



УДК 811.112.2'37

DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-644-652

## Возможность семантической трансформации имен собственных в немецком языке

М.А. Чигашева

Московский государственный институт международных отношений (университет)  
Министерства иностранных дел Российской Федерации  
*проспект Вернадского, 76, г. Москва, Россия, 119454*

Данная статья представляет краткий обзор языковых средств немецкого языка, употребляемых в современном медиа-дискурсе. В настоящее время роль политической коммуникации, опосредованной дискурсом СМИ, приобретает все большее значение и привлекает все большее внимание лингвистов. Язык СМИ динамичен, образен, выразителен, в то же время он подчиняется общим принципам функционирования языковой системы. Наглядным примером этого является употребление в текстах немецкоязычных онлайн-изданий имен собственных и производных от них лексических единиц. В центре внимания находятся деонимы, образованные от имен известных политических деятелей Германии и Австрии. Результаты проведенного анализа показывают, что имена собственные обладают ассоциативным потенциалом, в процессе употребления в речи могут претерпевать семантические изменения, терять связь с обозначением конкретного лица и становиться словообразовательной основой для новых лексических единиц. Таким образом, в немецком языке благодаря структуре антропонимов и типичным словообразовательным моделям появляются деонимы-глаголы, деонимы-причастия, деонимы-наречия, деонимы-прилагательные, деонимы-существительные. Они призваны выполнять в медийном дискурсе суггестивную и манипулятивную функции. Данное языковое явление представляет интерес с точки зрения когнитивистики, семантики, переводоведения, сопоставительного языкознания.

**Ключевые слова:** немецкий язык, оним, деоним, семантическая трансформация, политический дискурс, медиа-дискурс

### Введение

В настоящее время большинство лингвистических исследований носит междисциплинарный характер. Такой подход позволяет по-новому взглянуть на известные языковые явления и, возможно, иначе раскрыть их значение, значимость и потенциал. Все это в полной мере относится, в частности, к анализу имен собственных, которые можно рассматривать не только с точки зрения ономастики, но и на пересечении ономастики и дискурса. Именно дискурсивное пространство, употребление онимов в речи, предоставляет новый, интересный материал для лингвистического исследования. Рассмотрим некоторые особенности и функции антропонимов в немецком политическом медиа-дискурсе. Интерес представляет

© Чигашева М.А., 2019.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

та семантическая трансформация, которой подвергаются фамилии известных политических деятелей Германии. Наиболее активно такие процессы проявляются в медийном дискурсе, и главную роль здесь играют журналисты, призванные информировать общественность о происходящих событиях и давать им свои комментарии. Следует также иметь в виду, что их главным инструментом, при помощи которого они выполняют указанные выше задачи, является слово. Умелое, порой довольно креативное, обращение со словом порождает специфические наименования, которые становятся материалом лингвистических исследований. Интерес вызывают, в частности, процессы деонимизации современного немецкого языка [1—4]. Результаты проведенного анализа показывают, что имена собственные становятся словообразовательной основой для новых лексических единиц, а их значения зачастую теряют валентную связь с конкретным лицом. Для верного толкования семантики подобных наименований уже недостаточно лингвистической компетенции, необходимо учитывать экстралингвистические факторы и иметь обширный преинформационный запас.

### **Имена собственные vs. имена нарицательные**

Имена собственные изучали с позиций истории, философии, этнографии, этимологии, литературоведения, психологии, и прежде всего лингвистики. Существует множество различных исследований, но несмотря на это они по-прежнему интересуют филологов и лингвистов. Одна из причин такого пристального внимания — отсутствие однозначного мнения по двум важным проблемам: принципы классификации имен собственных и их способность выражать понятие. В некоторых вопросах наблюдается единодушие различных исследователей. Во-первых, в любой классификации верхнюю строчку списка занимают антропонимы. Вероятно, это говорит, с одной стороны, о наибольшей прозрачности таких наименований, с другой, об их значимости для каждого языкового сообщества. Во-вторых, все исследователи признают основной функцией онимов, и, в частности, антропонимов, номинативность. В-третьих, несмотря на общепринятое противопоставление «имя нарицательное — имя собственное», все сходятся во мнении, что невозможно провести четкую границу («демаркационную линию» по терминологии А.А. Реформатского) между этими двумя разрядами. Таким образом, у апеллятивов и онимов сохраняется возможность перехода из одного разряда в другой. Наиболее известным примером, подтверждающим эту возможность, является в русском языке имя нарицательное *царь*, появившееся от имени собственного Цезарь (Caesar), в немецком языке — *der Kaiser* (император) [5. С. 69].

Другим примером отсутствия четких границ между онимами и апеллятивами являются фамилии, как немецкие, так и русские. Даже поверхностный анализ показывает, что они были образованы от имен нарицательных. Приведем несколько примеров: *der Wolf* (имя нарицательное: *волк*) — Christa Wolf (антропоним: Криста Вольф — немецкая писательница); *der Schneider* (имя нарицательное: *портной*) — Romy Schneider (антропоним: Роми Шнайдер — немецко-французская актриса, звезда австрийского кинематографа), Ulf Schneider (антропоним:

Ульф Шнайдер — немецкий экономист и бизнесмен); *der Fischer* (имя нарицательное: *рыбак*) — Josef Fischer (антропоним: Йозеф Фишер — австрийский бизнесмен начала 20-го века).

Аналогичная ситуация наблюдается и в русском языке: имя нарицательное: *кузнец* — фамилия: Кузнецов; имя нарицательное: *волк* — фамилия: Волков; имя нарицательное: *соловей* — фамилия: Соловьев; имя нарицательное: *сокол* — фамилия: Соколов. Образованные от апеллятивов фамилии (Name) указывают на конкретного человека, причем конкретизация усиливается за счет имени (Vorname): *Schneider* — *Romy Schneider* или *Ulf Schneider*. Интересно отметить, что антропонимы могут переходить также в другой разряд онимов и становиться эргонимами: *Schneider Group* (компания по оказанию услуг, необходимых для развития бизнеса; основатель компании Ульф Шнайдер); *Fischer Sports GmbH* (компания по изготовлению спортивного инвентаря; основатель компании Йозеф Фишер); *SOKOLOV* (российская ювелирная компания; основатели компании Алексей и Елена Соколовы). Следует также обратить внимание на то, что в немецком языке в отличие от русского при переходе в разряд онимов апеллятивы зачастую не подвергаются морфологической трансформации.

На основании приведенных примеров можно предположить, что антропонимы появились в языке благодаря ассоциативным связям, которые, в свою очередь, содержат важные фоновые знания и определяют семантику и прагматику лексических единиц. Антропоним, обозначая конкретного человека, включает также сведения о его физических или интеллектуальных особенностях, чертах его характера, свойствах, внешности, манере поведения, поступках и т.д. Безусловно, в каждом языковом сообществе есть лица, известные широкому или ограниченному кругу, например, определенной социальной или профессиональной группе. Такая известность имеет прямую взаимосвязь с некоторым объемом информации о них. Эти сведения образуют семантику наименования, создают устойчивую связь с конкретным антропонимом и приводят к появлению прецедентных имен.

### **Деонимизация и ее особенности в политическом медиа-дискурсе Германии**

Обратный процесс перехода онима в апеллятив, обозначаемый термином «деонимизация», возможен благодаря упомянутым выше ассоциативным связям. Данное явление свойственно любому языку: русск. — *макинтош, ом, дизель, герц, пастеризовать, бойкот, бойкотировать, хулиган, екатеринка*; нем. — *morsen, röntgen, lynchen, mendeln, der Marxismus, die Litfaßsäule, der Dieselmotor*. Появление деонимов связано, как правило, с изменениями в различных сферах общественной жизни, прежде всего политической или научно-технической. В этих случаях они оставляют след в истории языкового сообщества и становятся терминами. Так, терминологическим характером обладают, например, в научно-популярном и техническом дискурсе такие единицы, как *дизель* (Р. Дизель), *маузер* (П.П. Маузер; В. Маузер), *берета* (К. Беретта), *морзянка* (С. Морзе), *Herz* (Н. Herz), *Röntgenstrahlen* (W.K. Röntgen), *Dieselmotor* (R. Diesel); в политическом дискурсе — *марк-*

*сизм*, *Marxismus* (К. Маркс / K. Marx). В историческом дискурсе в русском языке деонимом *бирановщина* обозначают политические режимы, характеризующиеся преследованием критиков, разворовыванием богатств страны, атмосферой недоверия, повсеместным шпионажем [6]. Его появление в русском языке связано с именем Э.И. фон Бирона, фаворита российской императрицы Анны Иоановны. Аналогичным образом образованы, например, существительные *жириновщина*, *сердюковщина*; они также выражают негативные понятия.

Интересные примеры можно найти и в современном русском языке — *Аналитики вангуют рост зарплат, но не во всех отраслях*. Неологизм *ванговать* в значении «предсказывать» получил широкое распространение в интернет-дискурсе и молодежном сленге и связан с именем болгарской прорицательницы Ванги. Несколько лет назад деонимом *депардировать* в интернет-дискурсе иронично называли нестандартную ситуацию получения гражданства, связанную с именем французского актера Жерара Депардьё. Данный пример наглядно демонстрирует также игру слов (ср. глагол *депортировать*).

В последнее время в немецком политическом медиа-дискурсе наблюдается активизация процессов деонимизации. С лингвистической точки зрения это объясняется структурой антропонимов и словообразовательными возможностями немецкого языка, с экстралингвистической — приоритетом демократических и либеральных принципов. В центре внимания всегда оказываются известные политические деятели, например: *Angela Merkel* (действующий канцлер ФРГ) — *merkeln, der Merkelismus, der Merkelianer, die Merkelei*; *Peter Hartz* (предприниматель и экономист, возглавлявший комиссию по реформированию рынка труда в кабинете Г. Шредера) — *hartzten*; *Markus Söder* (политик от ХСС, возглавляет правительство в Баварии) — *södern*; *Christian Lindner* (председатель Свободной демократической партии Германии) — *lindern*; *Joachim Gauck* (президент ФРГ в 2012—2017 гг.) — *gaucken, weggaucken, abgaucken*; *Alice Weidel* (глава партии «Альтернатива для Германии») — *weideln*.

Значения подобных лексических единиц связаны не с обозначением конкретного лица, а с манерой поведения, деятельностью или поступками этих людей. Во всех случаях содержится сема «вести себя как N.». Однако для понимания значения этого недостаточно, необходим значительный преинформационный запас, иными словами, нужно знать ответ на вопрос «как». Глагол *södern* обозначает, например, такое речевое поведение, когда раздают много популистских обещаний. Именно так вел себя Маркус Зёдер во время избирательной компании перед выборами в бундестаг в 2017 г.

Глагол *lindern* связывают с поступком главы либеральной партии Кристиана Линднера, когда он в последний момент отказался от достигнутых договоренностей с блоком ХДС/ХСС, что сделало невозможным формирование нового правительства (речь шла о так называемой коалиции «Ямайка») и чуть было не привело к политическому кризису в Германии.

Подобные неологизмы, конечно, создают трудности при передаче их значений на другой, в частности, русский язык. Такие новообразования представляют собой

окказионализмы и в словари, как правило, не включаются. Пространные переводческие комментарии нежелательны, поскольку они могут нарушить процесс коммуникации. Кроме того, следует учитывать креативный характер таких единиц и подбирать такие же эмоционально окрашенные эквиваленты, что, к сожалению, не всегда возможно. Что касается упомянутых выше примеров, то, с нашей точки зрения, уместными могут быть следующие варианты: *södern* — заниматься популизмом, раздавать пустые обещания; *lindern* — обмануть, подвести, продинамить.

Большинство деонимов в немецком политическом медиа-дискурсе составляют глаголы. С морфологической точки зрения они образуются суффиксальным (*merkeln, hartzen, merkelisieren, lafontainieren*) или суффиксально-префиксальным (*vermerkeln, entschördern, ausschulzen, abgaucken, wegkernen*) способами. Довольно многочисленная группа представлена также именами существительными — *der Merkelismus, der Thacherismus, der Genscherismus, die Merkelisierung, die Vermerkelung, der Merkelianer, der Nicht-Merkelianer, die Orbanisierung, der Putinist, die Putinomics*. Можно найти примеры деонимов-причастий (*merkelisiert, merkelnd*), деонимов-наречий (*schäubleweise, gauland-mäßig*), деонимов-прилагательных (*Merkelsch / merkelsch, merkelntreu, merkelfreundlich, merkelfeindlich, westerwellisch, kohlsch*). Примеры употребления данных новообразований можно обнаружить как в текстах немецких онлайн-изданий, так и в корпусе немецкого языка DWDS [7].

Отметим, что межчастеречную трансформацию имен собственных отмечала А.В. Суперанская: «превращаясь в нарицательное, имя может перестать быть существительным и изменить свою парадигму на соответствующую другой части речи» [8. С. 115]. Она считала, что это свидетельствует о полной апеллятивации именных основ и позволяет признавать, что они обладают собственным значением. Интересно также отметить, что один и тот же деоним в различных языках может относиться к разным частям речи, например: нем. — *röntgen* (глагол); русск. — *рентген* (сущ.).

### **Функции деонимов в политическом медиа-дискурсе**

Анализ примеров употребления деонимов в текстах медийного дискурса позволяет утверждать, что все они обладают явно выраженной отрицательной коннотацией. Это отмечают также немецкие лингвисты, занимающиеся изучением данного языкового явления [9; 10. С. 91—92]. В частности, М. Венгелер подчеркивает, что подобные деономастические наименования являются, с одной стороны, следствием языковой экономии и выразительности, с другой, дискредитируют выражаемые понятия. Добавим, что наиболее наглядно это проявляется именно в политическом медиа-дискурсе. *So entschördert Schulz die SPD* ([www.spiegel.de](http://www.spiegel.de); 21.02.2017). — Так Шульц развенчивает культ Шрёдера в СДПГ (перевод М.А. Чигашевой).

*Der US-Präsident benahm sich so bockig, rüpelhaft, kompromisslos, so wenig freundschaftlich, dass die sonst so merkelnde Kanzlerin Klartext redete: "Ich kann nur*

*sagen: Wir Europäer müssen unser Schicksal wirklich in unsere eigene Hand nehmen*” (www.zeit.de; 29. Mai 2017). — Президент США вел себя так упрямо, грубо, бескомпромиссно, так недружелюбно, что даже обычно отмалчивающаяся канцлер выразилась предельно ясно: «Могу только сказать: нам, европейцам, действительно придется взять свою судьбу в собственные руки» (перевод М.А. Чигашевой).

Появление подобных креативных и эмоционально окрашенных единиц свидетельствует, на наш взгляд, о смещении приоритетов в медийном дискурсе. Две основные его функции — информационная и корректирующая — отошли на второй план, в то время как суггестивная и манипулирующая функции играют все более важную роль. Журналистам, очевидно, в условиях огромной конкуренции, необходимо, во-первых, привлечь внимание потенциальных получателей информации, во-вторых, оказать на них необходимое влияние. Для достижения этих целей прибегают как к невербальным (иконическим), так и к вербальным средствам. К последним, безусловно, относятся деономастические наименования. С их помощью предпринимается попытка оказать на адресата манипулятивное воздействие, т.е. побудить его «...совершить поступок, изменить свое поведение и т.д. неосознанно или вопреки его собственному мнению, намерению» [11. С. 67].

Подтверждением этому можно считать также вовлечение имен собственных в игру слов. На их основе создаются настолько креативные наименования, что представление информации (первая и главная задача журналистов!) превращается в своеобразный эзопов язык. *Spahnende Tragrödie* (www.faz.de; 4.03.2018) — от имен политиков от ХДС Jens Spahn (Йенс Шпан) Hermann Gröhe (Герман Грёэ). *Im finstren Herzen von Gau-Land* (www.spiegel.de; 13.04.2018) — от имени вице-председателя партии «Альтернатива для Германии» Александра Гауланда (Alexander Gauland). В последнее время много примеров можно было обнаружить в немецкоязычных изданиях, которые информировали об отставке канцлера Австрии Себастьяна Курца (Sebastian Kurz): *Kurz-Sturz* (отставка Курца; букв.: падение Курца), *Kurz-Kanzler, Kürzer, als Kurz* (о временно исполняющем обязанности канцлера Австрии Х. Лёрепе). *Kurz' Schluss* (www.spiegel.de; 18.05.2019) — конец Курцу. Так образно журналисты обыграли апеллатив *Kurzschluss* — короткое замыкание. *Kurz, der kalte Kanzler* (www.dw-world.de; 27.05.2019).

Позволим себе предположить, что такие языковые средства рассчитаны на хорошо образованную публику, которая следит за актуальными политическими событиями и умеет интерпретировать предлагаемый контент новостных сообщений и комментариев. Деонимы, пусть и не так часто, но встречаются в основном в авторитетных онлайн-изданиях, таких как *Spiegel, Die Welt, Focus, Frankfurter Allgemeine Zeitung* и др., реже в издании *Bild*, ориентированном на массовую аудиторию.

## Заключение

Анализ языкового материала показывает, что имена собственные могут подвергаться морфологической и семантической трансформации, а деантропонимические наименования, обладая ярко выраженной экспрессивной составляющей,

обогащают современный немецкий язык, делают его более выразительным и эмоционально окрашенным. Кроме того, новые лексические единицы и их значения появляются в языке не хаотично, а в неразрывной связи с лексико-семантической системой языка. В целом, появление в немецком языке деонимов на основе фамилий действующих политиков свидетельствует, по мнению О.А. Никитиной, «о значимости общественности-политической сферы в жизни Германии, об усилении личностного начала и об общей коммуникативной демократизации современного немецкого языка» [12. С. 52]. Вполне вероятно, что далеко не все новообразования сохранят свою активность в языке продолжительное время. Лишь отдельные единицы вошли в основной фонд немецкого языка и включены в справочные и толковые издания, как, например, глагол *hartzen* [13]. Ассоциативные связи образуются и существуют, как правило, в актуальном контексте, в случае потери его значимости для представителей языкового сообщества из употребления уходят и креативные единицы. Вместе с тем не вызывает сомнения, что это интересное языковое явление совершенно справедливо заслуживает внимательного изучения, например, с точки зрения семантики, когнитивистики, перевода или сопоставительного анализа.

#### История статьи:

Дата поступления: 1.06.2019

Дата приема в печать: 1.07.2019

#### Article history:

Received: 1.06.2019

Accepted: 1.07.2019

### Библиографический список

1. *Едличко А.И.* Zur Euphemisierung von Ethnonymen im Deutschen // Вестник МГУ. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 3. С. 134—148.
2. *Гатауллин Р.Г.* Новые эпонимические глаголы в современном немецком языке // Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20. № 4. С. 1304—1310.
3. *Тамерьян Т.Ю., Цаголова В.А.* Метафорическое моделирование образа канцлера Германии А. Меркель // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 70—78.
4. *Тамерьян Т.Ю., Цаголова В.А.* Динамика метафорической вербализации образа Kanzlerin Angela Merkel // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 1. С. 141—151.
5. *Реформатский А.А.* Введение в языковедение. М.: Аспект Пресс, 2001.
6. *Глушаков В.М.* Взаимное восприятие русских и немцев от древности до наших дней // Русские и немцы. 1000 лет истории, искусства и культуры. М.: Архив Российской Академии Наук, 2012. С. 22—31.
7. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Режим доступа: <https://www.dwds.de> (дата обращения 15.06.2019).
8. *Суперанская А.В.* Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973.
9. *Wengeler M.* Zwinglisch, Marxismus, genschern. Deonomastika aus Personennamen im Deutschen // Muttersprache 110. 2000. № 4. P. 289—307.
10. *Wengeler M.* Schaubleweise, Schröderisierung und riestern. Formen und Funktionen von Ableitungen aus Personenamen im öffentlichen Sprachgebrauch // Komparatistik Online. Düsseldorf, Trier. 2010. P. 79—98. Режим доступа: <http://www.komparatistik-online.de> (дата обращения: 20.05.2019).
11. *Стернин И.А.* Введение в речевое воздействие. Воронеж: Истоки, 2001.

12. Никитина О.А. Особенности образования новых немецких глаголов на базе антропонимов // Научный диалог. 2015. № 11 (47). С. 42—54.
13. Duden Online Wörterbuch. Режим доступа: [www.duden.de/rechtschreibung/hartzen](http://www.duden.de/rechtschreibung/hartzen) (дата обращения 15.06.2019).

Research article

УДК 811.112.2'37

DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-644-652

## Possibility of Semantic Transformation of Proper Names in the German language

Marina A. Chigasheva

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO-University)  
*Prospekt Vernadskogo, 76, Moscow, Russia, 119454*

**Abstract.** This article presents a brief overview of the language means of the German used in modern media discourse. Currently, the role of political communication, mediated by media discourse, is becoming increasingly important and attracting more and more attention of linguists. The language of the media is dynamic, imaginative, expressive, at the same time it is subject to the general principles of the functioning of the language system. A good example of this is the use in the texts of German-language online editions of the names of proper and derived lexical units. The focus is on deonyms, formed from the names of famous political figures of Germany and Austria. The results of the analysis show that proper names have an associative potential; in the process of use in speech, they can undergo semantic changes, lose touch with the designation of a specific person, and become a derivational basis for new lexical units. Thus, in the German language, thanks to the structure of anthroponyms and typical word-formation models, there appear deonyms-verbs, deonyms-participles, deonyms-adverbs, deonyms-adjectives, deonyms-nouns. They are designed to perform suggestive and manipulative functions in media discourse. This language phenomenon is of interest from the point of view of cognitive science, semantics, translation studies, comparative linguistics.

**Key words:** German language, onim, deonym, semantic transformation, political discourse, media discourse

### References

1. Edlichko, A.I. (2016). Zur Euphemisierung von Ethnonymen im Deutschen [Revisiting the Euphemization of Ethnonyms in German]. *Vestnik MGU. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaia kommunikatsiia*, No. 3, pp. 134—148. (In Germ.).
2. Gataullin, R.G. (2015). New Eponymic Verbs in Modern German Language. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 20 (4), 1304—1310. (In Russ.).
3. Tamerian, T.Yu. & Tsagolova, V.A. (2019). Dynamics of metaphorical verbalization of the image of Kanzlerin Angela Merkel. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10 (1), 141—151. (In Russ.).
4. Tameryan, T.Yu. & Tsagolova, V.A. (2014). Metaphorical Modeling of the German Chancellor A. Merkel's Image. *Kommunikativnye issledovaniia*, 2, 70—78. (In Russ.).
5. Reformatskij, A.A. (2001). *Introduction to Linguistics*. Moscow. (In Russ.).
6. Glushak, V.M. Mutual perception of Russians and Germans from antiquity to the present day. Moscow. (In Russ.).
7. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: <https://www.dwds.de> (accessed: 15.06.2019).



8. Superanskaja, A.V. (1973). General Theory of Proper Name. Moscow. (In Russ.).
9. Wengeler, M. Zwinglisch, Marxismus, Genschern (2000). Deonomastika aus Personennamen im Deutschen. *Muttersprache 110*, 4, 289—307. (In Germ.).
10. Wengeler, M. Schaublewise, Schröderisierung und Riestern. (2010). Formen und Funktionen von Ableitungen aus Personenamen im öffentlichen Sprachgebrauch. *Komparatistik Online. Düsseldorf, Trier*, 79—98. URL: <http://www.komparatistik-online.de> (accessed: 20.05.2019). (In Germ.).
11. Sternin, I.A. (2001). Introduction to speech exposure. Voronezh. (In Russ.).
12. Nikitina, O.A. (2015). Peculiarities of New German Verbs Formation Based on Anthroponyms. *Nauchnyi dialog*, 11 (47), 42—54. (In Russ.).
13. Duden Online Wörterbuch. URL: [www.duden.de/rechtschreibung/hartzen](http://www.duden.de/rechtschreibung/hartzen) (accessed: 15.06.2019). (In Germ.).

**Для цитирования:**

Чигашева М.А. Возможность семантической трансформации имен собственных в немецком языке // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 3. С. 644—652. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-644-652.

**For citation:**

Chigasheva M.A. (2019). Possibility of Semantic Transformation of Proper Names in the German language. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10 (3), 644—652. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-644-652.

**Сведения об авторе:**

Чигашева Марина Анатольевна, кандидат филологических наук; доцент, заведующий кафедрой немецкого языка факультета международных отношений Московского государственного института международных отношений (университет) МИД РФ; *научные интересы*: семантика, языковая картина мира, лексикология, фразеология, перевод, политический медиа-дискурс; *e-mail*: [mchigasheva@mail.ru](mailto:mchigasheva@mail.ru).

**Information about the author:**

Marina A. Chigasheva, Ph.D. in Philology; Associate Professor, Head of the Department of German in Faculty of the International Relations at MGIMO-University of RF Ministry of Foreign Affairs; *Research Interests*: Semantics, Language picture of the world, Lexicology, Phraseology, Translation, Political media discourse; *e-mail*: [mchigasheva@mail.ru](mailto:mchigasheva@mail.ru).