

МОТИВАЦІЯ ВІДІМЕННИКОВИХ ДІЄСЛІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ (КОГНІТИВНО-ОНОМАСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ)

І. І. Заболотня

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Відіменниково-дієслівна деривація є однією з найпродуктивніших у сучасній німецькій мові. Відіменникові дієслова поєднують у собі певні концептуальні ознаки класу іменника та дієслова, що дає змогу на підставі таких дієслів дослідити когнітивну природу головних частин мови. [1, 5].

Проблема відіменниково-дієслівної деривації в сучасній лінгвістиці потребує розв'язання саме в когнітивно-ономасіологічному аспекті, що полягає у визначенні мотиваційних особливостей дієслів та їхньої знакової позиції у структурах свідомості, зав'язків з концептуальною позицією мотиваторів [1, 5].

Мотивація визначається нами, слідом за О. О. Селівановою, як наскрізна лінгвопсихоментальна операція встановлення семантичної і формальної залежності мотиватора і мотивата на підставі складної системи зв'язків різних компонентів структури етносвідомості [2, 160]. У зв'язку з цим мотивація досліджується нами шляхом когнітивно-ономасіологічного аналізу, що є двовекторним, спрямованим від структури знань про позначуване до ономасіологічної структури слова і навпаки [2, 152].

Інтерпретація ономасіологічних структур дериватів є першим етапом когнітивно-ономасіологічного аналізу. За допомогою цього аналізу встановлюються типи ономасіологічних структур відіменникових дієслів з урахуванням зав'язків ономасіологічних ознак, ономасіологічного базиса зі структурами мотиваційних пропозицій або асоціативними реляціями з іншими концептами [2, 154].

Другий етап когнітивно-ономасіологічного аналізу спрямований на реконструкцію мотиваційної бази шляхом моделювання структури знань про позначене. У розроблених О. О. Селівановою процедурах когнітивно-ономасіологічного аналізу застосовано проектування ономасіологічної структури на модель ментально-психонетичного комплексу (МПК), яка відображає інформаційну структуру свідомості як холістичного психофункціонального континууму поєднання пізнавальних функцій відчуттів, почуттів, мислення, інтуїції та трансценденції й колективного позасвідомого [2, 155]. Шляхом концептуального аналізу досліджуються можливості та закономірності вибору мотиваторів ономасіологічних структур відіменникових дієслів у сучасній німецькій мові.

Залежно від статусу фрагмента ментально-психонетичного комплексу, що обирається мотиваційною базою дієслівного знака мотивація відіменникових дієслів у німецькій мові поділяється на пропозиційно-диктумний, асоціативно-метафоричний та модусний типи мотивації, що мають певні різновиди [2, 160].

Найбільш поширеною серед німецьких відіменникових дієслів є пропозиційно-диктумна мотивація, яка характеризується вибором ономасіологічної ознаки з диктумного компонента пропозиції – істинних, несуперечливих знань про певну ситуацію, вербалізованих у знаках із прямими значеннями [2, 161]. Предикатно-аргументний різновид характеризується вибором мотиваторів, що корелюють із різноманітними компонентами предикатно-аргументних структур. Мотиватор найменування може позначати: суб'єкта (*der Abgänger – abgehen*); об'єкта (*der Walzer – walzen*); інструментива (*der Föhn – föhnen*); медіатива (*der Beton – betonieren*);

транспресива *das Christentum – christianisieren*; комітатива (*die Eskortierung – eskortieren*); корелятива (*das Register – registrieren*); локатива (*das Land – anlanden*); темпоратива (*der Winter – überwintern*); фінітива (*der Film – filmen*); каузатива (*der Kristall – kristallisieren*).

Крім корелятивних предикату аргументів, ми виділяємо в диктумі також рівень партонімів – частин від цілого (*die Nadel – nadeln*), кількісний (*die Zusammenarbeit – zusammenarbeiten*) та еквонімічний рівні (*das Hospital – hospitalisieren*).

Другим типом мотивації, поширеним у масиві німецьких відіменникових дієслів, є асоціативно-метафорична, яка на відміну від пропозиційної, за загальним механізмом є метафоричною [2, 164]. Цей тип мотивації має такі різновиди залежно від способу взаємодії донорської та реципієнтної концептосфер у процесі позначення: структурно-метафоричний (*der Brand – entbrennen*), дифузно-метафоричний (*die Feder – sich befiedern*) та гештальтний (*der Aal – sich aalen, das Gold – vergolden*) [там само].

Модусний тип мотивації зумовлений селекцією мотиватора на підставі його оціночного сприйняття носіями мови як знака (*das Salz – salzen*).

Отже, когнітивно-ономасіологічний аналіз німецьких відіменникових дієслів зумовлює виокремлення, залежно від обраного в процесі вибору мотиватором слова компонента концепту в проекції на семантичну та ономасіологічну структури деривата, таких типів мотивації: пропозиційно-диктумного, асоціативно-метафоричного, а також модусного. Найпоширенішим типом мотивації відіменникових дієслів в сучасній німецькій мові є пропозиційно-диктумний.

Список використаної літератури:

1. Кочерга Г. В. Мотивація відіменникових дієслів у сучасній українській мові (когнітивно-ономасіологічний аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10. 02. 01 «Українська мова» / Г. В. Кочерга. – Одеса, 2003. – 20 с.
2. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.

Науковий керівник: к. філол. н., старший викладач С. А. Стройкова

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕМОТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У НІМЕЦЬКОМОВНИХ БЛОГАХ

М. Є. Макадзеба

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Незалежно від того, представником якої нації є людина і якою мовою розмовляє, вона переживає, хвилюється, відчуває, тобто під впливом зовнішніх чи внутрішніх чинників перебуває у певному емоційному стані.

Будь-який внутрішній стан людини рефлектується на зовнішньому рівні вербальними і невербальними засобами. Незаперечним є той факт, що емоції як загальнолюдське явище відносно однакові за своєю суттю, а мовні засоби, які використовуються для їхнього опису, – схожі, хоча й мають певні відмінності [2, 134].

Мова, формуючи національно-мовну картину світу народу, є засобом вираження світовідчуття і світорозуміння мовного соціуму, інтерпретації навколишнього світу і самого себе в ньому. Разом з тим мова є не лише засобом бачення світу, а й способом його трактування, тобто мова певною мірою впливає на свідомість мовців і формування їхніх уявлень про дійсність [1, 6].