

SPRACHMITTEL ZUM AUSDRUCK DER MODETENDENZEN IN DER DEUTSCHEN GEGENWARTSSPRACHE

Ladtschenko M., Honak N.
Nationale Universität Ushhorod

Wenn man mit dem Modebereich zu tun hat, lässt es sich bemerken und feststellen, dass gerade die Mode die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Kreativität und Expressivität in der Sprache aufweist, was in der Werbung der Modetendenzen ganz wichtig ist. Vor allem wird die Lexik in dieser Sphäre bestimmten Tendenzen ausgesetzt und zieht auf sich deshalb besondere Aufmerksamkeit.

Das Ziel der vorliegenden Publikation ist es, Sprachmittel zum Ausdruck der Modetendenzen aufzudecken, sie zu erforschen und zu beschreiben.

Die Untersuchung basiert auf dem Sprachmaterial der deutschen Jugendzeitschrift „vitamin de“, die viermal pro Jahr entsprechend der Saison erscheint. Jedes Heft enthält Materialien, die die aktuelle Mode einer bestimmten Saison präsentiert. Hier gibt es nicht nur Wörter, Ausdrücke, Redewendungen und Redensarten sondern auch illustrierte Materialien, das heißt anschaulich werden Kleider und Accessoires dargestellt, die gemäß der Saison geworben werden. Dank der Kombination dieser zwei Mittel (Bild und Lexik) wird ein expressiver Einfluss auf den Leser ausgeübt und zugleich eine empfindliche Reklame der modernen Saisontrends gemacht.

Die Bildung von Begriffen ist ein sehr komplizierter Prozess, an dem auch die menschliche Phantasie beteiligt ist. Die logischen Begriffe sind Gebilde – Konstruktionen, die vom Menschen aus Elementen der Wirklichkeit geschaffen werden und nicht als exakte Spiegelbilder der Sachen und Dinge auftreten. Der Meinung von K. Lewkowskaja gemäß ist außer einem begrifflichen Inhalt bei den Wörtern noch ein Gefühlswert als Bestandteil der Wortbedeutung zu unterscheiden, der aber nicht bei allen Wörtern wie der begriffliche Inhalt vorhanden ist [6, S. 43]. Dementsprechend unterscheidet man emotional stilistisch gefärbte und emotional stilistisch neutrale Wörter, von denen die letzteren eine bei weitem umfangreichere Schicht des Wortschatzes bilden.

M. Stepanova und I. Černyševa thematisieren die Typen der Wortbedeutung [8, S. 19]. Ihrer Ansicht nach sind unter dem Aspekt der Nominationstechnik zu unterscheiden: direkte Bedeutung, übertragene Bedeutung. Die direkte Wortbedeutung entsteht bei der primären Nomination bestimmter Erscheinungen und Gegenstände der objektiven Realität, wenn Wörter auf Grund bestimmter sinnlich wahrnehmbarer Eigenschaften dieser Gegenstände benannt werden, die infolge der verallgemeinernden Denktätigkeit als Merkmal dieser Gegenstände ermittelt sind. Die parallelen Termini für diese Bedeutung sind: wörtliche, eigentliche, nominative. Übertragene Bedeutung entsteht bei der sekundären Nomination. Die Benennung vollzieht sich in diesem Fall nicht mit den Mitteln der konkret sinnlichen Beobachtung, sondern auf Grund eines

qualitativ höheren Abstraktionsvorsagens, wobei das Konkretsinnliche der eigentlichen oder direkten Bedeutung des Wortes zu einer neuen Bezeichnungsfunktion führt. A. Iskos und A. Lenkowa betonen, dass die Hauptbedeutung des Wortes viel stabiler als die Nebenbedeutungen ist, die letzteren sind sehr beweglich und leicht veränderlich [4, S. 171]. Gerade diese Beständigkeit der Zentralbedeutung ermöglicht das Verstehen der einzelnen Nebenbedeutungen. Es scheint, als ob die Zentralbedeutung alle Nebenbedeutungen des Wortes verbinde. O. Oguj unterstreicht, dass das sprachliche Handeln stetes Neuverwenden ist, was zum Anderswerden, d.h. zur Veränderung der Wörter führen kann [7, S. 182]. Solche „Anderswerden“ verläuft unmerklich für die Sprachbenutzer.

Es ist allgemein bekannt, dass das Deutsche im Laufe seiner Geschichte immer Wörter anderer Sprachen übernommen hat. Es hat sich nur geändert, aus welcher Sprache in einem bestimmten Zeitabschnitt hauptsächlich Wörter entlehnt wurden. „War zur Zeit Friedrichs des Großen das Französische die wichtigste Entlehnungssprache für das Deutsche, so ist es heute das Englische“ [1, S. 49]. In den theoretischen Quellen wird immer wieder der Fremdwortanteil besonders der Einfluss des Englischen bzw. Amerikanischen auf das Deutsche beschrieben [3; 5; 9; 10].

Fremdlexik ist also eine gute Grundlage zur Bildung von zahlreichen Neuschöpfungen im Modebereich, die zum Zweck der Werbung ständig geschaffen werden. Das betrifft vor allem Anglo-Amerikanismen, die beim Sprechen der Deutschen zusammen mit einheimischer Lexik eine „gemischte“ Sprache symbolisieren. Bei der Bildung dieser Neuschöpfungen lassen sich die folgenden stark ausgeprägten allgemeinen Tendenzen des modernen Deutschen bemerken und aussondern: Kreativität der Lexik, hoher Grad der Expressivität sowie semantische Übertreibung und Umdeutung der Wörter, was besonders im Modebereich zum Ausdruck kommt. Denn die Mode bleibt nie stabil, sie ändert sich mit der Zeit. Es entsteht das Bedürfnis, diese Änderungen der Modestile entsprechend zu nennen. Dabei strebt man nach der Kreativität und Expressivität der Lexik.

Fast alle entlehnten Anglizismen werden eingedeutscht und sind solcherweise Hybridbildungen. Neben der im heutigen Deutschen herrschenden Tendenz zur Verknapfung und Abkürzung entwickelt sich eine entgegengesetzte Tendenz zur Bildung der kreativen Zusammensetzungen. Man kann darunter ganze Wortfamilien finden. Zu nennen sind die folgenden:

- mit dem Substantiv *der Look*: *der Einheitslook*, *der Ethno-Look*, *der Lagenlook*, *der Marine-Look*, *der Mini-Look*, *der Großstadtlook*, *der Marlene-Dietrich-Look*, *der Rebellenlook*, *der Retrolook*, *der Safari-Look*;

- mit dem Substantiv *der Style*: *der Baby-Doll-Style*, *der Achtziger-Style*;

- mit dem Substantiv *der Trend*: *die Trendfarbe*, *der Trendtreter*, *der Modetrend*, *trendy*.

Die meisten Hybridbildungen sind anhand der Metaphorisierung entstanden und drücken in den überwiegenden Fällen positive Emotionen aus. Viele von ihnen sind Einmalbildungen, wie *der Marlene-Dietrich-Look*, *der Safari-Look*. Das entlehnte Substantiv *der Look* kommt vom englischen Verb *to look* „sehen, gucken, schauen,

zugewandt sein, aussehen“. Im Moment werden im Modebereich die deutschen Entsprechungen *das Äußere, das Aussehen* fast nicht gebraucht. Wie es schon erwähnt wurde, kommen sehr oft Zusammensetzungen mit *der Look* vor. *Der Marine -Look* drückt ein Meeresmotiv aus. Das Wort *die Marine* bedeutet inzwischen ein Seestück. Es erweckt bei uns gleich das Gefühl der See, der Sonne und natürlich des heißen Sommers: *Der Marine-Look ist in der Farbkombination Blau-Weiß angesagt* [12, S.14].

Marlene Dietrich war eine deutsch-US-amerikanische Schauspielerin und Sängerin. In den frühen 1930er Jahren gelang ihr der Aufstieg zur international berühmten Künstlerin, und sie wurde als erste Deutsche ein Filmstar in Hollywood.

In der Geschichte blieb sie als eine immer schick gekleidete Frau. Infolgedessen entstand eine Kreativbildung *der Marlene-Dietrich-Look* zur Bezeichnung ähnlicher Stilart, die diese Schauspielerin vertreten hatte: *Weite Hosen im Marlene-Dietrich-Look werden kombiniert mit zarten Chiffonblusen und warmen Wollpullovern* [14, S. 26].

Die kreative Zusammensetzung *der Einheitslook* drückt „einheitliches, keine individuelle Note aufweisendes Aussehen“ aus und wird oft abwertend gebraucht [2, S. 433]. Es ist ein klares Beispiel dafür, dass es in der Mode manchmal auch negative Züge gibt. Modetendenzen und Richtungen haben meist viel Gemeinsames, was nicht immer positiv besonders von Jugendlichen bewertet wird: *Viele junge Leute wollen allerdings keinen Einheitslook* [22, S. 22].

Das ethnische Motiv kommt immer wieder zurück, es ist in der Mode höchst aktuell. Diese Modetendenz auszudrücken passt die Hybridbildung *der Ethno-Look* ausgezeichnet. Dieses zusammengesetzte Substantiv ist kurz und sehr kreativ, weil die erste Komponente eine aus dem Griechischen kommende Abkürzung ist aber sehr vieles beinhaltet. In unserem Fall basiert die Mode auf den Volkstrachten. Das Substantiv kommt sehr oft vor. Die Beispiele aus der Zeitschrift: *Auf den Kleiderstangen der Boutiquen hängen Outfits, die mit ihren orientalischen Elementen stark an den Ethno-Look der 70er Jahre erinnern. Die Muster und leuchtenden Farben der fernen Länder im Osten verbindet der Ethno-Look mit der funktionellen Mode des Westens* [16, S. 26].

Das Adjektiv *retro* lateinischer Abstammung wird zur Nachahmung von Elementen früherer Stilrichtungen in Musik, Design und Mode verwendet. Die Hybridbildung *der Retrolook* betrifft Kleidung und Accessoires wie auch das Aussehen mit den Elementen der alten Stile: *Außerordentlich feminin wirken auch die A-linienförmigen Tops, Jacken und Kleider im Retrolook der 60er Jahre* [14, S. 26].

Um die grüne, braune Farbe, die wilde Kleidungsweise und tierische Motive hervorzuheben, verwendet man die kreative Neuschöpfung *der Safari-Look*. Diese Hybridbildung versteht man entsprechend dem Safarimotiv metaphorisch:

Durch den wilden Großstadtdschungel im Safari-Look [18, S. 23].

Unter dem Substantive *der Großstadtlook* versteht man die Stilrichtungen, die für eine Großstadt kennzeichnend sind. Diese vertreten meist reiche und vermögende Leute: *Krasser Gegensatz zur neuen Klarheit – der Großstadtlook, ebenfalls in diesem Herbst angesagt* [14, S. 26].

Das Substantiv englischer Herkunft *der Comeback* hat im Deutschen die Bedeutung „Neubeginn einer Karriere durch erfolgreiches Wiederauftreten nach längerer

Pause“ [2, S. 341]. Dieses Wort hat im Modebereich auch eine übertragene Bedeutung. In diesem Fall geht es um das Zurückkommen irgendwelches Stoffes, bestimmter Farbe, einzigartiges Motivs, Mustern in die Mode, die in bestimmter Modesaison wieder aktuell und modern sind: *Was nicht nur ein Comeback für den Lagenlook bedeutet, sondern auch die Kinderwelle aufleben lässt* [12, S. 14].

Synonymisch zum *Comeback* wird das englische Substantiv lateinischer Abstammung *das Revival* verwendet, welches „das Wiederaufleben, die Erneuerung“ bedeutet [2, S. 1310]: *Mit dem Comeback von Nena und der Neuen Deutschen Welle in Deutschland hat es auch die Mode zu einem Revival geschafft* [11, S. 37].

Das Substantiv englischer Herkunft *der Flowerpower* [16, S. 26] ist ein aktuelles Beispiel zum Ausdruck der Expressivität im Modetrend. Das englische *flower power* wird wörtlich als „Kraft der Blumen“ übersetzt. Es wird im übertragenen Sinne verwendet, um sowohl die Helligkeit, Verschiedenfarbigkeit in der Kleidung als auch das Blumenornament zu unterstreichen. Es kann auch als Metapher betrachtet werden, weil hier die Übertragung von Funktionen auf leblose Objekte geschieht.

Zur Wiedergabe der Modetendenzen werden nicht nur entlehnte Anglo-Amerikanismen gebraucht. Die früheren Entlehnungen aus dem Lateinischen erleben im Wortbildungsprozess des modernen Deutschen wieder und stellen eine ausgezeichnete Basis zur Bildung der neuen Kreativitäten dar. Die Latinismen können auch selbstständig zum Zweck der Expressivität in der Mode gebraucht werden. Das emotionell gefärbte Substantiv *die Perfektion* wird im Modestil zur Betonung des höchsten Grades der Schönheit sehr breit und oft gebraucht. Wenn alles zueinander passt und alles perfekt ist, dann herrscht bei der Gestalt eine Perfektion: *Die Kunst des Weglassens ist der Weg zur Perfektion* [18, S. 22]. Das lateinische Substantiv *das Unikat* spielt in der Modesphäre sehr gebräuchlich. Das wichtigste ist in der Mode etwas, was nur einmal vorhanden ist, was es in einem Exemplar gibt, d.h. in diesem Fall die einzige Ausfertigung eines Kleidungsstücks. Es geht um individuelles Aussehen, was nur dank *dem Unikat* erreicht werden kann. Das Substantiv ist emotionell gefärbt, mit dessen Hilfe die Einzigartigkeit der Kleidung einer jeden Frau unterstrichen wird: *Jedes ihrer Kleidungsstücke ist ein Unikat* [22, S. 22].

Die lateinischen Adjektive haben in der Werbung eine außerordentlich große stilistische Belastung, weil sie zum Ausdruck der Emotionen sehr gut geeignet sind.

Natürlich nimmt das fremde Adjektiv *perfekt* in der Welt der Reklamen einen wichtigen Platz ein. Dieses Adjektiv gehört zur deutschen Umgangssprache. In der Mode wird es zum Ausdruck eines hohen Grades der Expressivität verwendet: *Unifarbene Shirts und Jacken machen das Wohlgefühl perfekt* [22, S. 26].

Das aus dem Lateinischen entlehnte Adjektiv *originell* wird umgangssprachlich in der Bedeutung „sonderbar, komisch und eigenartig“ verwendet: *Einzigartig und originell sind auch die Kollektionen von Anita Miller* [22, S. 22].

Eines der gebräuchlichsten in der Modewelt ist das aus dem Lateinischen entlehnte Verb *inspirieren* „zu etwas anregen oder jemandem, einer Sache Impulse verleihen“ [2, S. 937]. Dieses Verb drückt expressive Gefühle aus und ist im

Modebereich sehr beliebt: *Sie wurde inspiriert von den fernen Ländern Afrikas* [18, S. 22].

Die Umgangssprache gilt im Modebereich als ein wichtiges Mittel für die erfolgreiche Werbung. Dank der Umgangslexik werden die Modetendenzen den Menschen nähergebracht, die ihnen solcherweise noch zugänglicher werden. Die umgangssprachlichen Wörter haben in den überwiegenden Fällen übertragene Semantik, mit deren Hilfe die Modetendenzen sehr ausdrucksvoll zum Vorschein kommen und Leser der Zeitschrift tief beeindruckt werden können.

Das Verb *abtun* hat die umgangssprachliche Bedeutung „etwas ablegen, absetzen; einer unangenehmen lässigen Sache keine Bedeutung beimessen“ [2, S. 97]. Es geht um solche Sachen, Klamotten, die auf gar keinen Fall mehr getragen werden können, weil sie altmodisch sind. Im folgenden Satz legt man einen besonderen Akzent auf die Wichtigkeit derjenigen Elemente, die jeweils modern waren aber bis heute ihre Beliebtheit nicht verloren hatten: *Zwar sind die 60er Jahre schon ein Weilchen her, jedoch kein Grund, um die Zeit gleich als altmodisch abzutun* [15, S. 27].

Das Substantiv *der Schrott* hat im Modebereich eine übertragene Bedeutung. Es wird in der Umgangssprache relativ oft benutzt und bedeutet „ein unbrauchbares oft altes, kaputtes Zeug“ [2, S. 1408]. In der Mode ist es ein altes, nutzloses und unmodisches Kleid. Alles, was nicht trendig ist, ist *ein Schrott*.

Umgangssprachlich wird aus der englischen Sprache entlehntes Verb *ausflippen* (*to flip out*) gebraucht, das in der deutschen Sprache eine Hybridbildung ist. Es bedeutet in der Umgangssprache „sich bewusst außerhalb der gesellschaftlichen Norm stellen“ [2, S. 201]. Besonders oft kommt im Modebereich das Partizip II *ausgeflippt*, das in der Bekleidung oder im Stoff etwas Außergewöhnliches, Hervorragendes und die Kühnheit hervorhebt: *Warm und kuschelig, ausgeflippt und schräg, feminin und herb – das ist der Herbst 2008* [17, S. 24].

Das Adjektiv *knallig* hat in der Umgangssprache die übertragene Bedeutung „grell, auffallend, schreiend“ [2, S. 915]. Es wird meistens mit dem Substantiv *Farben* (*knallige Farben*) metaphorisch gebraucht: *Angelehnt an den Rebellenlook der Rocker- und Punkszene in den 80ern erlebt das Jahrzehnt mit Röhrenjeans und XXL-Pullovern in knalligen Farben ein neues Revival* [18, S. 26]. Solche Farben können in die Mode kommen oder hinter der Mode zurückbleiben: *Dabei ist keine Farbe knallig* [22, S. 18].

Mit Hilfe des Partizips II *angesagt* wird in der Mode ein solches Element hervorgehoben, welches sehr gefragt, sehr begehrt ist. Davon zeugen die folgenden Beispiele: *Der Marine-Look ist in der Farbkombination Blau-Weiß angesagt* [12, S. 14]. *Krasser Gegensatz zur neuen Klarheit – der Großstadtlook, ebenfalls in diesem Herbst angesagt* [14, S. 26].

Mit der übertragenen Bedeutung des Adjektivs *steif* werden starke, kräftige und starre Eigenschaften unterstrichen. Umgangssprachlich bezeichnen damit die Menschen zurückhaltende Sachen. In der Mode geht es um Ähnliches: *Keine Angst, der Herbst wird weder britisch-konservativ noch steif, sondern eher skandinavisch locker* [14, S. 26].

Das umgangssprachliche Adjektiv *schräg* hat übertragene Semantik „von der Norm, vom Üblichen und Erwarteten abweichend“ [2, S. 915] und wird synonymisch mit dem englischen *ausgeflipt* gebraucht, zum Beispiel:

Warm und kuschelig, ausgeflipt und schräg, feminin und herb – das ist der Herbst 2008 [17, S. 24].

Zusammenfassend kann man zum Schluss kommen, dass im Modebereich die zahlreichen neuesten Tendenzen mittels der verschiedensten Sprachmittel zum Ausdruck gebracht werden. Die Webung der Modekleidung und Accessoires verlangt große Bemühungen, um einen tiefen und erfolgreichen Eindruck auf die Menschen auszuüben. Die Wiedergabe der Modetendenzen vollzieht sich mit Hilfe der expressiven Bedeutungen der Lexik. Die Wörter, die dabei verwendet werden, besitzen verschiedene Gefühle und Empfindungen, expressive Schattierungen. Sie geben der Kleidung, den Modestilen und Richtungen intensive Schätzung und Charakteristik bei. Gerade dank den sprachlichen Mitteln wird bei den Lesern der Zeitschrift großes Interesse zur Trendkleidung erweckt.

Literatur

1. Duden. Deutsche Grammatik. – Mannheim, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1997. – 409 S.
2. Duden. Deutsches Universalwörterbuch. – Mannheim: Dudenverlag, 2003. – 1892 S.
3. Hoberg R. Sprechen wir bald alle Denglisch oder Germeng? // Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende. Sprachkultur oder Sprachverfall?. – Mannheim: Dudenverlag, 2000. – S. 303-316.
4. Iskos A., Lenkowa A. Deutsche Lexikologie. – Leningrad: Proswestschenije, 1970, – 294 S.
5. Ladtschenko M.M., Petruschynez N.J. Kreative Neologismen in der deutschen Jugendsprache// Матеріали Міжнародної студентської наукової конференції „Культура і мова сучасної молоді“ до 175-річчя НПУ ім. М.П.Драгоманова. - К., 2009 р. - С. 258- 261.
6. Lewkowskaja X.A. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache.- М.: Vissaja Skola, 1968. -319 S.
7. Oguy O. Lexikologie der deutschen Sprache. – Winnyts’a: Nowa knyha, 2003. – 416 S.
8. Stepanowa M., Černyševa I. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. – Moskau: Hochschule, 1986. – 248 S.
9. Ладченко М.М. Гібридні утворення англійського походження у сучасній німецькій мові//Сучасні дослідження з іноземної філології. Збірник наукових праць. Випуск 3./Відп. Ред. Фабіан М. П. – Ужгород: ПП Піголіцип, 2005. – С. 97 – 103.

10. Ладченко М.М. Деякі аспекти словотворення і функціонування неологізмів у сучасній німецькій мові // Сучасні дослідження з іноземної філології. Збірник наукових праць. Випуск 5./Відп. Ред. Фабіан М. П. – Ужгород: ПП Обручар В. В., 2007. – С. 175 – 181.
11. vitamin de/ nr 31/ Winter 2007. – 42 S.
12. vitamin de/ nr 32/ Frühling 2007. – 42 S.
13. vitamin de/ nr 33/ Sommer 2007. – 42 S.
14. vitamin de/ nr 34 / Herbst 2007. – 42 S.
15. vitamin de/ nr 35/ Winter 2007. – 42 S.
16. vitamin de/ nr 36 / Frühling 2008. – 38 S.
17. vitamin de/ nr 38/ Herbst 2008. – 42 S.
18. vitamin de/ nr 40/ Frühling 2009. – 38 S.
19. vitamin de/ nr 41/ Sommer 2009. – 38 S.
20. vitamin de/ nr 43 / Winter 2009. – 38 S.
21. vitamin de/ nr 45/ Sommer 2010. – 38 S.
22. vitamin de/ nr 46/ Herbst 2010. – 38 S.

Резюме

Ця стаття присвячена дослідженню мовних засобів вираження модних тенденцій у сучасній німецькій мові, які можна простежити на матеріалі сучасних німецьких журналів. Запозичення з різних мов, але передусім з англійської, становлять базу для утворення численних неологізмів у галузі моди, яким притаманні креативність та експресивність. Це стосується великої кількості гібридних утворень та лексики з переносним значенням. Розмовна лексика базується також на перенесенні значень та використовується з метою реклами модних тенденцій у одязі, стилів та напрямів. Всі мовні засоби вираження модних тенденцій покликані експресивно впливати на читачів, що і є однією з найголовніших цілей реклами.

PRESENTATION ON RELATIONS BETWEEN LEXICAL UNITS AND THEIR MEANINGS

Leláková Eva
University of Žilina

1. Lexical meaning

Lexical meaning – as one type of language meaning – is a specific reflection of objective extra-language reality in human mind influenced by subjective attitudes and feelings of language users and processed by a lexical unit – lexeme. Miko [1994:66] develops its definition by assumption that “it is a cartesian intersection of all encounters with an object which take place in the mind of a person....a cartesian intersection of all social and individual situations in which the object occurred....an interiorized object in its general shape – a pragmatic concept.”

Lexical meaning is formed by a hierarchical structure of elementary, further unanalysable semantic components or semes by which all the vocabulary can be described. They are of various level of abstraction and determine the semantic-syntactic environment of the word.

2. Componential analysis

Semantic structure of words is studied by the methods of componential and structural analysis which are interrelated. Componential analysis (CA) or lexical decomposition – as one of the main methodologies of structuralist semantics – is a logical development from the lexical field theory as it describes the sense relations among lexemes of a specific field in a formalized, precise and detailed way. By application of this form of semantic analysis individual meanings of polysemantic words with different componential structure are decomposed into semes.

2.1 Historical background

CA – in other words – is a method for describing mutual oppositions between the lexical units of the field. It has been used since the second half of 1950s by American (e.g. Floyd G. Lounsbury, Eugene Nida, Ward Goodenough, Brent Berlin, Paul Kay, and Wilhelm von Humboldt) as well as European linguists (e.g. Louis Hjelmslev, Bernard Pottier, Eugenio Coseriu, Uriel Weinrich, Jerrold J. Katz, and Jerry A. Fodor) who found the common inspiration in structural phonology. American anthropologists used CA for kinship terms, personal pronouns, gradable antonyms, and colour terms, Louis Hjelmslev applied it on certain sets of animals, and Katz and Fodor on dictionary definitions. In their theory, Katz and Fodor used the terminology of semantic markers (present in the lexical meaning of the studied word as well as in the meanings of other words) and semantic distinguishers which made the studied word specific and unique.

3. Matrix of LSF

In the present componential approach we have replaced the binary features (\pm notation) – a traditional and oversimplified organizing principle of semantic analysis – by a two-dimensional structure (matrix) into which we could fit all the studied meanings of selected lexemes and through which we could study interconnections between the

related meanings of different lexical units as well as between different meanings of a specific lexical unit.

3.1 Matrix in linear algebra

In mathematics, matrix is defined as a certain set of mathematical objects (elements of a matrix) arranged into regular rows and columns which form a two-dimensional rectangular array.

$\begin{pmatrix} 3 & 0 & -6 & 4 & 11 \\ 6 & -1 & 4 & 1 & 13 \end{pmatrix}$ Numbers 3, 0, -1 ...13 are elements of the present matrix arranged in 2 rows and 5 columns. The size of matrix is 2-by- 5 (2x5).

$\begin{bmatrix} 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 2 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 3 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{bmatrix}$ 4x4 matrix

$\begin{bmatrix} 1 & 2 & 3 \\ 4 & 5 & 6 \\ 7 & 8 & 9 \end{bmatrix}$ 3x3 matrix

In linear algebra matrices serve for an effective and tabular notation of linear equations and represent linear transformations.

3.2 Matrix in linguistic research

If we understand a lexical meaning of the word as a reflective category and if the reflection of reality in the human mind is characterized by the form of a lexeme; if the work with semantic components of the lexical meaning is done within a language system, depiction of relation among individual units of language can be very effective and precise when a matrix adapted for this specific aim is used.

3.3 Matrix of lexico-semantic field (LSF)

In the present research one fragment of English vocabulary (LSF of the nouns denoting *happiness*) and one fragment of Slovak vocabulary (LSF of the nouns denoting *šťastie*) are observed. In these specific cases two-dimensional matrices present the semantics of the nouns denoting *happiness/šťastie*. The matrices consist of two axes – a vertical one indicates a lexical stock and the horizontal one indicates a seme stock of the collected language material (Figure 1, Figure 2). The composition of matrices requires an application of a mathematical method called weighting, by which each element of the seme stock is given different weight. The weight of a specific investigated word/lexeme is given by the sum of weights of its meanings. The more the meaning is to the left of the horizontal axis, the lower its weight is. That means that if the number or importance of the meanings of a word changes, or even if the word ceases to be important for the research, the matrix can be instantaneously readjusted and the work with the updated data is carried out.

4. Lexemes and semes – elements of a matrix

Nouns denoting *happiness/šťastie* in English and Slovak language have been obtained by a detailed explanatory dictionary analysis – on the basis of Oxford English Dictionary and Krátky slovník slovenského jazyka 4. Collected nouns/lexemes have been consequently arranged in descending order according to the number of their meanings and put on the vertical axis of both matrices. Semes obtained by a componential analysis form a horizontal axis of a matrix. The matrix of the nouns denoting happiness in English has size 198x160 with 31 680 segments (Figure 1), the size of the matrix of Slovak nouns of happiness is 162x102 and it contains 16 524 segments (Figure 2).

5. Advantages of matrix analysis

Matrix represents a pre-step to a LSF construction and enables a detailed quantitative and qualitative analysis of the language material and the study of the relations not only between a specific lexeme and its meanings, but also relations between meanings of other lexemes of a specific field. It can also be used for the needs of comparative analysis and divided into sectors within which language data can be analysed and compared.

Segments of a matrix can be either filled or empty. Filled segments represent multiaspectual relations among individual lexemes, and empty ones logically mean a zero semantic intersection. A high or low tendency of the observed words to be connected with other words of the field can be deduced from the density of filled segments of a chosen fragment.

Furthermore, it is evident from the matrix that different meanings of polysemantic words have different componential structure and there exists a relation between lexemes and semes which can be notified as $I: x \text{ for } x > 1$ (x represents the number of semes). The only exception in our research is the case of monosemantic words, where $x=1$.

Another indisputable advantage of a matrix is that it can be updated whenever it is necessary; its content can be readjusted without the risk of breaking an already created and existing system. As the English and Slovak vocabulary is in permanent motion, the position of lexemes and semes in it is continuously changed, too. Some of the meanings of the words are becoming obsolete or even archaic; others are more popular and colloquial than any time before. A well-constructed matrix helps to react on these changes.

Also the functionality of semes – their more or less numerous occurrences in lexical meanings of words – can be deduced and assessed on the basis of a matrix. After a detailed analysis of matrices we have reached a conclusion that is identical with the opinion of Fabian [1998:116]. She claims that the more often the seme is met in the lexical meanings of a big quantity of words, the more general it is and the more it is deprived of emotional colouring.

		Seme Stock																	
		67	54	29	54	29	19	8	14	12	3	5	2	12	6	9	2	21	89
Count		Lexical stock																	
		In phrases	In plural	Figurative meaning	That which.....	Science	Art	Place, stay	Freedom from	Quietness, tranquility, peace, calmness	Sport	Part of	Support for	Absence of	Repose, relief, release from	Vigour, strength, power, energy	Rest, cessation, stopping, arrest	Biblical, religious use	Quality, attribute, trait
16	Rest	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
16	Love	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
13	Fortune	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
13	Relief	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
13	Repose	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Heart	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Pride	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Triumph	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Joy	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Safety	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Content	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Goodness	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
12	Liking	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
11	Charity	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
11	Salvation	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Heaven	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Freedom	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Charm	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Felicity	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Comfort	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Pleasure	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Peace	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Satisfaction	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Jollity	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Weal	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
10	Pleasance	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Sunshine	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Mirth	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Cheer	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Rapture	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Kindness	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Welfare	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Lightness	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Delight	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Jest	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Ease	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Vivacity	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Gratification	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Affection	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
9	Relish	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
8	Friend	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆
8	Luxury	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆

Fig.1. Matrix of LSF of English nouns of happiness – upper left part

Počet	Seme Stock		18	17	11	4	8	2	1	1	1	2	1	7	5	6	7	13	21	6	5	
	Lexical stock		Frazeologizmy	Veda	To, čo...	Expresívny výraz	Ľudová slovesnosť	Oslovenie	Stred	Časť	Jedlo	Život	Kartársky výraz	Kladný vzťah, postoj	Náklonnosť, naklonenosť	Osoba, človek	Predmet, vec	Náboženstvo, Biblia	Stav	Súlad, zhoda, harmónia	Vyrovnanosť, rozvaha, pokoj	
11	Srdce		◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆									
6	Láska		◆				◆							◆	◆	◆	◆					
6	Pokoj		◆															◆	◆	◆	◆	
6	Milosť		◆															◆				
5	Radosť		◆		◆		◆												◆			
5	Šťastie		◆			◆	◆												◆			
5	Nebo		◆			◆												◆				
5	Extáza			◆														◆	◆			
5	Dobrota																		◆			
4	Dobro		◆	◆																		
4	Potešenie		◆		◆														◆			
4	Raj		◆			◆	◆											◆				
4	Pohoda		◆																			◆
4	Idyla			◆								◆							◆			
4	Harmónia			◆																◆		
4	Zábavka																◆					
4	Požehnanie																	◆				
4	Mier																	◆		◆	◆	◆
4	Obľuba																		◆			
3	Selanka		◆	◆																		
3	Miazga		◆	◆																		
3	Nirvána		◆																◆	◆		
3	Orfizmus			◆														◆				
3	Eufória			◆															◆			
3	Optimizmus			◆															◆			
3	Idealizmus			◆																◆		
3	Zápal			◆																		
3	Humanizmus			◆																		
3	Vitalita			◆																		
3	Potecha				◆															◆		
3	Zdar				◆																◆	
3	Priateľ						◆	◆														
3	Eden						◆											◆				
3	Gusto						◆															
3	Náklonnosť													◆								
3	Dobromyseľnosť														◆							
3	Blaženosť																	◆	◆			
3	Nebesá, nebesia																	◆				
3	Vytrženie																		◆			
3	Plezír																					
3	Zábava																					
3	Rozptýlenie																					
3	Radovánky																					

Fig.2. Matrix of LSF of Slovak nouns of happiness – upper left part

Literature

1. Blanár V.: Lexikálno-sémantická rekonštrukcia. -Bratislava: Veda, 1984. - 216 p.
2. Burchfield, R.W., Quirk R. Oxford English Dictionary. 2nd Edition on CD-ROM. Version 3.1. - OUP, 2004.
3. Fabian, M.: Етикетна лексика в українській, англійській та угорській мовах. - Ужгород: Інформаційно-видавниче агентство "ІВА", 1998. -255 p.
4. Kačala, J. a kol. Krátky slovník slovenského jazyka 4. - Bratislava: VEDA, 2003. - 985 p.
5. Kráľová, Z. Matematicko-štatistická analýza vybraných faktorov anglickej fónickej kompetencie. // Acta humanica: Philology. - N.1- 2009. - P. 60-79.
6. Leech, G. N. Towards a semantic description of English. - London: Longmans, Green and Co Ltd, 1969. -277 p.
7. Lehrer, A. Semantic fields and lexical structure. - Amsterdam: North-Holland Publishing Company, 1974. -225 p.
8. Lyons, J. Linguistic Semantics. An Introduction. - Cambridge: CUP, 1995. 376 p.
9. Miko, F. 1994. Význam. Jazyk. Semióza. Metodologické reflexie.- Nitra: Vysoká škola pedagogická, 1994. -140 p.

This paper has been written with the support of Cultural and Educational Grant Agency of Slovak Ministry of Education, project: K-09-004-00.

Summary

The paper deals with a new componential approach to categorization and organization of lexicon – a matrix analysis. Matrix presents semantics of the nouns denoting happiness in English and Slovak language in a formalized way and enables a researcher to observe relations among individual lexemes of a specific lexico-semantic field and their lexical meanings.