Таким чином, проаналізувавши морфонологічні особливості словотворення відсубстантивних прикметників іншомовного походження з суфіксом ***-ськ-*** та його похідними, можна зробити такі висновки:

1. Дослідження зазначених особливостей дає можливість вивчити процес взаємопристосування мотивуючої іменникової основи та деривaційного форманта, для яких характерні такі види морфонологічних явищ, як модифікація наголосу, усічення, нарощення, чергування та інтерференція.

2. Найпоширенішим типом морфонологічних модифікацій у прикметниках від іншомовних основ, утворених за допомогою суфікса ***-ськ-*** та його похідних є усічення фонем.

3. Аналіз морфонологічних модифікацій, які відбуваються при словотворенні прикметників іншомовного походження, дає змогу описати морфонологічну структуру похідних ад'єктивів і виразніше окреслити процес словотвірної та морфонологічної адаптації прикметників іншомовного походження.

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

М – морфонологічна модель; Мо – модель без морфонологічних змін;
А – акцентна позиція; V – будь-яка голосна; С – будь-яка приголосна;
У – усічення іменникової фіналі; І – інтерференція; Н – накладання;
{} – морфонологічний запис; // – символ чергування; Іо – іменникова основа.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бодуэн де Куртенэ. Избранные труды по общему языкознанию. – Т. 1. – М.: Изд-во Академии наук СССР, 1963. – 384 с.
2. Грот Я.К. Филологические изыскания: 2-е изд., – Т. II. – СПб., 1876. – 460 с.
3. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. – М.: Наука, 1968. – 207 с.
4. Словотвір сучасної української літературної мови. – К.: Наук. думка, 1979. – 408 с.
5. Сучасна українська літературна мова. Морфологія / За заг. ред. І.К. Білодіда. – К.: Наук. думка, 1969. – 583 с.
6. Чурсіна Л.В. Словотвірна валентність основ французького походження в сучасній українській літературній мові: Дис. … канд. філол. наук: 10.02.01/ Харків. держ. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. – Х., 1998. – 190 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Галина Зюзькіна − здобувач кафедри української мови Кіровоградського державного педагогічного університету ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: словотвірна морфонологія української мови.

ГЕНДЕРНИЙ ФАКТОР АНГЛІЙСЬКОГО СЛОВОСКЛАДАННЯ (за матеріалами преси)

Віра ЛЕВЧЕНКО (Горлівка, Україна)

У статті розглядаються складні слова, вибрані з преси, що має розподіл за гендерною ознакою читацької аудиторії, порівнюються слова з „чоловічої" преси та „жіночої", надається огляд та аналіз спільного та різного у цих лексичних одиницях.

The composite words, the choice of which is based on the gender division of printed press are investigated in this article. The words from the "men's" and "women's" printed press are compared. The review and the interpretation of the equal and different features of these lexical items are given.

Гендерні дослідження є досить перспективною й багатообіцяючою галуззю пізнання.

Саме поняття «гендер» увійшло в соціальні науки в 70-ті роки минулого століття. Воно було уведено вченим Енн Оуклі, що призвела його від грецького слова «genos» (походження, матеріальний носій спадковості, той, що народжується) [1: 5].

Масштабні гендерні дослідження набирають звороти в найрізноманітніших галузях науки, у тому числі й у лінгвістиці. З'явився самостійний науковий напрямок у мовознавстві, що досліджує гендерні аспекти мови й комунікації - гендерна лінгвістика (зустрічаються також такі варіанти назви цього напрямку, як «лінгвістична гендеристика» і «гендергетика») [4:12]. Безперечно, що практично у всіх лінгвістичних дисциплінах можна

знайти місце для вивчення гендерного аспекту - у семантиці, соціопсихолінгвістиці, теорії дискурса й комунікації, однак «найбільш традиційним кутом зору варто вважати дослідження мовного поводження чоловіків і жінок, що різниться на вибір одиниць лексикона, преференції тих або інших частин мови, синтаксичних структур і стилістичних прийомів» [3:43].

Мова преси відрізняють універсальність і спеціалізація [5: 111], що знаходить своє відбиття й у диференціації по гендерній ознаці, залежно від аудиторії, на яку розрахована преса. Відповідно, вибір мовних засобів буде залежати й від статі одержувачів інформації.

Чоловікі більш ніж жінки сприйнятливі до нового в мові, уживають більше неологізмів, а також слів з термінологічної й професійної лексики [7:56]. У сучасній лінгвістиці це пояснюють тим, що соціальний стан жінки в суспільстві менш стабільний, чим чоловічий, на відміну від чоловіка, жінка не завжди може бути визначена в суспільстві по професійних якостях, заробітку й по іншим соціально значимим критеріям, тому жінка прагне підтримати свій соціальний статус за допомогою мови [8: 154]. Наше дослідження показало, що з 465 слів, диференційованих нами як композити, у друкованому джерелі «International Herald Tribune» оказиональними (не зафіксованими в словнику) є 186 слів. У жіночому журналі «Woman's Weekly» оказиональними ми визнали 176 слів з 454. Таким чином, частка оказионалізмів у досліджуваних джерелах склала від загальної кількості вибірки 40% («International Herald Tribune») і 38,81% («Woman's Weekly»), що склало близько 2% відсотків різниці, що не є істотним. Імовірно, це пов'язане з тим, що жінці всі частіше вдається показати свій статус за допомогою інших соціально значимих засобів, крім мови. Однак цікавим є лексичний склад даних оказионалізмів. У газеті «International Herald Tribune» найбільш великими групами оказионалізмів були наступні: слова, що відносяться до політичної лексики (terrorism-fighting, Bush-backed, Kremlin-controlled), до економічної й фінансової лексики (investment-grade, industry-leading, forward-pricing), до спортивної лексики (major-league, last-place, minor-league), до технічної лексики, зокрема комп'ютерної (variable-data, spam-fighting, high-volume), слова, що мають у складі географічну назву (London-based, Boston-based, Nouadhibou-to-Nouakchott). У жіночому журналі «Woman's Weekly» ми одержали наступну тематичну наповнюваність оказионалізмів: слова, що відносяться до готування їжі (ready-to-eat, dry-fry, food-related), слова, пов'язані із квітковою тематикою (wild-flower, bronze-leaved, filigree-leaved, ray-petalled, broad-petalled), здоров'я, зокрема правильне харчування (health-food, alcohol-free, blood-pressure), кольору (golden-yellow, pale-apricot, purplish-rose, rosy-pink), рукоділля (lace-making, garter-stitch, machine-sewn), Інтернет і побутова техніка (databases, three-CD, e-mail), фінанси (cash-back, MasterCard, money-back), лексика почуттєвого сприйняття (tasty-looking, shoddy-sounded). Привертає до себе увагу той факт, що такі тематики, як догляд за собою й ведення домашнього господарства, що вважаються традиційно жіночими, дали досить невелику кількість нової лексики. Неважко також звернути увагу на те, що утворення неологізмів має місце в різних тематичних полях, залежно від типу друкованого джерела. Однаково продуктивними виявилися комп'ютерна лексика й фінансова. Однак і тут лексика має різний ухил. Якщо у виданні, орієнтованому переважно на чоловіків, лексика, пов'язана з комп'ютером і Інтернетом, розглядається більше з технічної точки зору, то в жіночому журналі переважає лексика, орієнтована на простого користувача, не знайомого з технічною стороною. Що стосується фінансів, то для чоловіків дана тема представлена більше словами, пов'язаними зі світовою економікою, з розвитком даної сфери у світових і державних масштабах, у той час як для жінок дана тема реалізується в оказіоналізмах, більш пов'язаних з домашніми фінансами й домашньою економією.

У цілому ж композити цих видань розбиті за тематикою таким чином:

Таблиця 1 «International Herald Tribune»

Найменування тематики	Заг. к-ть слів
економіка й фінанси	43
політика й керування	36
техніка/комп'ютер (Інтернет)	25
спорт	24
час	23
географія	22
дозвілля	17
засоби пересування	16
одяг	14
людина	14
торгівля	10
колір	3
кар'єра	3

Таблиця 2 «Woman's Weekly»

Найменування тематики	Заг. к-ть слів
рослини й рослинництво	28
готування їжі	26
час	23
здоров'я	21
колір	19
людина	15
лексика почуттєвого сприйняття	14
побутова техніка	13
рукоділля	11
домашнє господарство	11
здорове харчування	9
фінанси	9
комп'ютери й Інтернет	8
сімейні й особисті відносини	7
догляд за собою	7
місце розташування	4

Розподіливши виділені тематичні групи слів у порядку убування слів, ми маємо наступну картину: в «International Herald Tribune» ми виділили 14 відносних тематичних категорій, а в «Woman's Weekly» - 16. У виділених категоріях простежується традиційний розподіл тематик на чоловічу й жіночу. У жіночому журналі не знайшлося місця для політики й керування, спорту. Для читачів «International Herald Tribune» виявилося нецікавим готування їжі, рослинництво, домашнє господарство, здорове харчування, рукоділля. Обертає на себе увага групування лексики подібних і співпадаючих тематик: у жіночому журналі йде акцент на внутрішні, домашні фактори, що стосуються життєдіяльності безпосередньо людини, її побут, обслуговування, оточення, у той час як в «серйозній» газеті йде акцент на зовнішню діяльність людини, пов'язану з рішенням глобальних питань. Умовно подібні відносини можна звести до формули «мікрокосм» - «макрокосм». Жіноча лексика зачіпає насамперед відносини мікрокосму, тобто самої людини й навколишнього її миру побуту. Чоловіча лексика, у свою чергу, торкає відносини макрокосму - держава, керування, торгівля. В «International Herald Tribune» лексика політики й керування є другою по чисельності лексичного складу категорією, у той час як в «Woman's Weekly» подібна лексика не зустрічається, політичні теми, теми війни, політичних угруповань і дебатів уникаються. Привертає до себе увагу й той факт, що лексика в співпадаючих тематиках також може бути розглянута з позицій "мікрокосму" і "макрокосму". Наприклад, категорія «фінанси» простежується в лексиці з обох друкованих джерел. Однак в «International Herald Tribune» цю категорію буде точніше назвати "економіка й фінанси". Серед композитів даного друкованого джерела зустрічаються специфічні банківські терміни, терміни кредитування й макроекономіки (investment-grade, offshore-domiciled). У той же час як в «Woman's Weekly» лексика, віднесена до фінансового, являє собою лексику фінансових послуг, наданих приватним особам, тобто має прикладне побутовий значення для кожної конкретної людини (cash-back, cardholder). Дана лексика охоплює спектр фінансової діяльності кожної фізичної особи, тому цілком може бути віднесена до побутової неспецифічної щоденної лексики. Те ж саме можна сказати й про лексику, пов'язану з комп'ютерами й Інтернетом. В «Woman's Weekly» комп'ютерна тематика представлена лексикою, що має відношення до

безпосередньої експлуатації комп'ютера, безпосередньому використанню мережі Інтернет (keyboard, Internet-based, website). Лексика, що відноситься до технічного обслуговування або глобальних комп'ютерних стратегій, у даному друкованому джерелі відсутня. У той час, у газеті «International Herald Tribune», крім загальної лексики користувача, є присутня лексика більш спеціальна, пов'язана, наприклад, із глобальними питаннями боротьби зі спамом (spam-fighting, spam-filtering), технічними об'єктами (gateway, inkjet) або характеристиками комп'ютерного обладнення (high-volume, high-speed).

Привертає до себе увагу лексика, пов'язана з лексичним полем часу. Дана тематика представлена однаковою кількістю лексичних одиниць в обох виданнях, однак вони несуть різне значеннєве навантаження. Неважко помітити, що слова, що ставляться до визначення часу в «International Herald Tribune», частіше визначають поняття часу чітко й конкретно (half-year, 18-month, three-year), у той час як в «Woman's Weekly» частіше зустрічаються невизначені часові позначення (whenever, sometimes, everlasting, never-ending). Те ж саме стосується й лексики, пов'язаної із просторовим позначенням. В «International Herald Tribune» це в основному конкретні географічні найменування (ми навіть виділили окрему тематичну категорію «географія») - London-based, northwestern, German-Dutch), у той час як в «Woman's Weekly» удалося виділити лише 4 слова, що ставляться до відстаней і місця розташування (throughout, somewhere, north-east, long-distance), три з яких є невизначеними й позбавленими конкретики. Нам представляється можливим зробити висновок, що лексика, адресована жінкам, несе в себе меншу конкретність, будучи більше орієнтованою на суб'єктивне сприйняття (long-distance, ever-lasting), чим на об'єктивне (90-minute, Seoul-based).

Украй цікавим є розгляд лексики, що представляє колірну гаму. В «Woman's Weekly» це - численна лексична категорія, представлена 19 композитами. При цьому при створенні даних композитів використовувалися не тільки безпосередньо назви базових кольорів (greenish-yellow, reddish-brown), але й слова, які не є безпосередньо кольором, але пов’язані з певними колірними асоціаціями (pale-apricot, autumn-tinted). Повною протилежністю є лексична наповнюваність даної тематичної категорії в «International Herald Tribune». Нам удалося зафіксувати лише три лексичних одиниці, що мають відношення до категорії кольору. Таким чином, ми можемо погодитися з висновками про те, що словник кольоропозначень в жінок істотно ширше, ніж у чоловіків, жінки вживають більше специфічних назв кольорів [6:69].

Непродуктивною в «International Herald Tribune» виявилася тематика сімейних і особистих відносин. Якщо в «Woman's Weekly» нами було зафіксовано 7 лексичних одиниць, віднесених до даної тематики, то в «International Herald Tribune» ми віднесли до даної категорії лише слово boyfriend. Побічно ця категорія пов'язана з категорією лексики почуттєвого сприйняття, у яку ми внесли слова, пов'язані зі сприйняттям предметів органами почуттів. В «Woman's Weekly» ми виділили 14 лексичних одиниць, що відносяться до даної категорії, а в «International Herald Tribune» ми змогли виділити лише слово eye-catching. Ми вважаємо за можливе зв'язати цей факт із раніше описаними нами відносинами «макрокосму» і «мікрокосму». Жінкам більше цікава сама людина, її особисті взаємозв'язки й відносини, чим зовнішні відносини людських спільнот. Саме тому в жіночому журналі частіше описується сприйняття людини, згадуються його родинні відносини, чим у пресі, традиційно вважаємой за чоловічу. З іншого боку, лексика почуттєвого сприйняття виражена прикметниками, а, як відзначає О. Л. Бєссонова, словниковий запас жінок більше, ніж у чоловіків, і особливо це помітно на прикладах уживання саме прикметників [2:90].

Привертає до себе увагу той факт, що категорія «одяг» виявилася затребуваною читачами «International Herald Tribune», а не читачками «Woman's Weekly». Здавалося б, дана категорія повинна бути реалізована більшою мірою в жіночому журналі, однак ми спостерігаємо протилежну картину. Імовірно, це пов'язано із сучасними реаліями, коли для досягнення успіху людина повинна бути добре одягненою, що змушує чоловіків цікавитися новинками сучасної моди й зробило модним образ метросексуала.

У цілому розходження тематичних розподілів лексики обох друкованих джерел представляються, з одного боку, відповідними наявним соціальним стереотипам (розподіл

тематик, зв'язаних зі спортом, політикою, рукоділлям, домашнім господарством), але, з іншого боку, вносить деякі корективи в стереотипні гендерні погляди (тематика, пов'язана з одягом), а також підтверджують висновки психологів (лексика кольору й почуттєвого сприйняття).

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Акишева А. Т. Языковое самосознание как измерение социальных моделей речевого поведения в гендерном аспекте. – Типы языковой личности// Русская литература в формировании в формировании современной языковой личности: Том 2. – Санкт-Петербург, 24-27 октября 2007. – с. 5 – 13.
2. Бєссонова О. Л. Концепти „жіноче" і „чоловіче" в англійській мові // Вісник Донецького університету. Серія Б. Гуманітарні науки.. – 2001. – Вип.2. – с. 85-94.
3. Гвоздева А. А. Отличительные особенности женских языковых картин мира. – Актуальные проблемы лингвистики и межкультурной коммуникации: Межвузовский сборник научных трудов. – Иваново, 2004. – с. 43-50.
4. Горошко Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма. – „Методология современной психолингвистики" – М.-Барнаул: Изд-во Алтайского университета, 2003. – с. 3-12
5. Швейцер А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США. – М.: Изд-во «Наука», 1983. – 211с.
6. Shuy R. Sociolinguistic Research at the Centre for Applied Linguistics: the Correlation of Language and Sex, in International Days of Sociolinguistics. - Rome, Instituto Luigi Sturzo. - 1970
7. Spender D. The Right Way to Talk: Sex Differences in Language. - Times Educational Supplement, 3 November: 19> 1978.
8. Trudgill P. Sex, Covert Prestige and Linguistic Change in the Urban British English of Norwich. – Language in Society, #1. – 1972. – p.p. 95 – 174.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Віра Левченко – аспірантка кафедри англійської філології Горлівського державного педагогічного інституту іноземних мов.

Наукові інтереси: соціолінгвістика, гендерна лінгвістика, словотвір.

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНВЕРТОВАНИХ ПОХІДНИХ

Ольга НІКОНЕНКО (Полтава, Україна)

Стаття присвячена вивченню словотвору сучасної німецької мови. Робиться структурний та семантичний аналіз конвертованих похідних основ віддієслівних іменників. Конвертовані похідні основи іменників утворені від твірних основ сильних кореневих дієслів сучасної німецької мови.

The article is devoted to the investigation of derivational system of the German language. The author makes the structural and semantic analysis of the derivative stems of verbal nouns derived from the strong root verbs.

У сучасній німецькій мові безафіксно-похідні основи віддієслівних іменників утворюються:

а) способом конверсії (до якої належить і субстантивація);

б) способом імпліцитної деривації. Внаслідок імпліцитної деривації утворюються безафіксно-похідні основи віддієслівних іменників від ТО сильних кореневих дієслів зі зміною кореневої голосної [15; 16; 18].

Своє дослідження ми присвятили вивченню конвертованих похідних основ іменників. Матеріалом для дослідження слугують похідні основи віддієслівних конвертованих іменників, які співвідносяться за структурою та семантикою з твірними основами сильних кореневих дієслів.

Утворення похідних основ віддієслівних іменників конверсією відомі з найдавніших періодів розвитку словникового складу німецької мови [4; 9; 21; 27]. Однак до сьогодні вчені по-різному витлумачують поняття конверсії. Сформувалися декілька підходів кваліфікації цього поняття.

О.С. Ахманова у Словнику лінгвістичних термінів витлумачує конверсію як "утворення нового слова завдяки переведенню основи в іншу парадигму словозміни" [1: 202]. Субстанивацію вона визначає як "перехід у розряд іменників інших частин мови внаслідок набутої здатності безпосередньо вказувати на предмет (а не лише через його ознаку і т.п.)" [1: 460].

К.А. Левковська визначає конверсію як "спосіб утворення нових слів без застосування будь-яких спеціальних словотворчих афіксів. Під час конверсії твірна основа однієї частини мови набуває систему форм іншої частини мови, оскільки похідна основа нового слова утворюється шляхом включення твірної основи даного слова в іншу парадигму. Єдиним словотвірним засобом тут є система форм тієї частини мови, до якої належить утворена