

УДК 811.161.2'373.611

М. С. Глуховська,

*Харківська державна академія фізичної культури,
завідувач підготовчого відділення
відділу міжнародних зв'язків*

МЕХАНІЗМ АСОЦІАТИВНОЇ МОТИВАЦІЇ СЛОВОТВІРНИХ ІННОВАЦІЙ

У статті розглянуто механізм асоціативної мотивації на прикладах новотворів у мовній картині світу українців. Зроблено опис основних ознак асоціативної мотивації,

встановлених унаслідок когнітивно-ономасіологічного аналізу інноваційних слів. Наголошено на значущості асоціативної мотивації як підґрунтя механізму словотвірної інновації. Виокремлено донорські та реципієнтні зони, що утворюються під час переосмислення інновації, а також типи переосмислення новотвору на асоціативному рівні мовця.

Ключові слова: асоціативна мотивація, структурно-метафорична мотивація, дифузно-метафорична мотивація, гештальтна мотивація, новотвір, когнітивний підхід.

Ключовим поняттям ономасіології є поняття мотивації. Ця стаття зорієнтована на аналіз асоціативної мотивації та її різновидів (структурно-метафоричної, дифузно-метафоричної і гештальтної), що останнім часом активно вивчається на рівні мовлення. Особливої ваги вивчення словотвірної мотивації набуло в середині ХХ ст. Незважаючи на значну кількість наукових праць з цієї проблеми (А.В. Архангельська, В.О. Горпинич, О.А. Земська, І.І. Ковалик, О.С. Кубрякова, В.В. Лопатін, О.О. Селіванова, І.С. Улуханов), асоціативна мотивація в ракурсі словотвору має низку остаточно не вирішених питань. Будь-яка словотвірна інновація є елементом мовлення і вживається в ньому. Ставши частиною мови, інновація зазнає функціональної перебудови, тобто бере на себе виконання інших завдань, ніж у мовленні. Цих завдань більше, якісь відходять на другий план, з'являються нові, а найголовнішим є вивчення механізму асоціативної мотивації новотвору. Вважаємо за необхідне звернути увагу на механізми породження словотвірних інновацій.

Інноваційні слова досі не були об'єктом комплексних ономасіологічних досліджень, які дали б змогу дослідити мотивацію на підставі інтерпретації ономасіологічної структури, зокрема асоціативну мотивацію та її механізм у когнітивно-ономасіологічному аспекті, що і свідчить про **актуальність** нашої розвідки.

У роботі спираємося на методику когнітивно-ономасіологічного аналізу, розроблену О.О. Селівановою, що базується на принципі двовекторності дослідження (від слова до думки та від думки до слова).

Об'єктом дослідження є асоціативна мотивація та її типи, а предметом – механізм асоціативної мотивації значень словотвірних інновацій.

Мета статті полягає в тому, щоб виявити механізм асоціативної мотивації, виокремити типи переосмислення на асоціативному рівні. Мета передбачає виконання таких завдань: 1) схарактеризувати мотиваційні відношення подібності як основу асоціативної мотивації слова; 2) проаналізувати особливості типів асоціативної мотивації та відношень їхньої подібності.

Матеріалом дослідження слугували словники словотвірних інновацій, укладені А. М. Нелюбою (2008-2009, 20012-2013, 2014), словник Л. О. Ставицької «Український жаргон», художні твори, тексти масмедіа.

В кінці ХХ – на початку ХХІ ст. набув поширення когнітивно-ономасіологічний підхід до аналізу мовних явищ, підвалини якого викладені в роботах О.С. Кубрякової, О.О. Селіванової та інших. Цей лінгвістичний підхід належить до класу функціональних підходів, що не тільки реєструє мовні явища, а й пояснює, чому вони реалізуються саме так, а не інакше. Прихильники когнітивного підходу визнають особливу роль мовної одиниці, що полягає в її здатності фіксувати й відтворювати у свідомості людини осмислений нею фрагмент дійсності, вказувати на нього, відсилати до нього, збуджувати у свідомості всі пов'язані з ним знання й оперувати цим фрагментом у процесах розумової та мовленнєво-розумової діяльності [4].

Із переходом сучасної лінгвістики до когнітивізму питання мотивації почало розв'язуватися на основі нового принципу типологізації мотиваційних процесів, пов'язаного з визначенням концептуального місця мотиватора в ментально-психонетичному комплексі (далі МПК) позначуваного об'єкта [5].

В сучасній лінгвістиці явище мотивації має неоднозначне трактування. В термінологічній енциклопедії О. О. Селіванової запропоновано кілька визначень мотивації (залежно від напрямку дослідження), але ми спираємося на те, що «Мотивація – у сучасній когнітивній ономазіології наскрізна у процесі творення номінативної одиниці лінгвопсихоментальна операція встановлення семантичної і формальної залежності між мотиватором і похідною номінативною одиницею (мотивованим знаком) на підставі зв'язків різних компонентів структури знань про позначуване в етнічній свідомості» [7, с. 401].

На думку дослідниці, цей метод уможлиблює встановлення типу мотивації мовних одиниць і передбачає два етапи: інтерпретацію ономазіологічної структури й концептуальне моделювання структури знань про позначене або її фрагмента, на основі чого формують мотиваційну базу, обирають мотиватор і створюють номінативну структуру [6, с. 244]. Залежно від концептуального статусу мотиватора у структурі МПК ми, слідом за О.О. Селівановою [5, с. 154], виокремлюємо пропозиційно-диктумний, асоціативно метафоричний, модусний і змішаний типи мотивації.

Особливо продуктивним семантичним способом новотворів у мові вважаємо зміни в семантиці слова на основі метафори та метонімії, що є характерним для асоціативного типу мотивації.

Асоціативно-термінальний тип мотивації є метафоричним в етносвідомості народу [5, с. 172]. Метафора, в основі якої лежить згорнене або приховане порівняння (Аристотель), як один із загальних принципів номінації передбачає “імплицитну аналогію нового з наявним, “дальшого” з “ближчим”, менш відомого з відомішим” [11, с. 334]. Під метафорою розуміємо «семантичний процес, при якому форма мовної одиниці або оформлення мовної категорії переноситься з одного об'єкта позначення на інший на основі певної подібності між цими об'єктами при відображенні в свідомості мовця» [8, с. 307]. Метонімію розглядаємо як процес перенесення значення на основі «суміжності, дотичності (просторового, часового, атрибутивного, каузального та іншого характеру)» між об'єктами позамовної дійсності [9, с. 312]. Наприклад, *тарасик* – назва грошової одиниці номіналом 100 гривень. *Ви що сьогодні тарасиками будете розраховуватися?* (усне мовлення). Перенесення відбувається за рахунок асоціативних зв'язків, оскільки, на купюрі номіналом 100 гривень зображено портрет відомого українського письменника Тараса Григоровича Шевченка. В цьому разі донорською та реципієнтною зоною є ЛЮДИНА; широке значення слова стає вужчим і пишеться з маленької літери.

В сучасній лінгвістиці метафору розглядають як когнітивний феномен мислення людини, прийом пізнання, категоризації та концептуалізації. Метафору представляють у вигляді концептуальної проєкції з однієї концептуальної сфери на іншу [12, с. 379]. Наприклад, словотвірна інновація «кнопати» означає «набирати текст». Асоціативність пов'язана з іменником «кнопка», що переходить в дієслово «натискати на кнопку», тобто набирати текст. *Більшість сучасних смартфонів (іншими словами – телефонів на базі ... чисто для того, щоби не кнопати по екрані телефону назву закладу, графік ...* (городоцький форум, 02.04.2013 р.). Слова в процесі метафоризації отримують своє значення не випадково, як і не випадковим є вибір лексичних одиниць із певних сфер. В основі вибору лежить когнітивна основа, оскільки під час процесу метафоризації

людина мислить на когнітивному рівні, коли відбувається модифікація концептів під дією мотивувальної та мотивованої категорій.

Дослідження асоціативної мотивації семантичних інновацій показують, що принципи, на основі яких здійснюється підведення тієї чи тої мовної одиниці під певну категорію, не є суто мовними, в цьому процесі мова спирається на ментальну концептуалізацію світу, тобто на "осмислення інформації, що надходить, через конструювання предметів і явищ, яке призводить до утворення певних уявлень про світ у вигляді концептів" [1, с. 23]. Численна кількість зіставних функцій новотворів у мові спирається на метафору і метонімію, але "нові слова при цьому не набувають нових значень, а лише розширюють можливості свого вживання" і виконують виключно виразові, образні функції [3, с. 170]. Наприклад, дієслово *вкурити* вживається у значенні «зрозуміти». «Вкурити» означає втягнути в себе, наповнитися чимось за аналогією до процесу паління. *Росіяни ніяк не можуть вкурити!!! Майдан переможе* (Українська правда 24.07.2016 р.). *Донорською зоною виступає ЛЮДИНА (фізична дія), а реципієнтною – ЛЮДИНА (психічна дія).*

Асоціативно-термінальна мотивація в концепті демонструє можливості свідомості пов'язувати різні сфери знань за аналогією. Тому за загальним механізмом найменування референта така мотивація є метафоричною й залежною від метафоричних операцій. О.О. Селіванова залежно від способу взаємодії донорської та реципієнтної зон у процесі позначення виокремлює три різновиди асоціативно-термінальної мотивації: структурно-метафоричний, метафорично-дифузний та гештальтний, розмежування яких залежить від механізму асоціювання та аналогізації і зумовлене типом метафоричного поєднання та структурою породжувального простору [5, с. 172-175].

Структурно-метафоричний різновид формує найменування шляхом висвітлювання зв'язків слоту-диктуму зі слотом іншої когнітивної моделі, що забезпечує появу асоціата-термінала, який стає її мотиватором. Під час структурно-метафоричної мотивації відбувається поєднання двох концептів на ґрунті однієї слотової позиції, у результаті чого у вихідному концепті формується асоціативний термінал, позначений найменуванням іншого концепту. Наприклад, *телезомбування* має значення впливати на свідомість людей за допомогою телебачення – зомбувати їх. Утворився новотвір за базі злиття двох слів: телебачення + зомбувати. *Без російського телезомбування. До уваги власників і керівників громадських закладів Івано-Франківської області* (Галичина 04.09.2014 р.). Композити утворюються за принципом складання двох слів за аналогією до характерної поведінки, способу існування зомбі.

Метафорично-дифузний різновид асоціативно-термінальної мотивації, на відміну від попереднього, відображає дифузну природу інтеграції концептів. За умови метафорично-дифузної мотивації з зближення концептів спирається на декілька ознак, тому метафора, що лежить в основі перенесення назви з одного предмета на інший, має нечітке підґрунтя [5]. Наприклад, *фотожáба* – графічна карикатура, шарж; сленгова назва різновиду фотомонтажу, переробки зображення за допомогою растрового або векторного графічного редактора із застосуванням спецефектів комп'ютерного дизайну. Рідше сленгове «жаба» використовується як вираз недовіри стосовно змісту поста або коментаря, у тому числі не графічного, а текстового: *Вчорашній приліт нардепа, льотчиці Надії Савченко не залишив байдужим нікого, тому й не дивно, що у Мережі умить з'явилася велика кількість фотожаб на тему "обмін Савченко"*.

Донорською зоною виступає ТВАРИНА, а реципієнтною – ЛЮДИНА. Механізм асоціативної мотивації базується як на зовнішніх ознаках – карикатурній формі жаби,

так і на ґрунті негативного сприйняття підробки зображення. Метафоричний образ у цьому разі розмитий, нечіткий.

Гештальтний (образний) різновид ґрунтується на конекціях асоціативно-термінальної частини когнітивної моделі із зоровими, слуховими, тактильними та іншими образами, уявленнями, відчуттями на основі дотичності двох концептів [5, с. 174]. В.М. Телія зазначає, що при цьому співвідносяться різні сутності, створюючи новий гештальт із редукованих прототипів, формуючи на його основі новий гносеологічний образ і синтезуючи в ньому ознаки гетерогенних сутностей [6, с. 4]. О. М. Веселовський довів, що фізіологічний синкретизм і асоціації чуттєвого сприйняття людини виражені в мові. Образність мовних форм пояснюється «...фізіологічним синкретизмом і асоціацією чуттєвого сприйняття, тому ми постійно сприймаємо враження сукупного характеру, природа яких нам відкривається випадково чи в процесі наукового спостереження» [2, с. 62].

Найбільш поширеним є гештальтування. Наприклад, *австріїлізація*. Цей новотвір означає опредметнену дію (процес), пов'язану з Австралією (набуття ознак Астралії). Асоціативні процеси виникають на ґрунті зовнішніх та внутрішніх ознак, а саме: територіальна цілісність, політичні риси: *Щоб Україну почали сприймати серйозно, вона має стати активнішою у своїй зовнішній та оборонній політиці, припинити гратися в нейтралітет та «фінляндизацію» та «австріїзацію» та чітко визначитися, на чьому вона боці в умовах дедалі більшої агресивності Кремля* (УТ-і, 26/2014 р.). Донорською та реципієнтною зоною виступає АРТЕФАКТ.

Висновок. Асоціативна мотивація пов'язана з типами метафоричного перенесення донорських зон, що є характерним для механізму асоціативної мотивації інновації у мові. Механізм може супроводжуватися зміною сфери функціонування. Дослідження нових слів на основі асоціативної мотивації у мові висвітлює активність процесу метафоризації та метонімізації значень. Метафора – результат пізнавальної діяльності мовця, вона занурена не лише в буденну мову, а й водночас змінює способи сприйняття й розуміння світу, виражає і формує нові поняття у мові, поєднуючи дійсність, свідомість та пізнання.

Опис механізму асоціативної мотивації, доводить, що найбільш поширеним є гештальтний різновид асоціативної мотивації словотвірних інновацій. Він складає приблизно 60 % опрацьованого матеріалу. Метафорично-дифузний становить приблизно 22 %, структурно-метафоричний – приблизно 18 %.

Слід зазначити, що утворення на основі метафори більш продуктивні, ніж на основі метонімічного перенесення. Підґрунттям механізму асоціативної мотивації новоутворень здебільшого є аналогії зовнішніх і внутрішніх ознак, слухових та зорових образів, поведінки, характеру із відповідними компонентами донорських концептів. Треба відзначити, що асоціативна мотивація новотворів демонструє різні зв'язки із сферою «Людина», яка відображає специфіку мисленнєвих процесів мовця і становить близько 65 % опрацьованого матеріалу.

Література

1. *Болдырев Н. Н.* Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов: Издательство Тамбовского университета, 2000. – 123 с.
2. *Веселовский А. Н.* Из истории эпитета / А.Н. Веселовский // Историческая поэтика. – М. : Высшая школа, 1989. – С. 56–76.

3. Карпенко О. Ю. Про літературну ономастику та її функціональне навантаження / О. Ю. Карпенко // Записки з ономастики. – Одеса : Астропринт, 2000. – Вип. 4. – С. 68–74.
4. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
5. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология: монография / Е. А. Селиванова. – К. : Изд-во украинского фитосоциологического центра, 2000. – 248 с.
6. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
8. Тараненко О. О. Метафора / О. О. Тараненко // Українська мова : Енциклопедія / Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України. – 3-тє вид. – К. : Українська енциклопедія, 2007. – С. 307–309.
9. Тараненко О. О. Метонімія / О. О. Тараненко // Українська мова : Енциклопедія. – 3-тє вид. – К. : Укр. енциклопедія, 2007. – С. 312–314.
10. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
11. Українська мова : Енциклопедія / Редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко та ін. – К. : Укр. енцикл., 2004. – 824 с.
12. Turner M. Conceptual Integration / Mark Turner // The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics / ed. by D. Geeraerts and H. Cuyskens. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – P. 377-394
13. Городоцький Форум . – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gorodok.lviv.ua/forum/index.php?topic=1528.0;all>

References

1. Boldyreva, N. N. (2000), *Cognitive semantics: Lectures of English philology* [Когнитивна семантика: Курс лекцій по англійській філології], Tambov university press, Tambov, 123 p.
2. Veselovsky, A. N. (1989), *From the history of epithet* [Із історії епітета Історическа поетика], Higher School, Moscow, pp. 56-76.
3. Karpenko, O. Yu (2000), «*On literary onomastics and its functionality*» [«Про літературну ономастику та її функціональне навантаження»], Zapysky z onomastyky, Odessa, № 4, pp. 68-74.
4. Kubriakova, E. S. (2004), *Language and Knowledge: On the way obtaining knowledge of language: Parts of speech with cognitive point of view. The role of language in cognition of the world* [Язык і знання: На пути полученія знаній о языке: Части речи с когнитивної точки зору. Роль языка в познанні мира], Slavic Languages Culture, Moscow, 560 p.
5. Selivanova, E. A. (2000), *Cognitive onomasiology* [Когнитивна ономазиологія], Publishing Center, Kiev, 248 p.
6. Selivanova, O. O. (2010), *Linguistic encyclopedia* [Лінгвістична енциклопедія], Dovkillia-K, Poltava, 844 p.

7. Selivanova, O. O. (2006), *Modern Linguistics: terminology Encyclopedia* [Suchasna lnhvistyka: terminolohichna entsyklopediia], Dovkillia -K, Poltava, 716 p.
8. Taranenko, O. O. (2007), *Metaphor* [Metafora], Ukrainian Encyclopedia, Kiev, №3rd ed., pp. 307-309.
9. Taranenko, O. O. (2007), *Metonymy* [Metonimiya], Ukrainian Encyclopedia, Kiev, №3rd ed., pp. 312-314.
10. Teliia, V. N. (1996), *Russian phraseology. Semantic, pragmatic linguistic and cultural aspects* [Russkaia frazeolohiia. Semanticheskie, prahmaticheskie i lnhvokulturolohicheskie aspekty], Languages of Russian Culture, 288 p.
11. *The Ukrayinka Language (2004)* [Ukraiinska mova], Ukrainian Encyclopedia, Kiev, 824 p.
12. Turner, M. (2007), *Conceptual Integration* [Konsepsual intehraishen], The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics, Oxford University Press, Oxford, 377-394 pp.
13. *Gorodocz`ky`j Forum* [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://gorodok.lviv.ua/forum/index.php?topic=1528.0;all>

М. С. Глуховская,
*Харьковская государственная
академия физической культуры,
отдел международных связей*

МЕХАНИЗМ АССОЦИАТИВНОЙ МОТИВАЦИИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

В статье рассмотрен механизм ассоциативной мотивации на примерах новообразований в языковой картине мира украинцев. Сделано описание основных признаков ассоциативной мотивации, установленных вследствие когнитивно-ономасиологического анализа инновационных слов. Отмечена значимость ассоциативной мотивации как основы механизма словообразовательной инновации. Выделены донорские и реципиентные зоны, образующиеся при переосмыслении инновации. Выделены типы переосмысления новообразований на ассоциативном уровне говорящего.

Ключевые слова: ассоциативная мотивация, структурно-метафорическая мотивация, диффузно-метафорическая мотивация, гештальтная мотивация, новообразование, когнитивный подход.

M. S. Hlukhovska,
*Kharkiv State Academy of Physical Train,
International Office Department*

THE MECHANISM OF ASSOCIATIVE MOTIVATION OF STRUCTURAL WORD INNOVATION

The article is devoted to the mechanism of associative motivation of word innovations in Ukrainian language world. The author described the main features of associative motivation, established as a result of cognitive analysis of innovative onomasiological words. Analyzed the views of Ukrainian and foreign linguists who researched associative motivation. The author emphasized the importance of associative motivation mechanism as a starting word creative innovation. Highlight donor and recipient zone formed during rethinking innovation. It is separated types rethinking structural word formation in associative speaker level where motivation mechanism of association is closely intertwined with metaphor and metonymy.

Key words: associative motivation, structural and metaphorical motivation diffuse metaphorical motivation heshtalna motivation, word innovation, cognitive approach.