словникового складу / Ю. А. Зацний. – Львів : ПАІС, 2007. – 228 с. *Мазур М.* Качественная теория информации / М. Мазур. – М. : Мир, 1974. – 127 с. *Морозова Е. И.* Ложь как дискурсивное образование : лингвокогнитивный аспект : Монография / Е. И. Морозова. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.

ТУПАХІНА О.В.
(*Запорізький нац. ун-т*)

ЗАПОЗИЧЕННЯ ЯК КОГНІТИВНО-КОМУНІКАТИВНИЙ МЕХАНІЗМ НЕОЛОГІЗАЦІЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

The article is devoted to the problem of borrowings in modern German language. The scope of this term is defined and the models of its cognitive structure are constructed. The factors causing borrowings are highlighted along with the problem of language purism.

Key words: *borrowing, neologism, concept, prototype, purism.*

Високі темпи соціальних змін інтенсифікують інноваційні процеси в німецькій мові кінця XX – початку XXI століття. Позамовна детермінованість у збагаченні словникового складу провокує породження нових або перетворення вже існуючих концептів, що стимулює оновлення мовної картини світу, концептосфери мови, перекатигоризацію дійсності, адже зміна зовнішнього світу призводить до його переосмислення та інтерпретації.

Актуальність дослідження зумовлена постійною увагою вчених до фактів неології, тенденцій розвитку словникового складу, необхідністю вивчення процесів утворення нових лексичних одиниць та дії факторів, які впливають на дані процеси.

Зважаючи на те, що лексична система німецької мови регулярно поповнюється неологізмами, значний пласт з яких становлять запозичення, основною **метою** роботи є встановлення механізмів укорінення концептів-запозичень в німецькій лінгвокультурі.

Об'єктом аналізу є неологізми-запозичення в німецькій мові кінця XX – початку XXI століття. У якості **предмета** виступають їх когнітивно-семантичні характеристики.

Матеріалом дослідження стали новотвори німецької мови останніх двох десятиліть, які були відібрані методом суцільної вибірки зі словників та довідників неологізмів («Deutsches Neologismenwörterbuch», «Neologismen der 90-er Jahre», «Neuer Wortschatz: Neologismen der 90er Jahre im Deutschen»), інтернет-сайтів, присвячених проблемам німецької неології, електронних баз даних нових слів («Verein Deutsche Sprache e.V. Der Anglizismen-Index», «Die Wortwarte»), а також німецькомовних періодичних видань («Spiegel», «Süddeutsche Zeitung», «Die Zeit», «Die Tageszeitung», «Berliner Zeitung»,

«Mannheimer Morgen», «Berliner Morgenpost», «Der Tagesspiegel», «Frankfurter Rundschau» тощо).

Поповнення словникового складу сучасної німецької мови відбувається шляхом великого напливу англоамериканізмів. Так, якщо у XVIII ст. було зареєстровано лише 11 таких одиниць, на початку XX ст. – 392 слова, то на сьогоднішній день лексикографи не можуть устежити за інтенсифікацією їх використання [Розен, с. 124].

За всіх часів у різному обсязі причинами появи неологізмів-запозичень, на думку Л.П. Крисіна, були: потреба у називанні нової речі, нового явища (тобто заповнення лексичних лакун); потреба в уточненні, реалізації відповідного поняття; диференціація семантично схожих понять, тобто нагальна потреба у розрізнені близьких слів, які мають власний набір семантичних ознак і конотативних характеристик; необхідність спеціалізації понять у тій чи іншій сфері, з тією чи іншою метою; евфемістичні заміни; тенденція до зміни словосполучень і описових зворотів однослівними найменуваннями; закріплення у мові запозичень, які можна об’єднати у лексичний ряд, базуючись на їх загальному значенні й повторюваності будь-якого структурного елемента; наявність у мові-реципієнті усталених систем термінів, які обслуговують ту чи іншу тематичну галузь, професійне середовище; комунікативна актуальність позначуваного поняття [Крысин 1993, с. 146].

Вважаємо за потрібне доповнити низку мотивацій наступними чинниками:

- глобалізація, інтеграційні процеси у сучасному суспільстві;
- розвиток інформаційних технологій, який сприяє формуванню нового типу особистості, що коригує свою мовну поведінку з Інтернет-свідомістю;
- потреби науки, що просувається шляхом спеціалізації знань або їхньої глобалізації;
- панування певних ціннісних пріоритетів у суспільстві (мода);
- політичний, економічний та культурний вплив однієї держави (мови-донору) на іншу (мову-реципієнт);
- потреби ЗМІ відбивати стан суспільної свідомості та маніпулювати ним.

Проте, беззаперечно потужним стимулом для запозичення є необхідність у номінації нових об’єктів оточуючої дійсності, що супроводжується складними когнітивними процесами.

Розширення меж лінгвістичних розвідок та надання ним лінгвокогнітивної спрямованості дозволяють по-новому розглянути проблему запозичення: не тільки як процес та результат перенесення найменування з однієї мовної середи у іншу з відповідною асиміляцією [Oguy 2003, S. 353], а й як запозичення елементів концептуальної картини світу. Таким чином, іншомовний елемент не тільки привносить фрагмент картини світу, а й змінює семантику згідно зі способом концептуалізації, який діє у мові-реципієнті [Урысон 1999, с. 79].

Серед неологізмів-запозичень виділяємо дві групи: 1) ті, що не змінюють концептуального змісту; 2) ті, в яких відбуваються певні семантичні

трансформації (семантична деривація, звуження або розширення значення, варіювання змісту тощо).

За кількісним показником лексичний склад першої групи є значно більшим. Дається взнаки роль США на міжнародній арені, у розвитку новітніх технологій. Входженню англіцизмів сприяє також широкомасштабний експорт продуктів сучасної американської масової культури. Завдяки атрактивності американського способу життя явища запозичуються разом зі своїми назвами (*Sachentlehnungen* та *Wortentlehnungen*). Отже, приклади цієї групи є свого роду запозиченнями-дублетами, вони семантично тотожні лексичним одиницям у мові-донорі, проте в ній вони вже втратили маркер новизни. Порівн.: *das E-Paper, das Startup, die Castingshow, der Freak, das Bodypainting, das / der Burn-out, das Carnapping, das Carjacking* тощо.

Allein in Deutschland benötige ein ***Startup*** *etwa 50 Mio. DM (25,56 Mio. Euro), um eine Marke über einen längeren Zeitraum zu etablieren* (Die Welt vom 14.03.2001).

Слід підкреслити можливість виділення підгрупи, складові якої зберегли значення неологічного прототипу, напр.: *twittern, die Blogosphäre, das Blog, der Blogger, das Quasar, die Blu-Ray, das Smartphone, das Partygirl, das Klonbaby, die Digicam, die Biobank* тощо.

In ***Biobanken*** *setzen Forscher hohe Erwartungen: Sie hoffen, mit Hilfe der daraus gewonnenen Informationen die Ursachen von Krankheiten entschlüsseln zu können und Ansatzpunkte für neue Medikamente zu finden* (Berliner Zeitung vom 30.10.2002).

Наведені приклади першої групи заповнюють не тільки лексичні, а й концептуальні лакуни в німецькій мові, адже запозичується, насамперед, когнітивний зміст концептів. Таким чином розширюється картина світу, що є проявом симетрії між нею та мовою, адже «поняття та його позначення запозичуються одночасно з одного джерела» [Пауль 1960, с. 462].

Що стосується лексичних одиниць другої групи, то серед них можна виокремити такі, що зберегли значення похідного прототипу мови-донору і розвили нове, та ті, що розширили поняття при запозиченні.

Так, яскравим прикладом новотворів, які зберегли первинну семантику, є іменник *das Outing*, що використовується на позначення екскурсії. Проте, він набув також додаткових сем, які призвели до трансформації значення на «насильницьке розкриття обставин особистого життя людини, її гендерної ідентичності». Процес добровільного визнання людиною своє приналежності до сексуальної меншості отримав, в свою чергу, назву *das Coming-out.* Порівн.:

„Selbst wenn es die privaten Fernsehanstalten geschafft haben, das öffentlich ***Outing*** *zum Volkssport werden zu lassen“, - fordert der renommierte Frankfurter Strafrechtler: „Der Staat muss den gläsernen Menschen verhindern“* (Frankfurter Rundschau vom 29.01.1998).

Окрім розвитку нового значення, деякі лексичні одиниці розширюють поняття при запозичені. Так, наприклад, лексеми O*verweight, Underweight* та

Equal-Weight використовується у сучасній німецькій мові як на позначення змін ваги так і при градації оцінки акцій. Напр.:

Mit der Einschätzung „Underweight“ geht die Bank davon aus, dass sich die Aktie in den nächsten 12 Monaten schlechter als der Branchendurchschnitt entwickeln wird (Lübecker Nachrichten vom 26.10.2002).

До цієї ж підгрупи відноситься прикметник *adult*. У зв’язку з розвитком генної інженерії поняття «дорослий, статево зрілий» розширилося і почало використовуватися у контексті клітинної терапії на позначення вроджених стволових клітин у організмі людини, з яких, впродовж її життя, можуть бути створені нові спеціалізовані клітини. Напр.:

Erst vor zwei Monaten haben schwedische Forscher vom Karolinska-Institut in Stockholm mit ihren Experimenten an Mäusen gezeigt, dass ***adulte*** *Stammzellen offensichtlich ihre Programmierung löschen und völlig neue Funktionen entwickeln können* (Die Welt vom 02.08.2000).

Вищенаведені приклади доводять тезу про те, що концепт-запозичення є одиницею оновлення ментальних ресурсів свідомості етносу. Для його укорінення в лінгвокультурі необхідним є значеннєве перетворення, яке призводить до адаптації останнього. В іншому разі неологізація відбувається за рахунок усунення концептуальних лакун.

Розглядаючи проблему запозичення неможливо оминути питання мовної політики держави з цього приводу, ставлення до такого явища мовної спільноти.

Так, доволі цікавим є той факт, що у сучасних лінгвістичних студіях на позначення запозичення все частіше зустрічається термін *das Kontaktwort* замість звичних для нас *die Entlehnung*, *das Lehnwort* або *das Fremdwort*. Це пояснюється пейоративною конотацією, яку, на думку німецьких мовознавців, має безпосередня складова останньої лексеми: *fremd – nicht dem eigenem Land oder Volk angehörend* [Duden 2002, S. 536]. У такий спосіб лінгвісти намагаються підкреслити, що німецька мова не знаходиться в опозиції до інших мов світу, не «позичає» в них лексичних одиниць для заповнення лакун. Єдиною причиною появи іншомовних слів у ній є контакти між державами та народами.

Проте, не дивлячись на політичну коректність та нарочито підкреслене рівноправ’я між мовами, у сучасній Німеччині панують пуристичні тенденції щодо засилля запозичень.

Так, у 1997 р. за ініціативою професора кафедри соціальної статистики Вальтера Кремера було створене товариство «Німецька мова». Члени цієї організації виступають проти некритичного запозичення англіцизмів. Зважаючи на те, що їх діяльність не підтримується державними дотаціями, розраховувати доводиться лише на масовість такого протесту. Так, наприклад, члени товариства розклеюють в молодіжних клубах плакати з написами: «Не називай мене *darling*! Називай мене *Liebling*!». На ранковій пресі, яка майорить англіцизмами, вони пишуть: «Говоріть зі мною німецькою!» та відсилають назад [Павлов 2000]. Щороку за підтримкою цієї організації проводиться

конкурс на кращого поета Німеччини, при цьому наголошується, що переможець отримає *Klapprechner*, а не *laptop* (саме так, на їхню думку, повинен називатися цей вид техніки).

Відомий німецький журналіст Бастіан Зік, який веде колонку „Zwiebelfisch“ (присвячену лінгвістичним проблемам) у виданні “Spiegel”, іронічно відмічає, що німцям не варто боятися англіцизмів, оскільки рано чи пізно вони будуть онімечені. У своїй книзі «Happy Aua. Ein Bilderbuch aus dem Irrgarten der deutschen Sprache» він наводить масу прикладів, що підтверджують таку тенденцію у сучасній німецькій мові. Він зазначає, що неможливо пройти повз такі вивіски на вітринах магазинів як: «Von 20 bis 22 Happyauer!», «Taket easy», «Pik ab» тощо. Автор наголошує: «Онімечення англійської мови більш не стримати! Wie will feinelie owerkamm!” [Sick 2009, S. 57].

Не слід, однак, забувати, що процес запозичення відбувається на сьогоднішній день за особливих умов, адже ми не маємо соціального фільтру, у якості якого раніше виступали школи, інтелігенція тощо. Інтеграція запозичення у XXI ст. відбувається безпосередньо через ЗМІ. Таким чином, виникають агноніми – слова, якими всі користуються, але мало хто розуміє їх значення [Гримм 2003].

Стрімке збільшення кількості англіцизмів у німецькій мові дає змогу розглядати цей процес як одну з актуальних тенденцій її розвитку за нових історичних умов. Результати аналізу вказують на те, що оновлення концептосфери мови полягає у перебудові мовної картини світу, що відбувається в результаті ментальної проекції актуальних змістів. Така концептуалізація відображає модернізацію світогляду.

Враховуючи висвітлені вище моменти, доволі перспективним напрямком подальших досліджень можна вважати вивчення особливостей асиміляції запозичень та національної специфіки процесів пізнання

Література

Гримм Р. Спор о заимствованиях в немецком языке. – 15.02.2003. – Режим доступу: http://www.dw-world.de. *Зацний Ю.А., Швачко С.О.* Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Словник. − Вінниця: Нова Книга, 2008. – 360 с. *Козлова Т.О.* Запозичення понять і концептів. Лінгвокультурологічний аналіз // Вісник черкаського ун-ту. – Вип. 68. – Черкаси: ЧНУ, 2005. – С. 28-40. *Крысин Л.П.* Языковое заимствование как проблема диахронической социолингвистики // Диахроническая социолингвистика. − М.: Наука, 1993, С. 131-151. *Павлов Г.* Коррозия родного языка. - №13 [43] 09.07.2000. – Режим доступу: http://www.relga.rsu.ru. *Пауль Г.* Принципы истории языка. – М.: Изд-во иностр. литературы, 1960. – 500 с. *Розен Е.В.* На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке. – М.: Издательство «Менеджер», 2000. – 192 с. Урысон Е.В. Языковая картина мира и лексические заимствования // Вопросы языкознания. – 1999. - №6 – С. 79-83. *Die Wortwarte*. – Режим доступу: http://www.sfs.nphil.uni-tuebingen.de. *Duden.* Deutsche Universalwörterbuch. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2002. – 1816 S. *Herberg D., Kinne*

M., Steffens D. Neuer Wortschatz: Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. – Berlin: Walter de Gruyter, 2004. – 351 S. *Neologismen der 90-er Jahre.* Lexikon. – Режим доступу: http://www.hypermedia.ids-mannheim.de. *Oguy O.D.* Lexikologie der deutschen Sprache. – Winnzts'a: Nowa knyha, 2003. – 416 S. *Sick B.* Happy Aua. Ein Bilderbuch aus dem Irrgarten der deutschen Sprache. – Köln: Kiepenheuer & Witsch, 2009. – 128 S. *Quasthoff U.* Deutsches Neologismenwörterbuch. – Berlin: Walter der Gruyter, 2007. – 690 S. *Rosch E.* Principles of Categorization // Cognition and Categarization. – Hilsdale (NJ): Lawrence Erlabaum Associates, 1978. – P. 27-48. *Verein Deutsche Sprache e.V. Der Anglizismen-Index.* – Режим доступу: http://www.anglizismenindex.de

УДІЛОВА Т.М., УДІЛОВА К.
(Запорізький нац. ун-т)

ДО ПРОБЛЕМИ СТРУКТУРИ СПОНУКАЛЬНИХ ВИСЛОВЛЮВАНЬ В ІСПАНСЬКІЙ МОВІ

The motive modality is one of the form of functional-semantic category of modality. Its main value is potentiality. The motive modality has its own varieties, which have numerous forms of expression.

Key words: *category of modality, motive modality, order, prohibition, advice, request.*

Категорія модальності, в тому числі категорія спонукальної модальності відносяться до категорій, які не мають однозначного тлумачення в науковій літературі, тому являють собою постійний об'єкт інтересу для дослідників.

Модальність в більшості досліджень розуміється як функціонально-семантична категорія, що виражає різні види відношення висловлення до дійсності, а також суб'єктивне відношення до того, що повідомляється. Об'єктом дослідження даної статті є спонукальна модальність як особлива форма об'єктивно-суб'єктивної модальності, яка передає значення потенційності.

Спонукальна модальність має свої різновиди і різні форми вираження, які вживаються в різних типах дискурсу. Предметом даного аналізу виступають саме форми вираження різних видів спонукальної модальності.

Предмет дослідження обумовлює мету: проаналізувати способи вираження спонукальної модальності в сучасній іспанській мові. З поставленої мети витікають наступні завдання: – виходячи з розуміння терміну «модальність», зазначити місце спонукальної модальності в ряду інших типів модальності; – дослідити способи вираження спонукальної модальності в сучасній іспанській мові.

Фактичним матеріалом слугували приклади_з різноманітних інтернет-ресурсів (форумів, тощо).

До розуміння категорії модальності існує багато різних підходів.В даному дослідженні модальність розуміється як функціонально-семантична категорія, що виражає різні види відношення висловлення до дійсності, а також різні види