

Тупахіна О. В.,

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

МЕТОНІМІЯ ЯК КОГНІТИВНО-СЕМАНТИЧНИЙ МЕХАНІЗМ НЕОЛОГІЗАЦІЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

У статті розглянуто проблему метонімії у сучасній німецькій мові як когнітивно-семантичного механізму оновлення мовної картини світу, а також встановлені найбільш продуктивні метонімічні моделі.

Ключові слова: *метонімія, категоризація, перекатегоризація, когнітивно-семантичний механізм, модель.*

The article deals with the problem of metonymy in modern German language as a cognitive-semantic mechanism of updating of linguistic world picture. The article also covers the most productive models of metonymies.

Keywords: *metonymy, categorisation, over-categorization, cognitive-semantic mechanism, model.*

Оновлення мовної картини світу в певній мірі визначається активізацією процесів семантичної деривації. Як засвідчує проведений статистичний аналіз, серед традиційних шляхів вторинної номінації у німецькій мові кінця ХХ – початку ХХІ століття переважна більшість нових значень утворена внаслідок когнітивно-семантичних механізмів метафоризації та метонімізації.

Різні механізми оновлення мовної картини світу (когнітивно-дериваційний, когнітивно-комунікативний, когнітивно-семантичний) досліджувались в ряді праць Ю. А. Зацного, В. І. Заботкіної, О. М. Позднякової, Н. З. Котелової, С. М. Єнікеєвої, Дж. Олджео, Дж. Ейто, П. Брауна, Д. Херберга, М. Кінне, Д. Штеффенс та інш. Наразі недостатньо вивченим залишається проблема встановлення імпліцитних механізмів в семантико-когнітивній структурі неологізмів, утворених за допомогою метонімії, що і стало **метою** даної роботи.

Об'єктом аналізу статті є неологізація як комплексний лінгвокогнітивний процес, направлений на оновлення німецької мовної картини світу. У якості **предмета** виступає метонімія, як когнітивно-семантичний механізм неологізації, що детермінує розвиток лексико-семантичної системи німецької мови.

Матеріалом дослідження стали неологізми німецької мови останніх двох десятиліть, які були відібрані методом суцільної вибірки зі словників та довідників неологізмів ("Deutsches Neologismenwörterbuch", "Neologismen der 90-er Jahre", "Neuer Wortschatz: Neologismen der 90er Jahre im Deutschen"), інтернет-сайтів, присвячених проблемам німецької неології, електронних баз даних нових слів ("Verein Deutsche

Sprache e.V. Der Anglizismen-Index”, “Die Wortwarte”), а також німецькомовних періодичних видань (“Spiegel”, “Süddeutsche Zeitung”, “Die Zeit”, “Die Tageszeitung”, “Berliner Zeitung”, “Mannheimer Morgen”, “Berliner Morgenpost”, “Der Tagesspiegel” тощо).

Визнання того, що головною ознакою парадигмального простору сучасної лінгвістики є антропоцентризм, унеможливує аналіз будь-яких лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів без звернення до когнітивних структур. Саме тому під метонімією ми розуміємо не просто процес перенесення назви за суміжністю явищ (просторовою, часовою, логічною і т.д.) [6, с. 356], а й асоціативно-образний механізм лінгвокреативного мислення людини, в результаті дії якого відбувається перекатегоризація її досвіду.

Для встановлення значення метонімічного механізму в когнітивній діяльності людини звернемося до найбільш продуктивних моделей:

“ознака об’єкту – ознака іншого об’єкту”. В рамках цієї моделі реалізує себе метонімізація політичних реалій, утворених на основі кольорової відповідності, напр.: *Rote Socken* (дослівно: червоні шкарпетки) – іронічна неофіційна назва для Партії Демократичного Соціалізму, *grüne Wollstrümpfe* (дослівно: зелені панчохи) – партія зелених.

“географічне позначення / прізвище – інститут / угода / закон / реформа”. Лексичні одиниці, які виникли на основі переносу значення за даною моделлю (*Maastricht* – угода про подальший розвиток Європейського Союзу, яка була підписана у місті Маастріхт, *Schengen* – угода про безвізовий перетин кордонів деяких країн Європейського Союзу, підписана у Шенгені, *Agenda 2010* – реформа на ринку праці, що стосується звільнень з роботи та тривалості трудового дня, *Hartz IV* – четвертий закон про підвищення соціальної допомоги безробітним, *die Riester-Rente* – закон про приватне пенсійне страхування тощо), беруть активну участь у слово- та фразотворенні. Напр.: *das Schengensystem*, *das Maastricht-Minus*, *das Maastricht-Kriterium*, *die Agenda-Kündigungsfrist*, *das Agenda-Kündigungsschreiben*, *der Hartz-IV-Empfänger*, *der Hartz-IV-Ombudsrat*, *der Riestersparer*, *die Riesterförderung* тощо.

“матеріал – вироб з цього матеріалу”. Напр.: *der Plastik* замість *die Geld-, Kredit-, Kunden-, Plastikkarte*. У даному випадку відбувається перенесення назви з одного об’єкту на інший, який асоціюється з ним за суміжністю.

Спіраючись на те, що метонімія – це когнітивна модель, концептуальна структура, між елементами якої існують відношення суміжності, ми можемо з впевненістю стверджувати, що ця модель “накладається” на певний концептуальний простір і надає йому закладену в ній структуру [4, с. 78]. Це може бути осмислення об’єктів або подій в термінах їхніх частини, ознак тощо. Результатом того, що метонімічна модель

“накладається” на вже структурований простір, тобто на певний фрейм як конвенційну форму представлення фрагменту знань, є переструктурування цього фрейму.

Проте, існує цілий ряд переносів, які, за пропозицією Б. Уоррен, можуть бути кваліфіковані як “метафора в метонімії” (“metaphors-in-metonyms”) та “метонімія в метафорі” (“metonyms-in-metaphors”) [9, с. 95]. Так, В. Крофт та Д. Алан Круз підкреслюють глибинний зв’язок цих понять та виділяють явище метафтонімії (“metaphonymy”) [1, с. 218]. Саме тому ми вважаємо, що у певних випадках метонімічні переноси доцільно розглядати разом з метафорами.

Простежимо кореляцію метафори та метонімії на прикладі словосполучень *rote Ware* та *braune Ware*, які утворилися за аналогією до словосполучення *weisse Ware* (побутові електроприлади, які традиційно пофарбовані у білий колір, наприклад, пральні машини, холодильники тощо). Якщо в аналогічному зв’язку між словосполученнями *braune Ware* (аудіо- та відеотехніка, яка раніше випускалась у дерев’яному каркасі) та *weisse Ware* має місце перенос за суміжністю (тобто метонімія), то поява таких одиниць як *rote Ware* (товари широкого вжитку, зокрема продукти харчування, що швидко споживаються і мають низьку маржу прибутку порівняно з товарами довгострокового користування) викликає нагальну потребу у аналізі спектральних асоціації людини, які призвели до дії метафоричного механізму на основі подібності.

Метафоричне переосмислення значення слова *rot* виходить з крайнього положення цього кольору у спектрі. Отже, ці товари займають крайню позицію у класифікації – швидко споживаються, мають низьку маржу прибутку.

Результати проведеного дослідження дозволяють стверджувати, що метонімія є моделлю вихідного знання, когнітивним інструментом мовної категоризації, завдяки якому вербалізуються соціально-значущі для сучасної мовної свідомості явища та предмети.

Враховуючи висвітлені вище моменти, доволі перспективним напрямком подальших лінгвістичних досліджень можна вважати зіставне та порівняльне вивчення метонімії у різних лінгвокультурних середовищах, а також когнітивно-дискурсивний аналіз цього явища, який надасть цінні відомості про номінативний потенціал нового слова та універсальні принципи фіксації, акумуляції, відтворення у свідомості людини певного осмисленого нею фрагменту реального світу.

Література:

1. Croft W., D. Alan Cruse. Cognitive Linguistics. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004. – 356 p.
2. Die Wortwarte. – Режим доступу: <http://www.sfs.nphil.uni-tuebingen.de>

3. Herberg D., Kinne M., Steffens D. Neuer Wortschatz: Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. – Berlin: Walter de Gruyter, 2004. – 351 S.
4. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. – Chicago: The University of Chicago Press, 1987. – 631 p.
5. Neologismen der 90-er Jahre. Lexikon. – Режим доступа: <http://www.hypermedia.ids-mannheim.de>
6. Oguay A.D. Lexikologie der gegenwärtigen deutschen Sprache. – Winnits'a: Nowa knyha, 2003. – 416 S.
7. Quasthoff U. Deutsches Neologismenwörterbuch. – Berlin: Walter de Gruyter, 2007. – 690 S.
8. Verein Deutsche Sprache e.V. Der Anglizismen-Index. – Режим доступа: <http://www.anglizismenindex.de>
9. Warren B. Sense Developments: a Contrastive Study of the Development of Slang Senses and Novel Standard Senses in English. – Stockholm: Almqvist & Wiksell, 1992. – 192 p.