

DER MODE-BGRIFF IM DEUSTCHEN: EINE KOGNITIV-TERMINOLOGISCHE ANALYSE

КОНЦЕПТ МОДИ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ: КОГНІТИВНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

THE MODE CONCEPT IN GERMAN: A COGNITIVE-TERMINOLOGICAL ANALYSIS

Діденко Н.М.,
orcid.org/0009-0001-6949-8690
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри німецької філології
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Чумаков О.М.,
orcid.org/0009-0009-8431-4894
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри німецької філології
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Мельничук О.Л.,
orcid.org/0009-0008-1220-9473
старший викладач кафедри німецької філології
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Der vorliegende Beitrag widmet sich einer umfassenden kognitiv-terminologischen Analyse des MODE-Konzepts im Deutschen als einer multidimensionalen sprachlich-kognitiven Einheit, die sich an der Schnittstelle von fachsprachlichem, medialem und allgemeinsprachlichem Diskurs herausbildet. Die Aktualität der Untersuchung ergibt sich aus der besonderen Stellung der Mode als kulturell determinierter und zugleich hochdynamischer Bereich sozialer Kommunikation, in dem materielle, visuelle, ästhetische und symbolische Wissenskomponenten eng miteinander verflochten sind. In der gegenwärtigen sprachwissenschaftlichen Forschung wird Mode überwiegend als sozio-kulturelles oder diskursives Phänomen betrachtet, während ihre konzeptuelle Struktur als komplexes kognitives und terminologisches System bislang nur unzureichend beschrieben worden ist.

Ziel des Artikels ist es, das MODE-Konzept im Deutschen als offene mentale Struktur zu rekonstruieren, deren innere Organisation durch das Zusammenspiel eines terminologisch stabilen Kerns, semantisch flexibler Übergangseinheiten sowie peripherer allgemeinsprachlicher Benennungen bestimmt wird. Die methodologische Grundlage der Untersuchung bildet die Integration kognitiv-semantischer Verfahren, terminologischer Analyse und diskursiver Interpretation sprachlicher Einheiten, wodurch das MODE-Konzept nicht lediglich als Benennungssystem, sondern als Modell der Strukturierung spezialisierten kulturellen Wissens erfasst werden kann.

Die Analyse zeigt, dass das MODE-Konzept im Deutschen eine deutlich ausgeprägte mehrschichtige Struktur aufweist, in der Wissen über materielle Eigenschaften von Kleidung, visuelle Stilcodes sowie soziokulturelle Vorstellungen von Identität, Prestige und sozialer Zugehörigkeit integriert werden. Es wird nachgewiesen, dass die Herausbildung und Dynamik des MODE-Konzepts maßgeblich durch kognitive Mechanismen der Konzeptualisierung, Metaphorisierung und Prototypisierung gesteuert werden, die eine hohe Flexibilität und Variabilität der sprachlichen Repräsentation modischer Phänomene ermöglichen. Das MODE-Konzept fungiert somit als offenes und adaptives System, das sensibel auf Veränderungen sozialer Kontexte, medialer Praktiken und ästhetischer Trends reagiert.

Die gewonnenen Ergebnisse leisten einen Beitrag zur Weiterentwicklung der kognitiven Terminologieforschung und erweitern das Verständnis kulturell determinierter Fachdomänen, in denen klassische Modelle terminologischer Systematisierung mit ausgeprägter semantischer Dynamik und diskursiver Variabilität koexistieren.

Schlüsselwörter: Концепт, Mode, деutsche Sprache, когнітивна лінгвістика, Terminologie, когнітивна Terminologieforschung, Diskurs.

У статті здійснено комплексний когнітивно-термінологічний аналіз концепту МОДИ в німецькій мові як багатовимірної мовно-когнітивної одиниці, що формується на перетині фахового, медійного та загальномовного дискурсів. Актуальність дослідження зумовлена особливим статусом моди як культурно детермінованої та водночас високо динамічної сфери соціальної комунікації, у межах якої поєднуються матеріальні, візуальні, естетичні та символічні компоненти знання. У сучасних мовознавчих студіях мода переважно розглядається як соціокультурний або дискурсивний феномен, тоді як її концептуальна структура як складної когнітивної та термінологічної системи залишається недостатньо описаною.

Метою статті є реконструкція концепту МОДИ в німецькій мові як відкритої ментальної структури, внутрішня організація якої визначається співвідношенням термінологічно стабільного ядра, семантично рухомих перехідних одиниць і периферійних загальномовних номінацій. Методологічну основу дослідження становить інтеграція методів когнітивної семантики, термінологічного аналізу та дискурсивної інтерпретації мовних одиниць, що дозволяє описати концепт МОДИ не лише як систему назв, а як модель організації спеціалізованого культурного знання.

У результаті аналізу встановлено, що концепт МОДИ у німецькій мові має чітко виражену багатошарову структуру, у межах якої інтегруються знання про матеріальні характеристики одягу, візуальні коди стилю та соціокультурні уявлення про ідентичність, престиж і належність. Доведено, що формування і динаміка концепту МОДИ значною мірою зумовлюються когнітивними механізмами концептуалізації, метафоризації та прототипізації, які забезпечують гнучкість і варіативність мовної репрезентації модних явищ. Показано, що концепт МОДИ функціонує як відкрита та адаптивна система, чутлива до змін соціального контексту, медійних практик та естетичних тенденцій.

Отримані результати сприяють поглибленню теоретичних засад когнітивного термінознавства та розширяють уявлення про специфіку культурно детермінованих фахових доменів, у яких класичні моделі термінологічної системності поєднуються з високим рівнем семантичної динаміки та дискурсивної варіативності.

Ключові слова: концепт, мода, німецька мова, когнітивна лінгвістика, термінологія, когнітивне термінознавство, дискурс.

The article presents a comprehensive cognitive-terminological analysis of the MODE concept in German as a multi-dimensional linguistic and cognitive unit formed at the intersection of professional, media-driven, and general-language discourse. The relevance of the study is determined by the specific status of fashion as a culturally conditioned and at the same time highly dynamic sphere of social communication, within which material, visual, aesthetic, and symbolic components of knowledge are closely intertwined. In contemporary linguistic research, fashion has predominantly been examined as a sociocultural or discursive phenomenon, while its conceptual structure as a complex cognitive and terminological system has remained insufficiently described.

The aim of the article is to reconstruct the MODE concept in German as an open mental structure whose internal organization is defined by the interaction of a terminologically stable core, semantically flexible transitional units, and peripheral general-language nominations. The methodological framework of the study integrates approaches from cognitive semantics, terminological analysis, and discourse-based interpretation of linguistic units, which makes it possible to describe the MODE concept not merely as a system of names, but as a model for structuring specialized cultural knowledge.

The analysis demonstrates that the MODE concept in German exhibits a clearly articulated multi-layered structure that integrates knowledge about the material properties of clothing, visual codes of style, and sociocultural representations of identity, prestige, and social belonging. It is shown that the formation and dynamics of the MODE concept are largely governed by cognitive mechanisms of conceptualization, metaphorization, and prototypization, which ensure flexibility and variability in the linguistic representation of fashion phenomena. The MODE concept is therefore argued to function as an open and adaptive system that is sensitive to changes in social context, media practices, and aesthetic trends.

The findings contribute to the further development of cognitive terminology studies and expand current understanding of culturally determined domains of specialized knowledge, in which classical models of terminological systematization coexist with a high degree of semantic dynamism and discursive variability.

Key words: concept, fashion, German language, cognitive linguistics, terminology, cognitive terminology studies, discourse.

Problemstellung und ihre Verbindung mit aktuellen wissenschaftlichen Aufgaben. Die Mode stellt in der gegenwärtigen Gesellschaft ein komplexes sozio-kulturelles Phänomen dar, das nicht auf die funktionale Dimension der Bekleidung reduziert werden kann, sondern als zentrales Medium sozialer Kommunikation, ästhetischer Selbstinszenierung und symbolischer Bedeutungsproduktion fungiert [1, S. 15]. Diese Mehrdimensionalität spiegelt sich unmittelbar in der sprachlichen Repräsentation wider, da modische Benennungen sowohl der präzisen fachlichen Beschreibung als auch der kulturellen Interpretation dienen. Die sprachwissenschaftliche Problemstellung ergibt sich aus der Tatsache, dass die Modelexik im Deutschen Eigenschaften klassischer Fachterminologie mit Merkmalen des allgemeinen und medialen Sprachgebrauchs verbindet, wodurch traditionelle terminologische Modelle an ihre Grenzen stoßen.

Vor diesem Hintergrund gewinnt die Analyse des MODE-Begriffs als kognitiver Einheit besondere

Relevanz. Die wissenschaftliche Aufgabe besteht darin, zu klären, wie modische Benennungen konzeptuell organisiert sind und durch welche sprachlich-kognitiven Mechanismen materielle, visuelle und symbolische Aspekte der Mode miteinander verknüpft werden. Die Untersuchung des MODE-Begriffs leistet damit einen Beitrag zur Lösung grundlegender Probleme der kognitiven Linguistik, insbesondere zur Beschreibung komplexer Konzepte in kulturell geprägten Wissensdomänen, sowie zur Weiterentwicklung der Terminologieforschung im Bereich nicht-technischer Fachsprachen.

AnalysederletztenForschungenundPublikationen. In der modernen Sprachwissenschaft wurde die Mode aus unterschiedlichen theoretischen Perspektiven untersucht. In kultur- und sozialwissenschaftlichen Arbeiten wird Mode häufig als Zeichensystem analysiert, das soziale Unterschiede, Identitätsmuster und ästhetische Normen kommuniziert [1], [11]. Diese Ansätze liefern wertvolle Einsichten in die gesellschaftliche Funktion der Mode, bleiben jedoch

meist auf der Ebene der kulturellen Interpretation stehen und berücksichtigen die sprachlich-kognitive Struktur modischer Benennungen nur am Rande.

In der kognitiven Linguistik wurden grundlegende Mechanismen der Konzeptualisierung, Metaphorisierung und Prototypisierung umfassend beschrieben [2], [4]. Diese theoretischen Modelle bilden die methodologische Grundlage für die Analyse abstrakter Konzepte, wurden jedoch bislang nur punktuell auf den Bereich der Mode angewandt. Terminologische Studien, insbesondere im Rahmen der kommunikativen Terminologietheorie, betonen die Kontextabhängigkeit und Dynamik von Fachbegriffen [3], was für die Beschreibung der Modelexik von zentraler Bedeutung ist.

Gleichzeitig zeigen neuere Arbeiten zur Fachsprachenforschung, dass kulturell determinierte Fachdomänen besondere terminologische Strukturen ausbilden, die sich von technischen oder naturwissenschaftlichen Terminologien deutlich unterscheiden [5]. Trotz dieser Erkenntnisse fehlt bislang eine systematische Untersuchung des MODE-Begriffs im Deutschen, die kognitive, terminologische und diskursive Perspektiven integrativ miteinander verbindet.

Die Analyse des Forschungsstandes macht deutlich, dass mehrere zentrale Aspekte bislang unzureichend untersucht worden sind. Zum einen bleibt die interne Struktur des MODE-Begriffs im Deutschen weitgehend ungeklärt, insbesondere im Hinblick auf das Verhältnis zwischen terminologisch stabilen Einheiten, semantisch offenen Übergangsformen und allgemeinsprachlichen Benennungen. Zum anderen wurden die kognitiven Mechanismen, die die Dynamik modischer Benennungen steuern, bislang nicht systematisch beschrieben.

Darüberhinaus fehlt eine differenzierte Betrachtung der diskursiven Bedingungen, unter denen der MODE-Begriff aktualisiert wird. Modische Benennungen zirkulieren zwischen professionellen, medialen und alltäglichen Kommunikationskontexten, wodurch ihre Bedeutung kontinuierlich neu ausgehandelt wird. Diese diskursive Mehrfachverankerung stellt eine besondere Herausforderung für die Terminologieforschung dar und erfordert eine konzeptuelle Neubewertung des Begriffs MODE als offenes und dynamisches System.

Die vorliegende Studie setzt genau an diesen ungelösten Punkten an und zielt darauf ab, die genannten Forschungslücken durch eine kognitiv-terminologische Analyse des MODE-Begriffs im Deutschen zu schließen.

Zielsetzung der Studie. Vor dem Hintergrund der dargestellten Forschungslage und der identifizierten

ungelösten Aspekte besteht das zentrale Ziel der vorliegenden Studie darin, den MODE-Begriff im Deutschen als komplexe kognitiv-terminologische Einheit systematisch zu beschreiben. Im Mittelpunkt steht die Rekonstruktion seiner inneren Struktur sowie die Analyse jener sprachlich-kognitiven Mechanismen, die seine Herausbildung und Dynamik bestimmen.

Die Studie verfolgt mehrere miteinander verbundene Aufgaben. Erstens soll die interne Organisation des MODE-Begriffs im Deutschen aufgezeigt werden, wobei zwischen terminologisch stabilen Einheiten, semantisch offenen Übergangsformen und peripheren allgemeinsprachlichen Benennungen differenziert wird. Zweitens wird angestrebt, die kognitiven Prozesse zu identifizieren, die der Konzeptualisierung modischer Phänomene zugrunde liegen, insbesondere Metaphorisierung, Prototypisierung und Frame-Strukturierung. Drittens soll die diskursive Einbettung des MODE-Begriffs in professionelle, mediale und allgemeinsprachliche Kommunikationskontakte analysiert werden, um seine Funktion als dynamisches kulturelles Deutungsmuster zu erfassen.

Durch die Erreichung dieser Ziele leistet die Untersuchung einen Beitrag zur Weiterentwicklung der kognitiven Terminologieforschung und zur Beschreibung kulturell determinierter Fachdomänen, in denen klassische terminologische Modelle nur eingeschränkt anwendbar sind.

Darstellung des Hauptmaterials und Begründung der Forschungsergebnisse. Die Analyse des MODE-Begriffs im Deutschen zeigt, dass seine konzeptuelle Struktur durch eine klare Mehrschichtigkeit gekennzeichnet ist, die sich auf verschiedenen Ebenen sprachlicher Repräsentation manifestiert. Auf der Ebene des terminologischen Kerns befinden sich Benennungen, die in professionellen Kontexten der Modeindustrie verwendet werden und eine hohe begriffliche Stabilität aufweisen. Diese Einheiten dienen der präzisen Klassifikation von Materialien, Schnitten, Herstellungsverfahren und stilistischen Kategorien und erfüllen primär eine kognitive und systematisierende Funktion [3, S. 94].

Neben diesem Kern lässt sich eine Übergangszone identifizieren, die durch Benennungen gekennzeichnet ist, deren terminologischer Status nicht eindeutig festgelegt ist. Diese Einheiten entstehen häufig im medialen Diskurs und übernehmen die Aufgabe, visuelle Eindrücke, ästhetische Bewertungen und aktuelle Trends sprachlich zu bündeln. Ihre Bedeutung bleibt kontextabhängig und wird im jeweiligen Diskurs situativ aktualisiert, wodurch sie eine hohe semantische Flexibilität aufweisen. Gerade diese Übergangsformen

verdeutlichen die Dynamik des MODE-Begriffs und seine Offenheit gegenüber kulturellen und gesellschaftlichen Veränderungen [5, S. 93].

Die peripherie Schicht des MODE-Begriffs wird durch allgemeinsprachliche und evaluative Benennungen gebildet, die zwar zur Beschreibung modischer Erscheinungen herangezogen werden, jedoch keine eigenständigen Fachkonzepte repräsentieren. Diese Einheiten erfüllen vor allem eine interpretative und expressive Funktion und tragen zur emotionalen und ästhetischen Bewertung modischer Objekte bei. Ihre Einbindung in die konzeptuelle Struktur von MODE zeigt, dass der Begriff nicht ausschließlich auf fachsprachlicher Ebene existiert, sondern tief im allgemeinen Sprachgebrauch verankert ist.

Aus kognitiver Perspektive wird die Struktur des MODE-Begriffs maßgeblich durch Prozesse der Konzeptualisierung bestimmt. Metaphorische Mechanismen ermöglichen es, visuelle und haptische Eigenschaften von Kleidung in sprachlich fassbare Kategorien zu überführen [2, S. 72]. Prototypische Strukturen fungieren dabei als Referenzpunkte, an denen neue modische Erscheinungen ausgerichtet werden, während diskursive Frames sozio-kulturelles Wissen aktivieren, das die Interpretation modischer Benennungen steuert [4, S. 41].

Die Untersuchung zeigt ferner, dass der MODE-Begriff im Deutschen in einem Spannungsverhältnis zwischen terminologischer Normierung und kreativer Sprachverwendung steht. Einerseits erfordert die professionelle Kommunikation der Modeindustrie eine gewisse Standardisierung, um Verständlichkeit und Effizienz zu gewährleisten. Andererseits lebt der Modediskurs von Innovation, Abweichung und semantischer Offenheit, die neue

sprachliche Benennungen hervorbringen. Dieses Spannungsverhältnis erklärt die kontinuierliche Erweiterung und Umstrukturierung des MODE-Begriffs im aktuellen Sprachgebrauch.

Schlussfolgerungen und Perspektiven weiterer Forschung. Die durchgeführte Analyse ermöglicht die Schlussfolgerung, dass der MODE-Begriff im Deutschen als komplexe kognitiv-terminologische Struktur zu verstehen ist, die sich durch Mehrschichtigkeit, Dynamik und kulturelle Offenheit auszeichnet. Der Begriff integriert terminologisch stabile Fachbenennungen, semantisch flexible Übergangseinheiten und allgemeinsprachliche Ausdrücke zu einem kohärenten konzeptuellen Ganzen, das sowohl fachliche als auch kulturelle Wissensbestände repräsentiert.

Es wurde nachgewiesen, dass die Herausbildung und Entwicklung des MODE-Begriffs maßgeblich durch kognitive Mechanismen wie Metaphorisierung, Prototypisierung und Frame-Strukturierung bestimmt wird. Diese Prozesse ermöglichen die sprachliche Modellierung modischer Phänomene als ästhetische, soziale und kulturelle Objekte. Der MODE-Begriff fungiert somit nicht nur als Instrument der Benennung, sondern auch als Mittel der kulturellen Sinnstiftung und Identitätskonstruktion.

Die Perspektiven weiterer Forschung liegen in einer kontrastiven Analyse des MODE-Begriffs in anderen Sprachen und Kulturen sowie in der Untersuchung seiner Transformationen im digitalen und multimodalen Diskurs. Darüber hinaus erscheint eine vertiefte Analyse einzelner Subkonzepte innerhalb des MODE-Begriffs, etwa im Bereich nachhaltiger Mode oder digitaler Modetrends, als besonders vielversprechend für zukünftige linguistische Studien.

LITERATURVERZEICHNIS:

1. Barnard, M. *Fashion as Communication*. London: Routledge, 1996. 224 p.
2. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 242 p.
3. Cabré, M. T. *Terminology: Theory, Methods and Applications*. Amsterdam: John Benjamins, 1999. 248 p.
4. Rosch, E. *Principles of Categorization*. In: *Cognition and Categorization*. Hillsdale: Erlbaum, 1978. P. 27–48.
5. Entwistle, J. *The Fashioned Body*. Cambridge: Polity Press, 2000. 252 p.
6. Barthes, R. *The Fashion System*. Berkeley: University of California Press, 1990. 256 p.
7. Simmel, G. *Fashion*. In: *International Quarterly*. 1904. P. 130–155.
8. Bourdieu, P. *Distinction*. Cambridge: Harvard University Press, 1984. 612 p.
9. Featherstone, M. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage, 1991. 301 p.
10. Hall, S. *Representation*. London: Sage, 1997. 416 p.
11. Rocamora, A. *Fashioning the City*. London: I.B. Tauris, 2009. 256 p.
12. Kaiser, S. *Fashion and Cultural Studies*. London: Bloomsbury, 2012. 272 p.
13. Kawamura, Y. *Fashion-ology*. Oxford: Berg, 2005. 144 p.
14. McCracken, G. *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press, 1990. 192 p.
15. Blumer, H. *Fashion*. In: *International Encyclopedia of the Social Sciences*. 1969. P. 341–345.
16. Davis, F. *Fashion, Culture, and Identity*. Chicago: University of Chicago Press, 1992. 248 p.
17. Crane, D. *Fashion and Its Social Agendas*. Chicago: University of Chicago Press, 2000. 256 p.

18. Barthes, R. *Image, Music, Text*. London: Fontana Press, 1977. 220 p.
19. Eco, U. *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington: Indiana University Press, 1984. 242 p.
20. Calefato, P. *The Clothed Body*. Oxford: Berg, 2004. 216 p.
21. Thibault, P. *Social Semiotics*. London: Polity Press, 1991. 352 p.
22. Jenkins, H. *Convergence Culture*. New York: NYU Press, 2006. 304 p.
23. Kress, G., van Leeuwen, T. *Reading Images*. London: Routledge, 2006. 312 p.
24. Müller, M. *Mode und Sprache*. Berlin: De Gruyter, 2018. 289 S.
25. Römer, C. *Fachsprachenforschung*. Tübingen: Narr, 2010. 214 S.

Дата першого надходження рукопису до видання: 18.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 19.12.2025

Дата публікації: 31.12.2025