неизбежного заимствования»: даже если перевод иноязычного слова невозможен по формальным или семантическим причинам, все еще остается возможность образования в языке-реципиенте не-

зависимого неологизма [ср. 9, с. 107]. Постулату о «неизбежном заимствовании» противостоит другая крайняя позиция, согласно которой выбор способа оязыковления инокультурного концепта является абсолютно случайным [17, с. 74].

Полагаем, что вопрос о том, почему в одних случаях происходит непосредственное заимствование иноязычного слова, а в других — отдается предпочтение калькам или независимым неологизмам, необходимо рассматривать в общем контексте лексических инноваций.

Согласно А. Бланку, различаются три типа мотивации, обуславливающих возникновение лексических инноваций: 1) общая мотивация — успешная, эффективная коммуникация при незначительных языковых и когнитивных затратах; 2) специальная мотивация, обуславливающая индивидуальную инновацию; 3) мотивация говорящих на данном языке, принимающих лексическую инновацию [4, с. 96; ср. 8, с. 867].

Общая мотивация проистекает непосредственно из функции человеческого языка как инструмента обмена информацией о жизненном мире. Специальная мотивации имеет место тогда, когда в конкретной ситуации общения возникает потребность в новом наименовании. Чтобы удовлетворить эту потребность, говорящий прибегает к спонтанной инновации, для чего в его распоряжении в условиях языкового контакта и двуязычия имеются следующие возможности: переключение кодов (*code-switching*), покомпонентный (более или менее точный) перевод или независимое новообразование. Выбор говорящего в пользу того или иного способа инновации определяется общими принципами человеческой когниции (прежде всего, принципом экономии когнитивных усилий), а также индивидуальными и акцидентными факторами соответствующей коммуникативной ситуации (например, спонтанно возникающими ассоциациями, памятью

говорящего, особенностями партнера по коммуникации и пр.).

Если лексическая инновация воспринимается как адекватная не только отдельным говорящим, но и всем языковым коллективом, то новое слово входит в общее употребление и закрепляется в словарном составе языка. Мотивация говорящих, выбирающих из разнообразия предлагаемых спонтанных инноваций те, которые лучше всего удовлетворяют их коммуникативным потребностям, определяет в конечном итоге результат процесса лексикализации. Так, к индивидуальному, акцидентному характеру отдельной инновации добавляется коллективный аспект [8, с. 869]. Конкретное развитие лексического состава является в конечном итоге следствием взаимодействия всех трех типов мотивации, которые в разные моменты времени направляют процесс лексикализации.

В качестве общей мотивации для развития лексики часто указывается существование лексических лакун: вследствие неполного соответствия лексико-семантических и концептуальных полей говорящие вынуждены образовывать новые номинации и включать их в языковую систему. При этом «пустоты» обнаруживаются большей частью в рамках языковых и культурных контактов — например, когда в процессе перевода не находится подходящего эквивалента или когда экспортируется инокультурное содержание, для которого в импортирующем языке не существует соответствующего обозначения. В таких контекстах для говорящего, находящегося, по крайней мере, на ступени частичного билингвизма, вполне естественно при вербализации еще неязыковленного концепта ориентироваться на «чужие» образцы.

Предполагаем, что члены принимающего языкового сообщества при создании инноваций, обусловленных языковым контактом, руководствуются общим принци-

пом когнитивной экономии, в соответствии с которым некоторые формы инноваций представляются им особенно экономичными и эффективными, другие же, напротив, — сравнительно затратными и невыгодными. При необходимости вербализации нового концепта, для которого в принимающем языке не существует готовой номинации, говорящему в условиях языкового контакта удобнее всего на короткое время перейти на сторону контактирующей языковой системы и использовать лексему, уже известную ему в иноязычном употреблении и связанную в его сознании с соответствующим концептом, то есть осуществить переключение кода. Перевод иноязычного слова связан уже с большими когнитивными затратами, поскольку говорящий должен установить связь между значащими единицами в контактирующих языках. Однако и этот способ является все еще относительно «экономным», так как говорящий ориентируется на уже существующие образцы номинации и создает симметричные отношения именования. Наибольшие когнитивные затраты возникают при образовании независимых неологизмов, когда говорящий оязыковляет концепт без возможности следовать уже проложенным в другом языке маршрутом.

Исходя из принципа когнитивной экономии, в процессе коммуникации в ситуации языкового контакта перенятие иноязычного слова вероятнее, чем его перевод, а перевод, в свою очередь, вероятнее, чем независимое переоформление концепта. Эта иерархия, однако, не является абсолютной и в процессе реальной коммуникации может модифицироваться в соответствии с индивидуальными особенностями говорящего и/или с речевой ситуацией (например, степень владения контактирующими языками, способность к (не)смешиванию языков и пр.). Часто существенную роль играют семантические и формальные качества англоязычных прототипов. Если речь идет, например, о редко

употребляющейся лексеме или о такой номинативной единице, для которой в принимающем языке не существует очевидного эквивалента, то поиск подходящего соответствия связан со значительными когнитивными затратами. В этом случае создание собственного внутриязыкового неологизма может стать вполне экономичным решением, если — по тем или иным причинам — необходимо избежать переключения кода (ср. англ. *air conditioner* и нем. *Klimaanlage*). И напротив, чем очевиднее переводной эквивалент, тем легче прибегнуть к переводу как способу инновации. Это в первую очередь касается межъязыковых паронимов, для которых порой невозможно провести четкой границы между фонетически ассимилированным заимствованием и его переводом в принимающем языке (ср. англ. *domain name* — нем. *Domainname*, англ. *personal trainer* — нем. *Personaltrainer*).

Неологизму, появившемуся в условиях языкового контакта, для закрепления в языке необходимо пройти путь от окказиональной инновации, возникшей в результате акцидентного переключения кода, до устоявшегося заимствования. Готовность членов языкового сообщества к принятию инновации определяется уже не столько степенью их когнитивных затрат, сколько коммуникативными факторами. В процессе лексикализации одни лексические инновации достаточно быстро распространяются в языковом коллективе и входят в словарный состав языка; другие — те, которые представляются менее адекватными с коммуникативной точки зрения, — выходят из употребления. Процесс лексикализации можно сравнить с процессом селекции, в ходе которого лексические инновации должны доказать свою жизнеспособность и функциональность в процессе коммуникации. Те инновации, которые оказываются «linguistic more efficient» [10, с. 4], имеют больше шансов на вхождение в словарный состав соответствующего языка.

Так как по причинам когнитивной экономии в речи следует ожидать больше непосредственных заимствований, чем спонтанных переводов или независимых новообразований, то вероятность интеграции заимствованных словарных единиц в лексическую систему языка принципиально выше, чем у других типов инноваций. Однако, как показывает анализ языкового материала, с течением времени в немецком языке появляются новообразования на основе немецкого языкового материала, замещающие англицизмы. По-видимому, во многих контекстах немецкие слова обладают по сравнению с англицизмами большими коммуникативными преимуществами, компенсирующими лучшие исходные позиции заимствованных слов [ср. 12, с. 275]. В отличие от заимствования слова, когда в язык приходит новый знак, при возникновении новых слов путем покомпонентного перевода расширяются номинативные возможности уже существующих единиц языка. В то время как заимствованные слова не вызывают в принимающем языке каких бы то ни было ассоциаций с другими лексическими единицами, собственно немецкие новообразования с момента возникновения связаны многообразными отношениями с соответствующими лексическими гнездами, с номинативными моделями, ассоциативными цепочками. Можно предположить, что степень «включенности» в языковую и концептуальную системы принимающего языка, иными словами, мотивированность собственно немецких новообразований по сравнению с немотивированными заимствованиями является тем решающим преимуществом, которое обуславливает их закрепление в языке. Мотивированные немецкие новообразования имеют мнемотехнические и когнитивные преимущества перед немотивированными англицизмами. Результат лексического развития зависит, таким образом, от взаимодействия двух инверсивных тенденций: индивидуальной мотивации при вы-

боре определенных инноваций в условиях функционального двуязычия на основе принципа когнитивной экономии и коллективной мотивации для принятия или выбраковывания этих инноваций на основе принципа коммуникативной эффективности.

Хотя в современном немецком языке в количественном отношении с большим отрывом преобладают непосредственные заимствования, наблюдения над языковым материалом позволяют говорить о тенденции к постепенному вытеснению англицизмов семантически тождественными немецкими новообразованиями. Во многих случаях новые немецкие слова приживаются настолько успешно, что с течением времени вытесняют первоначальные англицизмы. Так, например, произошло с англицизмом *Pay-TV*, в настоящий момент практически вытесненным из употребления немецким новообразованием *Bezahlfernsehen* (ср. также *downloaden* и *herunterladen*). Так как существенное различие между англицизмами и немецкими новообразованиями состоит в мотивированности последних, то именно здесь, по-видимому, следует искать причину их предпочтения языковым коллективом.

Интерес представляет тот факт, что многие успешно прижившиеся немецкие слова представляют собой композиты с метафорическим переосмыслением одного из компонентов, где источником образа служат предметы и явления повседневной действительности (ср., например, *Anchorman* — *Ankermann*; *Couchpotato* — *Couchkartoffel*; *Flagshipstore* — *Flaggschiffgeschäft*; *Information Highway* — *Datenautobahn*; *Kitesurfen* — *Drachensurfen*). Покомпонентный перевод в этих случаях напрашивается сам собой, поскольку речь идет об основах слов, принадлежащих к основному словарному фонду, для которых достаточно легко установить межъязыковые соответствия.

Основываясь на анализе языкового материала, можно высказать предположение

о том, что метафорически мотивированные сложные слова, сохраняющие в своей смысловой структуре характер переосмысления англоязычных прототипов, обладают большим потенциалом на закрепление в языковой системе, чем соответствующие заимствования. Также можно предположить, что тенденция к созданию замен для метафорически переосмысленных англицизмов проистекает из семантико-концептуальной мотивированности последних. В результате покомпонентного перевода англицизмов в принимающем языке возникают такие же метафорические композиты, поскольку отношения сходства, установленные в языке-источнике, понятны членам немецкого языкового коллектива. Наличие в обоих контактирующих языках соответствующих концептов, служащих источником образа, обуславливает беспрепятственный перенос метафор из одного языка в другой. Б. Карстенсен в этой связи говорит о заимствовании инокультурного образа [5, с. 214].

Переводные немецкие метафоры в большинстве случаев так же выразительны, как и их англоязычные прототипы, и по своему происхождению принадлежат тем же тематическим областям. Тот факт, что носители немецкого языка могут проследить и осмыслить сходство между новым концептом и уже известным содержанием, способствует пониманию и запоминанию нового слова. Если переводится все «метафорическое поле» [2, с. 115] целиком, то можно говорить о заимствовании комплексных когнитивных моделей из одного лингвокультурного сообщества в другое, причем одновременно со структурами именования перенимаются определенные инокультурные взгляды на мир и модели объяснения мира. Перенятие метафорического поля в современном немецком языке можно проследить на примере интернет-лексики, ср.: англ. *information highway*, *internet speed*, *to transport information*, *computer driving license* и нем. *Datenautobahn*, *Inter-*

netgeschwindigkeit, Informationen transportieren, Computerführerschein.

Несмотря на выраженную тенденцию к спонтанной субституции метафорически переосмысленных англицизмов, в отдельных случаях говорящие предпочитают сохранить заимствование (например, *Blind Date*). Можно предположить, что стремление не подвергнуть изменениям метафоричность наименования обуславливает отказ от его передачи средствами немецкого языка. При невозможности воспроизведения метафоры в принимающем языке предпочтение отдается англоязычному заимствованию.

Так, например, в немецком языке активно употребляется метафорически переосмысленный англицизм *Blind Date* в значении ‚встреча, назначенная незнакомому человеку с целью установления дружеских или партнерских отношений‘. На первый взгляд покомпонентный перевод лежит на поверхности: английское прилагательное *blind* и немецкое прилагательное *blind* являются очевидными межъязыковыми паронимами, обнаруживающими при этом совпадение в основном значении, ср.: нем. *blind* ‚keine Sehkraft, kein Sehvermögen besitzend; ohne Augenlicht‘ [7, с. 298] и англ. *blind* ‚destitute of the sense of sight, whether by natural defect or by deprivation‘ [18]. Как известно, ядро концепта выявляет себя в прямом значении имен, но элементы концептуальной структуры по-разному обнаруживают себя в процессах переосмысления. Поэтому, хотя в обоих языках мы имеем дело с когнитивной метафорой «видеть — мыслить», пути метафорического переосмысления расходятся. В немецком языке прилагательному *blind* свойственны такие производные значения, как: ‚необузданный, беспредельный, неумеренный‘ (*mit blinder Gewalt vorgehen, blind vor Wut sein*); ‚совершаемый без должного критического отношения‘ (*blinder Gehorsam, blind vertrauen*); ‚непрозрачный, тусклый‘ (*ein blinder Spiegel*); ‚не полностью выполненный,

обманный‘ (*blinde Arkaden*); ‚потайной, скрытый‘ (*der Mantel wird blind geknüpft*) [7, с. 298]. Однако образ «совершаемый без предварительного визуального контакта», лежащий в основе метафорического переосмысления англоязычного образования, немецкому прилагательному чужд. Сложные слова типа **Blindtreffen, *Blindverabredung* или словосочетание *blinde Verabredung* вводят участников коммуникации в заблуждение, так как допускают различные возможности интерпретации. Так, словосочетание *blinde Verabredung* может активировать в сознании носителей немецкого языка концепт «человек, лишенный зрения, инвалид», как это видно из следующего примера: «Da konnte ich tatsächlich das einzige Mal lachen. Vreni erzählte von ihrem *blind date*, mit dem sie anschließend ins Kino gehe. Tante Martha wusste nicht, was eine *blinde Verabredung* sein könnte, und empfahl, *mit einem Blinden* besser nicht ins Kino zu gehen» (Zürcher Tagesanzeiger, 23.11.1996, курсив наш. — О. Н.). По-видимому, передача метафоры средствами немецкого языка обуславливает нарушение семантико-когнитивной мотивации лексической единицы. Английское прилагательное *blind*, в отличие от аналогичной лексемы немецкого языка, представляется, по-видимому, свободным от лингвокультурных ассоциаций и поэтому более манипулируемым в плане значения [ср.: Pfitzner 1978: 192]. Невозможность сохранить метафору при воспроизведении средствами немецкого языка является, по-видимому, решающим фактором в принятии языковым коллективом решения о предпочтении англицизма.

Поскольку языковая метафорика основывается на сравнении внеязыковых концептов, то традиционные метафорические стратегии, свойственные определенному языку, в большинстве случаев тесно связаны с жизненным миром соответствующего лингвокультурного сообщества. Если необходимо посредством сравнения сделать доступным для восприятия новое сложное

содержание, то в качестве источника образа выбираются, как правило, объекты конкретного опытного мира говорящих. Но внеязыковое знание, привлекаемое для создания метафоры, может иметь специфический культурный отпечаток. Этим, по-видимому, объясняется то, что в определенных случаях лингвокультурные факторы препятствуют переносу образного выражения из одного языка в другой. Приоритетными здесь являются, на наш взгляд, две причины:

1. Концепт, служащий источником образа, существует только в когнитивной базе языка-источника, в связи с чем невозможно понять и воспроизвести метафору в языке-реципиенте.

2. Предыдущие традиционные метафорические стратегии, свойственные языку-реципиенту, не позволяют использовать тот или иной концепт в качестве источника образа.

Так как концептосферы англоамериканского и европейского лингвокультурных сообществ обнаруживают значительное сходство, то большая часть метафор может быть без труда перенесена из одного языка в другой [8, с. 271]. Несмотря на это, встречаются случаи, где некий источник образа может быть использован только в одном из контактирующих языков, что осложняет создание переводных соответствий в принимающем языке. Дивергентные традиции метафорической концептуализации в немецком и английском языках пре-

пятствуют созданию собственно немецких образований по образцу слова-оригинала.

Таким образом, можно говорить о существующей в немецком языке тенденции передавать англоязычные композиты, характеризующиеся метафорическим переосмыслением компонентов, посредством покомпонентного перевода в немецком языке. При этом решающим моментом является семантико-концептуальная мотивированность англицизмов, позволяющая использовать когнитивные преимущества метафоры и в немецком языке. Именно те метафоры, которые не могут быть переданы в немецком языке путем покомпонентного перевода, подчеркивают важность семантико-концептуальной мотивированности для выбора способа инновации.

Хотя в речевом употреблении (*parole*) носителей немецкого языка значительно преобладают непосредственные англоязычные заимствования, немецкие новообразования, возникающие путем покомпонентного перевода и сохраняющие в своей структуре ход метафорического переосмысления англоязычного образца, почти всегда закрепляются в языке (*langue*), что связано, по-видимому, с особыми когнитивными и мнемотехническими преимуществами метафор, проявляющимися в той легкости, с которой говорящие воссоздают когнитивные основания образования новых имен как в иностранном, так и в родном языках, легкости распознавания мотивации наименований и признания ее «законности».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики: учебное пособие. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003.
2. Скляревская Г. Н. Метафора в системе языка / Отв. ред. Д. Н. Шмелев. СПб.: Наука, 1993.
3. Baranow U. G. Studien zum deutsch-portugiesischen Sprachkontakt in Brasilien / Diss. masch. München: Ludwig Maximilian-Universität München, 1973.
4. Blank A. Einführung in die lexikalische Semantik für Romanisten. Tübingen: Niemeyer, 2001. IX.
5. Carstensen B. Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945. Heidelberg: Winter, 1965.
6. Der Anglizismenindex online [Электронный ресурс] URL: <http://www.vds-ev.de/index> — Дата обращения: 25.01.2011.

7. Duden. Deutsches Universalwörterbuch. 4., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim [u. a.]: Dudenverlag, 2001.
8. *Fritz G.* Ansätze zu einer Theorie des Sprachwandels auf lexikalischer Ebene // Besch W., Betten A., Reichmann O. (Hg.). Sprachgeschichte. Ein Handbuch der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. 4 Bde. Berlin [u. a.]: de Gruyter, 1998. Bd. 1. S. 860–874.
9. *Goddard K. A.* Some linguistic considerations affecting loan-words and lexical borrowing in Romance // *Semasia* 4. 1977. P. 101–114.
10. *Goddard K. A.* Loan-words in Spanish. A Reappraisal // *Bulletin of Hispanic Studies* 57. 1980. P. 1–16.
11. *Höfler M.* Für eine Ausgliederung der Kategorie «Lehnschöpfung» aus dem Bereich sprachlicher Entlehnungen // Pöckl W. (Hg.). Europäische Mehrsprachigkeit. Festschrift zum 70. Geburtstag von Mario Wandruszka. Tübingen: Niemeyer, 1981. S. 149–153.
12. *Jansen S.* Sprachliches Lehngut im *world wide web*. Neologismen in der französischen und spanischen Internetterminologie. Tübingen: Gunter Narr, 2005.
13. Neologismen der 90er Jahre. URL: <http://www.owid.de/Neologismen/> — Дата обращения: 25.01.2011.
14. Neuer Wortschatz: Neologismen der 90er Jahre im Deutschen / von Dieter Herberg; Michael Kinne; Doris Steffens. Berlin [u. a.]: de Gruyter, 2004. XXXVII.
15. *Panzer B.* Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Wortschatz europäischer Sprachen // Besch W., Betten A., Reichmann O. (Hg.). Sprachgeschichte. Ein Handbuch der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. 4 Bd. Berlin [u. a.]: de Gruyter, 2000. Bd. 2. S. 1123–1136.
16. *Pogarell R.* «Sitzung» oder «Meeting»? Historische und aktuelle Fragestellungen zur Sprachreinigung in Deutschland // Schröder M. (Hg.) Beiträge zur Betriebslinguistik. Paderborn: IFB Verlag, 1998. Band 2.
17. *Schmitt H. J.* Die semantische Motivation lexikalischer Entlehnung: Untersuchungen an den Anglizismen im Französischen // Caudmont J. (Hg.). Sprachen in Kontakt. Tübingen: Narr, 1982. S. 71–95.
18. The Oxford English Dictionary Online [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary.oed.com/> — Дата обращения: 25.01.2011.
19. *Thomas G.* The Calque — An International Trend in the Lexical Development of the Literary Languages of Eighteenth-Century Europe // *Germano-Slavica* 6. 1975. P. 21–42.
20. *Zindler H.* Anglizismen in der deutschen Presse nach 1945. Kiel: Univ., Diss., 1959. V.

REFERENCES

1. *Nikitin M. V.* Osnovaniya kognitivnoj semantiki: Uchebnoe posobie. SPb.: Izd-vo RGPU im. A. I. Gercena, 2003.
2. *Skljarevskaja G. N.* Metafora v sisteme jazyka / Otv. red. D. N. Shmelev. SPb.: Nauka, 1993.
3. *Baranow U. G.* Studien zum deutsch-portugiesischen Sprachkontakt in Brasilien / Diss. masch. München: Ludwig Maximilian-Universität München, 1973.
4. Blank A. Einführung in die lexikalische Semantik für Romanisten. Tübingen: Niemeyer, 2001. IX.
5. *Carstensen B.* Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945. Heidelberg: Winter, 1965.
6. Der Anglizismenindex online [Электронный ресурс] URL: <http://www.vds-ev.de/index> — Дата обращения: 25.01.2011.
7. Duden. Deutsches Universalwörterbuch. 4., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim [u. a.]: Dudenverlag, 2001.
8. *Fritz G.* Ansätze zu einer Theorie des Sprachwandels auf lexikalischer Ebene // Besch W., Betten A., Reichmann O. (Hg.). Sprachgeschichte. Ein Handbuch der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. 4 Bde. Berlin [u. a.]: de Gruyter, 1998. Bd. 1. S. 860–874.
9. *Goddard K. A.* Some linguistic considerations affecting loan-words and lexical borrowing in Romance // *Semasia* 4. 1977. P. 101–114.
10. *Goddard K. A.* Loan-words in Spanish. A Reappraisal // *Bulletin of Hispanic Studies* 57. 1980. P. 1–16.
11. *Höfler M.* Für eine Ausgliederung der Kategorie «Lehnschöpfung» aus dem Bereich sprachlicher Entlehnungen // Pöckl W. (Hg.). Europäische Mehrsprachigkeit. Festschrift zum 70. Geburtstag von Mario Wandruszka. Tübingen: Niemeyer, 1981. S. 149–153.

12. *Jansen S.* Sprachliches Lehngut im *world wide web*. Neologismen in der französischen und spanischen Internetterminologie. Tübingen: Gunter Narr, 2005.
13. Neologismen der 90er Jahre. URL: <http://www.owid.de/Neologismen/> — Дата обращения: 25.01.2011.
14. Neuer Wortschatz: Neologismen der 90er Jahre im Deutschen / von Dieter Herberg; Michael Kinne; Doris Steffens. Berlin [u. a.]: de Gruyter, 2004. XXXVII.
15. *Panzer B.* Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Wortschatz europäischer Sprachen // Besch W., Betten A., Reichmann O. (Hg.). Sprachgeschichte. Ein Handbuch der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. 4 Bde. Berlin [u. a.]: de Gruyter, 2000. Bd. 2. S. 1123–1136.
16. *Pogarell R.* «Sitzung» oder «Meeting»? Historische und aktuelle Fragestellungen zur Sprachreinigung in Deutschland // Schröder M. (Hg.) Beiträge zur Betriebslinguistik. Paderborn: IFB Verlag, 1998. Band 2.
17. *Schmitt H. J.* Die semantische Motivation lexikalischer Entlehnung: Untersuchungen an den Anglizismen im Französischen // Caudmont J. (Hg.). Sprachen in Kontakt. Tübingen: Narr, 1982. S. 71–95.
18. The Oxford English Dictionary Online [Электронный ресурс]. URL: <http://dictionary.oed.com/> — Дата обращения: 25.01.2011.
19. *Thomas G.* The Calque — An International Trend in the Lexical Development of the Literary Languages of Eighteenth-Century Europe // *Germano-Slavica* 6. 1975. P. 21–42.
20. *Zindler H.* Anglizismen in der deutschen Presse nach 1945. Kiel: Univ., Diss., 1959. V.

Л. В. Чалабаева

КУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПТЫ И КУЛЬТУРА ПРИНЯТИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ РЕШЕНИЯ (лингвокультурный аспект)

Проводится исследование лингвокультурного аспекта концепта «принятие и исполнение решения». В ранних работах нами было дано обоснование для толкования акта / понятия концепт «принятие и исполнение решения» в качестве концепта. Изучаемый нами концепт характеризуется как культурный концепт с точки зрения культуры принятия и исполнения решения на материале паремий и газетных статей.

Ключевые слова: концептуализация, концепт «принятие и исполнение решения»; культура принятия решения; русская лингвокультура.

L. V. Chalabaeva

CULTURAL CONCEPTS AND THE CULTURE OF MAKING AND EXECUTING DECISIONS (A LINGUISTIC CULTURAL ASPECT)

A research on the linguistic cultural concept «making and executing decisions» is described. This concept is characterised as a cultural concept from the point of view of culture of making and executing decisions based on the material of proverbs and newspaper articles.

Keywords: conceptualisation, concept «making and executing decisions» culture of making decisions, Russian linguistic culture.

Изучаемый нами концепт «принятие и исполнение решения» (см. толкование и обоснование акта / понятия «принятие и исполнение решения» как концепта: [7]) представляется как универсальный концепт, актуализирующийся в различных