

3. Слугина О.В. Лингвокогнитивные основы поэтической квантитативности (на материале английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / О.В. Слугина. – Нижегород. гос. ун-т им. Н.А.Добролюбова. – Н.Новгород, 2009. – 23 с. – На правах рукоп.
4. Чеснокова Л.Д. Категория количества и способы ее выражения в современном русском языке / Л.Д. Чеснокова. – Таганрог, 1992.
5. Швачко С.А. Языковые средства выражения количества в современном английском, русском и украинских языках / С.А. Швачко – Киев.: Вища школа, 2006 .

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ ИСТОЧНИКИ

1. The Oxford Dictionary of English Etymology. – Oxford: Oxford Uni. Press, 2003.

Е.А. КОРЕНСКАЯ

Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

МЕТОНИМИЧЕСКИЕ СДВИГИ КАЧЕСТВЕННЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ

(на материале романа Э.М. Ремарка «Три товарища»)

Появление ряда лингвистических работ, посвященных исследованию метонимии, является закономерным продолжением многолетнего изучения метафоры. Стоит отметить, что в исследованиях отечественных лингвистов развитие получил широкий подход к метонимии (ср. утверждение А.А. Потебни о том, что «всякое изображение *v.* представление явления (вещи, действия и состояния, качества) в виде одного из его моментов, в том числе в виде впечатления, – есть метонимия» [Потебня 1990: 193], или описанные В.В. Виноградовым «метонимические подразумевания», вызываемые словом [Виноградов 1959: 62]) [Бэбби 1985: 156-170].

В лингвистических работах последних лет метонимия рассматривается в разных направлениях и в разных аспектах. Это объясняется развитием лингвистической науки, расширением сферы интересов семантики, которая выходит за пределы описания слова. Об этом в своих работах говорит Ю.Д. Апресян: «современная семантика стремится описать лексемы и другие содержательные единицы языка во всей совокупности их свойств, включая коммуникативные, синтаксические, сочетаемостные, просодические, морфологические и т.д...» [Апресян 2006: 40]. В современной лингвистической семантике кроме разнообразия рассмотрения метонимии отмечается также расширение границ самого явления, преодоление рамок традиционных представлений о «прототипической» смежности части и целого, пространственных, временных, причинно-следственных и других связях [Сандакова 2001: 439]. Так, концепция метонимии как «перемещения фокуса внимания говорящего с одного участника на другого, тоже присутствующего в ситуации»

[Падучева 1996: 489] реализуется группой исследователей при изучении семантической деривации глагола [Падучева 2001] и прилагательного [Киселева 2009]. Как метонимия рассматриваются явления функционально-прагматического плана, в частности косвенные речевые акты в репликах диалога (замена просьбы вопросом и под.) [Раевская 1999]. Однако метонимия прилагательного все еще остается изученной гораздо меньше, чем, например, метонимия существительного или глагола, что объясняет актуальность изучения данного явления. В статье предпринимается попытка рассмотрения метонимических сдвигов в сфере качественных прилагательных на материале произведения Э.М. Ремарка «Три товарища».

Рассмотрение метонимических сдвигов в сфере качественных прилагательных в немецком художественном тексте представляет научный интерес, поскольку позволяет взглянуть на метонимию с позиции прагматики, а также затронуть проблему разграничения метонимии и метафоры. Метонимический перенос в семантических структурах прилагательных совершается не непосредственно от прямого значения прилагательного, а от тех импликаций, которые связываются с этим значением в составе сочетания прилагательного с неким существительным, другими словами, производное метонимическое значение прилагательного существует и выявляется сочетаемостью. Таким образом, метонимическое значение прилагательного реализуется только в контексте: минимальном (одно ключевое слово) – для узусуальных метонимических значений и расширенном – для значений окказиональных [Резанова 1986:130-131]. В отечественной лингвистике существует несколько классификаций метонимии прилагательного. Например, классификации метонимии прилагательного М.В. Сандаковой, А.К. Бириха. В данной статье мы рассматриваем признаки «части» – «целого», подкласс «характеристика частей (тела) человека – характеристика всего (тела) человека»:

Frühmorgens fing das schwere Feuer der Engländer an. Er starb am nächsten Morgen, grün und schwarz im Gesicht (Remarque).

В данном примере цветное описание лица умершего человека характеризует состояние всего тела и непосредственно состояние умершего.

Die Schultern waren sehr gerade, aber etwas vorgebeugt, die Hände schmal, überlang und eher etwas knochig als weich (Remarque).

Прилагательные *schmal*, *knochig*, описывающие руки человека, характеризуют и все его тело.

Aber warum denn nicht? Erwiderte es ruhig, mit einer überraschend dunklen Stimme (Remarque).

Оценочное прилагательное *dunkel*, описывающее голос человека, переносится на его душевное состояние, и, как следствие, достаточно пессимистическое ожидание последующих действий собеседника.

Это же явление, только связанное с благоприятным воздействием голоса на слушающего его, повышающее настроение, наблюдается и в следующем

примере:

Als ihre dunkle, etwas rauhe Stimme geisterhaft plötzlich in Frau Zalewskis Vorzimmer ... sprach ... verschwand auf einmal meine Unzufriedenheit.

Ich hielt einen Augenblick ihre Hand in meiner und spürte ihren warmen, trockenen Druck (Remarque).

В данном примере качественные прилагательные *warm, trocken*, характеризующие действие, производимое человеком, также описывают состояние рук, производящего рукопожатие и, в то же время, дают характеристику атмосфере, в которой в настоящий момент пребывают двое людей, держащихся за руки, а именно, тепло и сухость, как правило. Ассоциируются с уютом, безопасностью, душевным спокойствием.

Er war eigentlich ein sanfter Mann, mit abfallenden Schultern und einem kleinen Schnurrbart (Remarque).

Прилагательное *sanft*, описывающее внешние качества человека, одновременно дает характеристику и его характеру, а следовательно, поведению, манере общения и отношения к окружающей действительности.

Многие исследователи отмечают, что метонимия является контекстуальным выражением [Лотман 1998:36-60]. Ж. Лакан указывал на то, что метонимия основывается на связи слов. В метонимиях обычно имеет место процесс обобщения, если речь идет не о предметных представлениях, а о представлениях о предметных представлениях:

Die Nacht stand groß und schwiegend um das kleine Haus (Remarque).

Характеристика, данная ночи, переносится также на время наступления и продолжения темноты. В данном случае прилагательное *большой* ассоциируется с прилагательным *длинный*, которое часто является характеристикой времени. Стоит также отметить, что в данном примере *большая ночь* противопоставляется *маленькому дому*, наводя на раздумья и мысли о чувстве одиночества героев произведения.

Er fegte durch den leichten Märznebel, wir atmeten rasch, die Stadt kam uns entgegen, feurig und schwankend im Dunst (Remarque).

Характеристика тумана в марте, первом месяце весны отображает легкое настроение и надежду героев романа. Город, описываемый как *огненный*, предстает перед читателем в свете фонарей и лам, зажигаемых вечером.

Одним из наиболее часто встречаемых классов метонимического переноса является класс «состояние – каузатор состояния»:

Er hat den stillen Moment überstanden! Den stillen Geburtstagsmoment... (Remarque).

Прилагательное *still* отображает напряжение и ожидание, присущие моменту рождения нового человека. Итак, тихий момент – тихий, напряженный человек, который именно из-за окружающей обстановки находится в таком состоянии.

Aber eine Wohnung kostete Geld, und ein Kind bei diesen unsi-

cheren Zeiten – wer konnte sich das leisten (Remarque).

В данном примере характеристика, данная определенному отрезку времени, отражает состояние героев произведения, ситуацию, в которой они находятся, условия, в которых они живут.

Ich saß noch eine Weile Aber ich hatte nicht die richtige schläfrige Ruhe wie sonst, wenn das International so eine Art Sonntagsheimat für mich war (Remarque).

Прилагательное *schläfrig*, относящееся к атмосфере в упомянутом помещении, описывает также и состояние человека, который находится в этом помещении, словно оказывает на него определенное воздействие.

Das scharfe Licht der Preßluftbohrer spitzte grün über den Asphalt (Remarque).

В данном примере прилагательное *scharf*, относящееся к свету, характеризует атмосферу улицы, а также внутреннее напряжение героев произведения, которые видят этот свет, их чувства опасности и ожидание дальнейших событий.

Wir mussten uns von dieser Sturzflut an blumiger Phantasie erst erholen (Remarque).

Прилагательное *blumig*, как правило, ассоциируемое с романтикой, теплым временем года, любовью, отражает окружающую героев атмосферу и состояние нежных чувств друг к другу, в которых они пребывают.

Приведенные выше примеры подтверждают описание метонимии как семантического перехода, который возникает на базе «смежности» двух ситуаций. При метонимическом сдвиге семантическое отношение между двумя значениями возникает в границах общей для них концептуальной области [Сгоф 1993]. Важным является то, что основное назначение метонимии заключается именно в выделении и акцентировании некоторого фрагмента этой области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Апресян Ю.Д. Языковая картина мира и системная лексикография / Ю.Д. Апресян. – М., 2006. – 40 с.
2. Бэбби Л. Глубинная структура прилагательных и причастий в русском языке / Л. Бэбби // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XV. – М., 1985. – С.156-170. "
3. Виноградов В.В. О языке художественной литературы / В.В.Виноградов. – М., 1959. – 62 с.
4. Киселева К.Л. Корпусные исследования по русской грамматике / К.Л. Киселева, В. А. Плунгян, Е. В. Рахилина, С. Г. Татевосов. – М., 2009.
5. Падучева Е.В. Семантические исследования. Семантика времени и вида в русском языке. Семантика нарратива: монография / Е.В. Падучева. – М., 1996. – 489
6. Потемня А.А. Теоретическая поэтика / А.А. Потемня. – М., 1990. – 193с.
7. Раевская О.В. О некоторых типах дискурсивной метонимии / О.В. Раевская // Известия АН. Серия литературы и языка. – М., 1999. – Т.58. – №2. – С.3-12
8. Резанова Н.И. Метонимическое варьирование семантики английских прилагательных: Автореф. дис. ... канд. филол. наук:10.02.04 / Резанова Н.И. – Л., 1986. – На правах рукоп.

9. Сандакова М.В. Метонимия прилагательного в русском языке: Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / М.В. Сандакова. – М., 2004. – 439 с.

В.С.НАЙДЕНОВА, О.В.КУЗЬМИНА

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

ВЗАИМОСВЯЗЬ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ ЭВФЕМИЗМОВ В НЕМЕЦКОЙ РЕКЛАМЕ

Сегодня невозможно представить современную жизнь без рекламы. Куда бы ни пал взгляд, всюду можно увидеть манящие вывески, они будто живые люди ведут диалог с потребителем того или иного продукта. Тема рекламы действительно очень популярна. Она стала объектом изучения для экономистов, историков, социологов, психологов, дизайнеров, лингвистов. Сегодня каждый товар, каждая услуга и даже конкретный человек нуждается в рекламе. В первую очередь, это связано с научно-техническим прогрессом. Ведь реклама сейчас размещается не только в газетах или на телевидении, но и на специальных больших электронных щитах, которые привлекают к себе внимание людей не только меняющейся картинкой, но и музыкальным сопровождением или встроенным голосом.

Для того чтобы подробнее остановиться на этом вопросе, необходимо дать точное определение данному явлению. На первый взгляд кажется, что с определением рекламы все просто и ясно. Но если обратиться к компетентным источникам, то можно убедиться, что на сегодняшний момент существует множество определений рекламы. Наиболее информативное определение рекламы, на наш взгляд, дает Л.В. Матвеева: «Реклама – в лингвистике: вид речевой деятельности, целью которой является регуляция спроса и предложения на товары и услуги. <...> современная реклама – это отрасль индустрии, занимающаяся производством особой текстовой продукции (часто поликодовой, т.е. использующей не только язык (вербальный код), но и музыку, изобразительные средства, пластику), ее размещением в СМИ, исследованием ее эффективности» [Матвеева 2003: 274-275].

Анализируя рекламу, нельзя не обратиться к интересной истории ее происхождения, которая в античном мире и средневековье является очень разнообразной и насыщенной: египетский папирус, на котором осталось сообщение о продаже раба, глиняные пластины с извещением древних финикийцев о распродажах, услугах и развлечениях – все это лишь немногие атрибуты древних рекламных кампаний. История рекламы в это время включает в себя появление глашатаев, зазывал – так называемых древних форм «промоутеров». Так же в это время начинается история наружной рекламы – на улицах древнего Рима появляются специальные стены для объявлений,