

3. Дилтс, Р. Изменение убеждений с помощью НЛП / Р. Дилтс. — М.: Класс., 2003. — 185 с.
4. Лебедев, А.Н. Боковиков, А.К. Экспериментальная психология в российской рекламе / А.Н. Лебедев, А.К. Боковиков. — М., 2004. — 189 с.
5. Мокшанцев, Р.И. Психология рекламы: Учебное пособие / Р.И. Мокшанцев. — М.: Инфра-М., 2000. — 123 с.

**Х.А. Шайхутдинов,**  
*Самара*

### МЕТАФОРИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ ДЛЯ ОБОЗНАЧЕНИЯ АНТРОПОНИМОВ В НЕМЕЦКИХ СМИ

Семантические инновации, под которыми мы понимаем регулярное использование традиционного слова в каком-либо новом значении, играют заметную роль в обновлении лексического состава современного немецкого языка. Под семантическими инновациями мы подразумеваем те новые семемы, или лексико-семантические варианты (ЛСВ), которые появились на современном этапе развития языка в структуре слова, уже функционировавшего в языке. В неологии они называются семантическими неологизмами (*Neubedeutungen*, *Neusememe*) или семантическими инновациями, и среди других видов неологизмов, в частности, новых слов (*Neuwörter*) и новообразований (*Neubildungen*, *Neufotmative*) являются самой малочисленной группой, занимающая лишь около 8% от общего числа неологизмов.

Разница в терминах «семантическая инновация» и «семантический неологизм» заключается, на наш взгляд, в том, что первые, еще не вошли окончательно в словарный состав языка, а вторые же укоренились в нем и стали общеупотребительными. Кроме того, термин «семантическая инновация» предполагает любую степень обновления слова, а «семантический неологизм» приводит непременно к формированию нового ЛСВ слова и укореняется в языке, получив так называемый «гражданский» статус. Заметим, что в данной статье мы будем употреблять термин «новое значение» для выражения содержательной стороны языкового знака и «семантическая инновация» (далее — СИ) — для выражения двустороннего характера языкового знака — содержания и формата. Мы рассматриваем СИ, как

уже зафиксированные в новейших словарях, так и еще не нашедшие лексикографического отражения. Однако обязательным условием в последнем случае является употребление инновации в текстах разных авторов два и более раз.

Как известно, семантическое развитие структуры слова происходит путем семантической деривации, наиболее распространенным видом которой является метафорический перенос наименования. В данной статье рассматриваются метафорические СИ последних 20 лет в лексико-семантической группе антропонимов, заимствованные из материалов немецкой прессы. Заметим, что еще не все из них нашли лексикографическое отражение, в частности, в последнем, шестом издании «Универсального словаря» Дуден (*Universalswörterbuch*. Duden, 2007). Мы проанализируем номинации, обозначающие человека в его многосторонних отношениях к миру: профессии, другим людям, обществу, рынку потребления и т.д.

Важнейшим критерием идентификации и ограничения СИ от устоявшегося пласта лексики является критерий времени, обнаружение которого у СИ связано с большими трудностями, чем у новых слов. По этому поводу М.Кинне пишет следующее: «Der Prozess der Herausbildung der Neubedeutung ist in der Regel wesentlich langwieriger, diffiziler und somit auch schwerer erkennbar im Vergleich zum Entstehungs- und Durchsetzungsprozess von Neulexemen» [1: 84]. Для установления времени появления нового слова или значения необходимо знание объективных фактов, обусловивших их появление: так, легче определить критерий времени у инноваций, появление которых связано с потребностью номинации новых предметов или явлений, неизвестных до того. Значительно сложнее обстоит дело с инновациями, обусловленными в большей степени субъективными причинами и служащими для выражения эмоций, оценки и характеристики. В таких случаях в качестве метода обнаружения следует опираться на сравнительное изучение различных изданий одного и того же лексикографического источника, например, словаря Дуден [2]. Для надежности необходимо привлечение большого количества словарей различных типов. Незафиксированность какого-то значения слова в хронологически предшествующих словарях и их зафиксированность в новейших словарях, на наш взгляд, является достаточным основанием для констатации факта новизны значения анализируемой лексической единицы.