

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА І СЛОВОТВІРНА ПРИРОДА МОТИВАЦІЇ МОВНОГО ЗНАКА

Гончарова Т. В

*Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова*

Проблема мотивації мовного знака, незважаючи на значну кількість наукових праць, де досліджується це явище в ракурсі словотвору та теорії номінації (Гінатулін М. М., Голєв М. Д., Земська О. А., Ковалик І. І., Кубрякова О. С., Улуханов І. С., Янценецька М. Н.), залишається дискусійною й досі не вирішеною.

У сучасній лінгвістичній науці термін “мотивація” визначається як достатність, характер та обґрунтованість вияву причини для тієї чи іншої ознаки, дії, а також взаємовідношень між складовими частинами мови загалом та мовних одиниць зокрема.

Поряд із мотивацією в лінгвістиці паралельно функціонують терміни *мотивування*, *мотивованість*, які, звичайно, ототожнюються з мотивацією. Проте поява дублетів потребує їх розмежування з огляду на ключові слова дефініції [10, с. 157].

Так, *мотивацією*, або *мотивуванням*, є процес, а точніше “один з аспектів процесу деривації, так звана особлива форма вживання слова (дериваційно-мотиваційний процес)” [1, с. 3]. *Мотивованість* же розглядається як результат такого процесу з огляду на внутрішню форму, що є засобом мотивації [6, с. 77]. Найчіткіше обидва поняття досліджено у роботах О.А.Земської [5, с. 56] на прикладі семантичних відношень між основними та похідними мовними одиницями. У результаті аналізу дослідниця виділила 1) основну мотивацію (рос. *дом* – *домик* тощо) та 2) корелюючу з нею периферійну мотивацію, коли семантика мотивуючого слова становить периферійну частину семантики мотивованого слова (рос. *госпитализировать* – “помістити в будь-яку лікарню, тому числі й госпіталь”) [5, с. 56].

Далі на основі кореляції виділяється *пряма мотивація* (рос. *школа* – *школьник*) та *переносна*, що в свою чергу поділяється на два види: *реальну мотивацію*, коли образне значення мотивованого слова походить від переносного значення мотивуючого (рос. *петух* – “запальний чоловік”, “забіяка”, похідне рос. *петушиться* – “вести себе запально”, “задиратися як півень”), та *асоціативну*, коли значення мотивованого слова базується на стійких асоціаціях, характерних для мотивуючого слова. Крім того, О.А.Земська виділяє ще й *образну мотивацію*, коли образне значення мотивованого слова базується на прямому значенні мотивуючого слова (рос. *молокосос*).

При цьому образна мотивація випадає з класифікації, заснованої на дихотомічному принципі: основна / периферійна мотивації протиставляються за

ознакою, ‘яке місце в значенні мотивованого слова займає мотивуюча частина семантики’; пряма / переносна мотивації перебувають в опозиції одна до одної за ознакою, ‘який тип лексичного значення мотивуючого слова (прямого чи переносного) лежить в основі мотивованого слова’ [5, с. 56].

До прямої та переносної мотивації за ознакою повноти збереження значення мотивуючого слова дотичною є периферійна мотивація, але протиставляється їм за ознакою ‘місце значення мотивуючого слова в мотивованості значення мотивованого’. Якщо при повній прямій мотивованості значення мотивуючого слова формує ядро значення мотивованого слова, то при периферійній мотивації мотивуючим словом формується лише вузький сегмент семантичного простору мотивованого слова. Так, у словах рос. *чернила*, *белизна* ядро мотиваційної частини займає родові значення кольору, а видові “чорний”, “білий” переміщуються на периферію значення. В мотивованих словах рос. *полководець*, *столік* ядром значення є відповідно “велике військове об'єднання” та “виріб з дерева”, а мотивуюче значення слів-основ рос. *полк*, *стол* переміщуються на периферію [5].

На момент свого виникнення такі похідні слова безсумнівно мали пряму мотивацію, ядро їх значення містило значення мотивуючого слова, але в процесі історичного розвитку через екстралінгвістичні фактори відбулося розширення лексичного значення мотивованого слова та звуження сфери використання мотивуючої ознаки. Такі процеси не лише властиві лексичній системі мови, а й актуальні для словотвору.

Реалізація номінативної функції похідними словами, вторинними одиницями мови, що є об'єктами вивчення словотворення, відбувається не безпосередньо, а за допомогою первинних мовних одиниць, що лежать в їх основі [13, р. 86]. Первинне слово та похідне слово співвідносяться як мотивуюче та мотивоване. Відмінність між прямим та переносним значенням похідного слова базується саме на характеристиці мотивації цих значень, тобто пряме значення похідного слова мотивоване значенням основи, а переносне значення – мотивоване власне цим прямим значенням.

Щодо мотивованості внутрішньої форми слова, то можна виділити такі її аспекти: морфологічний та семантичний. Морфологічна мотивованість визначається словотвірною моделлю лексичної одиниці, а семантична – це результат взаємовідношення між словотвірними формами і основою, між новим та попереднім значенням. Периферійна мотивація – результат семантичних змін в лексиці, а не особлива властивість словотворчих взаємовідношень.

Таким чином, повна мотивованість реалізується в мові через пряму, переносну та периферійну форми, кожна з яких займає своє місце у диференційній шкалі мотивованості залежно від зменшення семантичної ознаки у процесі взаємодії між мотивуючим та мотивованим словами.

О. А. Земська протиставляє повній мотивації *неповну*, *часткову*, коли в значенні похідного слова лексичне значення мотивуючого слова входить з

семантичною неповнотою. За цією ознакою маємо: 1) непряму, 2) метафоричну, 3) асоціативну мотивації.

Непряма мотивація виявляється у випадках, коли пряме посилення до мотивуючого слова чи пряме включення мотивуючої частини до значення мотивованого слова не є можливим, а семантичні відношення виявляють себе не безпосередньо, а через лексичні значення мотивуючого слова, точніше через його частину. Так, у словах рос. *инженерный*, *интеллигентный*, *ювелирный* спостерігається повна пряма мотивація, лексичне значення похідних описується способом вказівки на повне значення мотивуючих слів.

Натомість варто зазначити, що у цих словах рос. *инженерный*, *интеллигентный*, *ювелирный* семантичні відношення з мотивуючим словом на перший погляд завуальовані, адже у тлумачних словниках слово рос. *инженерный* пояснюється через слово “технічний”, друге – через “той, хто має високий рівень внутрішньої культури”, слово рос. *ювелирный* – “той, що виготовляє вироби з дорогоцінних матеріалів”. А тому варто вже говорити про непряму мотивацію, оскільки хоча такі визначення і є точними, але потребують врахування значення мотивуючого слова, яке залежить від їхньої сполучуваності з іншими словами, або від контексту. Без цих умов роль мотиваційної ознаки перебирає на себе частина лексичного значення, що залишилася та входить до похідного слова. При описі значень цих похідних слів, що характеризуються непрямою мотивацією, застосовуються два принципи: перший базується на визначенні роду діяльності, ознаки, а інший потребує встановлення конкретного характеру роду діяльності, ознаки, в яких виявляється непряма мотивація (*инженерный* – “той, що відноситься до професії інженер”, “технічний”).

Під час метафоричної мотивації з лексичного значення мотивуючого слова виноситься лише один семантичний компонент, який складає основу нової номінації. Такий процес здійснюється за допомогою перенесення ознаки за схожістю. Якщо в лексиці метафора є семантичним явищем (одна й та ж форма обслуговує різні явища), то в словотворі вона супроводжує творення нового слова, яке є одноосібним носієм цього метафоричного значення. Порівняння є проміжною складовою між мотивуючим та мотивованим словами: при творенні слова воно перетворюється на метафору, а при описі значення похідного слова метафора перетворюється на порівняння (рос. *закаменеть* – “стати твердим як камінь”).

Основною характеристикою метафоричної мотивації є обґрунтування пояснення мотивуючого слова. Проте оскільки опис значення мотивованого слова відбувається шляхом порівняння, то порівняльні квантори рос. *как*, *как будто* показують, який семантичний компонент мотивуючого слова покладено в основу виникнення нового лексичного значення.

Асоціативна мотивація характеризується меншою чіткістю семантичних зв'язків мотивуючого та мотивованого слів, ніж метафорична мотивація. Так, лексичне значення російського слова *школьничают*, яке О. А. Земська наводить як приклад [5, с. 58], що значить “поводити себе як

школяр”, здається, не пов'язане зі словом *школяр*, лексичне значення якого “учень школи” та не містить компонента “характеристика”, як, наприклад, у випадку зі словом рос. *шулер* – “той, хто користується нечесними засобами в грі”.

У випадку зі словом рос. *школьничать* – уподібнення характеристиці слова-основи є, але характеристика похідного слова в мотивуючому слові відсутня. У цьому полягає сутність асоціативної мотивації, яка спирається на мотиваційну характеристику, що в тлумачних словниках в мотиваційних словах не фіксується, але це не означає її відсутність.

Отже, різновиди мотивації можна подати так:

Повна мотивація	Часткова мотивація
1. Пряма мотивація	1. Непряма мотивація
2. Переносна мотивація	2. Метафорична мотивація
3. Периферійна мотивація	3. Асоціативна мотивація

Існують й інші підходи до розуміння власне мотивації та її класифікації. Так, у дослідженні М.Д. Голева [2, с. 35] мотивуюче слово описується як нове поняття, при творенні якого необхідне мотивування; мотивувальна ознака має виражатися афіксом, а не основою. При достатній самостійності видів можна виявити різницю в характері семного складу мотивуючого і мотивованого значень і моменти десемантизації афікса, втрату вихідного модифікаційного значення.

М. Д. Голев виділяє поняття “релятивна сема” [2, с. 35], що зв'язує мотивовану й мотивуючу одиниці. На рівні лексичної семантики релятивна сема включається в план лексичного значення, що виражається основою даного слова і тяжіє до типу потенційних сем, що відображено в немотивованих словах. На рівні словотворчої семантики цілісне лексичне значення слова проектується на його структурно-семантичний план, і релятивна сема стає поєднувальною ланкою між класифікаційним значенням, що є формантом, і значенням мотивуючої бази, а при типізації релятивної семи вона тяжіє до формантної частини словотворчого типу. Саме на цьому рівні актуалізуються, на думку Д.М. Шмельова, епідигматичні або лексико-дериваційні відношення як особливий (після парадигматичних і синтагматичних) тип відношень. На нашу думку, є можливість розглядати епідигматику як більш складний, похідний тип зв'язків між словами. Епідигматика є реалізацією синтагматичних і парадигматичних відношень у специфічній функції – функції **мотивації**: використовуючи суміжне й подібне, ми пояснюємо й розуміємо через більш просте й відоме щось більш складне, вторинне й нове. Виходячи з цього, у сфері мотивації можна виділити два типи відношень: 1) *відношення, що базуються на синтагматиці*, і 2) *відношення, що базуються на парадигматиці*.

**Синтагматичні мотивації** найтісніше пов'язані з метонімією. Саме поняття метонімії як особливого семантичного способу фіксації нового змісту через уже існуюче припускає імплікацію певних компонентів мотивуючої синтагми в мотивованому слові. Такі відношення дістали назву синтагмо-

метонімічних. Маючи високу регулярність і типовість, вони активно виражаються в словотворчих моделях.

До цього типу відношень включаються не тільки відношення між предметами за суміжністю (*трактор – тракторист*), але й відношення між діями та ознаками дій.

Найбільш продуктивними типами цих відношень М. Д. Голєв називає такі: 1) власне агентивні, 2) обставинно-агентивні, 3) означальні.

**Першу** групу становлять *власне агентивні відношення*:

1. Суб'єкт – дія: рос. *читатель – читать* (можливим є й зворотні відношення: рос. *читать – читатель*).

2. Об'єкт – дія: рос. *бизнес – бизнесмен*, (об'єкт дії виражений у мотивованому слові: рос. *контрабанда* (процес) – *контрабанда* (об'єкт)). Особливим різновидом об'єкта є продукт, результат дії: *клеймо* (знак) – *клеймо* (знаряддя), навпаки, рос. *болеть – болезнь*.

3. Знаряддя – дія: рос. *барабан – барабанищик*.

**Другу** групу становлять *обставинно-агентивні відношення*.

1. Мотивуюче слово вказує на *спосіб дії*: рос. *попусту – работать впустую*.

2. Мотивуюче слово має значення *місця* або *часу дії*: рос. *обед – сходит в обед домой*.

3. Мотивуюче слово позначає *мету* й *причину дії*: рос. *вальс – вальс* (музика для вальсу).

**Третю** групу становлять *означальні відношення*.

Мотивуюче слово вказує на:

1) *матерію*: рос. *вата – ватник, капрон – капрон* (виріб з капрону);

2) *ціле – частина й частина – ціле*: рос. *лук – луковица, черника* (ягода) – *черника* (рослина);

3) *приналежність*: рос. *Пушкин – пушкинский роман*;

4) *генетику*: рос. *Одиссей – Одиссея*.

Мотивації, що базуються на *парадигматичних відношеннях* мають іншу семантичну природу. Тут мотивоване слово позначає явище, порівнюється чи протиставляється за певною ознакою іншому явищу, позначеному мотивуючим словом.

Парадигматичні мотивації меншою мірою підлягають типізації на словотворчому рівні, ніж синтагматичні. Можливо, саме тому, що видові ознаки є більш різноманітними. Невипадково, у сфері мотиваційної парадигматики найбільш регулярними виявляються слова у функції додатків, у яких головна ознака виражена в основі, яка здатна відобразити індивідуальність ознаки: рос. *печь – электропечь*. Система дериваційно виражених парадигматичних відношень характерна здебільшого для дієслів, де аспекти цих відношень досить різноманітні: локальність, інтенсивність, фазовість.

Для інших груп слів, зокрема для складних, притаманні й інші типи мотивації.

Так, Л. Б. Коржева [7, с. 105-108] визначає такі типи мотивації в англійських композитах:

1) експліцитний тип мотивації, заснований на конкретизації компонента за однією ознакою, вираженою першим компонентом: англ. *attack-dog*, *bubble-umbrella*;

2) лексикалізований тип мотивації, при якій відношення встановлюються між цілою сукупністю одиниць. Відношення між цими одиницями можуть бути досить складними, багатоплановими, і тільки частина з них відображається в композиті: англ. *airspace*, *air-hall*. Особливою підгрупою з-поміж лексикалізованих композитів можна виділити ті, що утворені за конкретним лексичним зразком слова-прототипу. В більшості випадків одиниці цього типу відображають ту специфіку, яка була притаманною їхньому зразку: *air-broker*, *voice-print*;

3) імпліцитна, або ідіоматична мотивація характерна для слів, утворених, як правило, на основі непрямой мотивації, що є частиною розгорнутої конструкції й іноді має фразеологічний характер: англ. *flashpack*.

Л. Ф. Омельченко, досліджуючи такі утворення в англійській мові, зазначає, що “для того, щоб нові композити ввійшли до складу узуальної лексики, потрібні сприятливі умови, які допоможуть цьому процесу” [9, с. 67]. Такими умовами вона вважає: 1) повну відсутність слова на позначення певного поняття, 2) незадовільність якості того слова, що є в мові (немилозвучність, громіздкість структури і т. ін.), 3) лінгвістичну перевагу запропонованої інновації над попереднім способом номінації, 4) сприятливу суспільну думку щодо запропонованої інновації, 5) “активне вживання” у ЗМІ [там само].

Окрім цих умов, можна додати й те, що поява синхронно-релевантних композитів зумовлена потребами всіх функціональних сфер спілкування, яким необхідні лексичні поповнення не тільки інформативно-комунікативними, а й емоційно-експресивними одиницями. Це й побутові слова, науково-технічні терміни, публіцистична лексика, різноманітні образні оказіоналізми, жаргонізми, сленгізми тощо.

З усього зазначеного вище випливає висновок, що при дослідженні мотивації нових слів та їх значень, окрім суто лінгвістичних факторів, особливої ваги набувають функціонально-прагматичні чинники. Сама поява нового композита продиктована прагматичними потребами. Відправник повідомлення вибирає з наявного лексичного репертуару те, що якнайкраще виражає його думки й почуття. Якщо в лексиконі відправника такого слова немає, він видозмінює наявні одиниці або створює нові [8]. Як справедливо зауважує С. М. Єнікеева, “нові лексичні одиниці створюються в процесі мовлення як здійснення мовцем свого комунікативного наміру, а не як одиниці, завчасно заплановані мовцем для розширення й поповнення лексики” [3, с. 86]. З огляду на це, можна говорити про тісний зв'язок між активними номінативними процесами і прагматикою. Очевидно, тому поява в слові нового лексико-семантичного варіанта у вимірах комунікативно-прагматичної парадигми може розцінюватися

як результат прагматичної мотивованості слова. Під останньою В. І. Заботкіна розуміє варіювання його вживання в різних ситуаціях спілкування залежно від соціального, територіального, національного, вікового й інших статусів учасників комунікації [4, с. 49]. Одна й та ж лексема по-різному реалізується в однотипних ситуаціях представниками різних верств носіїв мови. Через уживання слова в неадекватній для його значення ситуації (контексті) носієм іншої соціо професійної групи воно набуває нового відтінку значення і з часом стає його окремим ЛСВ. З іншого боку, будь-яка новизна семантична породжує новизну прагматичну. Новий ЛСВ слова розширює прагматику всієї лексеми, адже розширюється й одночасно обмежується спектр ситуацій і контекстів її вживання. Нова одиниця семантичної деривації, зумовлена прагматичною мотивацією, породжує подальшу прагматичну новизну всієї лексеми загалом [там само].

Підсумовуючи вище зазначене, варто сказати, що лексико-семантична і словотвірна природа мотивації мовного знака зумовлена різними типами мотивації, характерними для різних лексико-граматичних розрядів слів, зокрема для похідних з предметним, суб'єктно-об'єктним, ознаковим значенням та складних слів, переважно композитів, семантика яких заснована на прагматичній мотивації.

## Література

1. Голев Н. Д. Динамический аспект лексической мотивации / Николай Данилович Голев. – Томск : Изд-во Томского ун-та, 1989. – 252 с.
2. Голев Н.Д. Речевые описательные наименования / Место в системе номинативных единиц. Некоторые особенности структуры и функционирования / Актуальные проблемы лексикологии и словообразования. – Новосибирск , 1979. – Вып. 8. – С. 21-37.
3. Єнікєєва С. М. Формування нових словотворчих елементів англійської мови шляхом афіксалізації лексичних одиниць / С. М. Єнікєєва // Загальні питання філології. – Т. 1. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2004. – С. 85–90.
4. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / Вера Ивановна Заботкина. – М. : Высшая школа, 1989. – 126 с.
5. Земская Е. А. Словообразование как деятельность / Елена Андреевна Земская. – М.: Наука, 1992. – 221 с.
6. Кияк Т. Р. Мотивированность лексических единиц (количественные и качественные характеристики) / Тарас Романович Кияк. – Львов : Изд-во при Львовском гос. ун-те издат. объединения "Выща школа", 1988. – 164 с.
7. Коржева Л. Б. Мотивация композитных новообразований в современном английском языке / Л. Б. Коржева // Сб. научн. трудов. – 1982. – С. 100–108.
8. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности / Елена Самойловна Кубрякова. – М. : Наука, 1986. – 158 с.

9. Омельченко Л. Ф. Английская композита: структура и семантика: дисс. ... доктора филол. наук : 10.02.04 / Омельченко Лариса Фёдоровна. – К., 1989. – 493 с.
10. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : [підруч.] / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 711 с.
11. Шмелёв Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики / Дмитрий Николаевич Шмелёв. – М. : Наука, 1973. – 280 с.
12. Fishman J. A. The relationship between micro- and macrosociolinguistics in the study of who speaks what language to whom and when / Joshua A. Fishman. – Harmondsworth, 1972. – 345 p.

### Summary

This article is devoted to the study of the lexico-semantic and word-building nature of the linguistic unit motivation. The lexico-semantic and word-building nature of the linguistic unit motivation is determined by the different types of the motivation. The motivation can be of direct / indirect, figurative / metaphoric, peripheral / associative sense. The analysis of the different lexico-grammatical classes of the word has made it possible to distinguish the following types of the motivation with different relations between the linguistic units: the derivatives with the meaning of thingness and attribute and the object-subject meaning; and the composites (the compound units) which semantics is based on the pragmatic motivation.

## ENGLISH - THE LANGUAGE OF GLOBALISATION

**Hornáková A.**

*University of Prešov, Slovakia*

At the present time English is the world's most frequently studied language and an official language of sixty-nine countries. After Chinese, English is the most widespread language in the world. It has achieved status as a lingua franca of the modern era. "It is estimated in Novakova's paper [Nováková 2002] that about twenty percent of the world's population speaks English. By 2050, it is predicted that half the world will be more or less proficient in it".

"Foreign language use in Benkova's paper [Benková 2008] has become one of the most urgent goals in educational systems of all European countries". The European Union motto "Unity in diversity" is a reflection of the multilingualism. Europe is a multilingual continent, but the great majority of European countries operates routinely with several languages. In the Education and Training work programme looking towards the year 2010 the ability to communicate in foreign languages is defined as a key competence. "Uherova [2009:152] emphasizes that highly specialized professional