

МЕЃУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА
КЛИМЕНТОВОТО ДЕЛО
*Конференција посветена на 1100 годишнината од
Климентовото упокојување*

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

ST. KLIMENT'S LIFEWORK

*International Conference dedicated to the 1100th Anniversary of
the death of St. Kliment*

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

821.163.1.09Св. Климент Охридски(062)
271.2-36Св. Климент охридски(062)
37(062)

МЕЃУНАРОДНА научна конференција Климентовото дело : 23-24 јуни,
2016, Штип : зборник на трудови / [главен и одговорен уредник Драгана
Кузмановска, Соња Петровска] = International scientific conference

St. Kliment's lifework : 23-24 June, 2016, Shtip : book of
proceedings / [editor in chief Dragana Kuzmanovska, Sonja Petrovska].

- Штип : Универзитет "Гоце Делчев", Филолошки факултет = Shtip =
Goce Delcev University, Faculty of philology, 2017. - 319 стр. :
илустр. ; 30 см

Дел од трудовите и на англ. јазик. - Фусноти кон текстот. -
Abstracts кон повеќето трудови. - Библиографија кон повеќето
трудо

ISBN 978-608-244-404-8

1. Насп. ств. насл.

а) Климент Охридски, св. (840-916) - Собири б) Образование - Собири
COBISS.MK-ID 103357962

ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ
BOOK OF PROCEEDINGS
МЕЃУНАРОДНА НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА
КЛИМЕНТОВОТО ДЕЛО
INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE
ST.KLIMENT'S LIFEWORK

23-24 јуни 2016
Штип
23-24 June 2016
Shtip

КЛИМЕНТОВОТО ДЕЛО

Зборник на трудови

ИЗДАВА

Универзитет „Гоце Делчев“, Филолошки факултет, Штип,
Република Македонија

ГЛАВЕН И ОДГОВОРЕН УРЕДНИК

Д-р Драгана Кузмановска

Д-р Соња Петровска

УРЕДУВАЧКИ ОДБОР

Волф Ошлис, Германија
Драгана Кузмановска, Р.Македонија
Мајкл Ерон Рокланд, САД
Соња Петровска, Р.Македонија
Марјана Розенфелд, Русија
Татјана Тернова, Русија
Виолета Димова, Р.Македонија
Игор Рижнар, Словенија
Дубравка Челинсек, Словенија
Снежана Мирасчиева, Р.Македонија
Лазар Стошиќ, Србија
Стана Смилковиќ, Србија
Сунчица Дениќ, Србија
Даниела Коцева, Р.Македонија
Рамадан Доган, Турција
Туран Челеби, Турција
Снежана Кирова, Р.Македонија
Биљана Иванова, Р.Македонија
Софија Заболотнаја, Русија
Татјана Уланска, Р.Македонија

ST.KLIMENT'S LIFEWORK

Book of Proceedings: Scientific and Professional Papers

PUBLISHED BY

Goce Delcev University, Faculty of Philology, Stip,
Republic of Macedonia

EDITOR-IN-CHIEF

Dragana Kuzmanovska, PhD

Sonja Petrovska, PhD

EDITORIAL BOARD

Wolf Oschlies – Germany

Dragana Kuzmanovska– Republic of Macedonia

Michael Aaron Rockland– United States of America

Sonja Petrovska– Republic of Macedonia

Maryana Rosenfeld – Russian Federation

Tatyana Ternova– Russian Federation

Marija Todorova– Republic of Macedonia

Violeta Dimova-Republic of Macedonia

Igor Riznar– Republic of Slovenia

Dubravka Celinsek– Republic of Slovenia

Snezana Miraschieva– Republic of Macedonia

Lazar Stosic– Republic of Serbia

Stana Smilkovik– Republic of Serbia

Suncica Denik– Republic of Serbia

Tatjana Ulanska– Republic of Macedonia

Daniela Koceva-Republic of Macedonia

Ramadan Dogan– Republic of Turkey

Turan Celebi– Republic of Turkey

Snezana Kirova– Republic of Macedonia

Biljana Ivanova– Republic of Macedonia

Sofya Zabolotnaya– Russian Federation

ОРГАНИЗАЦИСКИ ОДБОР

Драгана Кузмановска

Соња Петровска

Виолета Димова

Блажо Китанов

Светлана Јакимовска

Стојко Стојков

ЈАЗИЧНО УРЕДУВАЊЕ

Толе Белчев (македонски јазик)

Марија Гркова (македонски јазик)

Татјана Уланска (англиски јазик)

ТЕХНИЧКИ УРЕДНИК

Славе Димитров

Костадин Голаков

АДРЕСА

Филолошки факултет

ул. „Крсте Мисирков“ бр. 10-А

п. фах 201

МК-2000 Штип, Македонија

Овој Зборник е сведоштво за одбележување на 1100 годишнината од Климентовото упокојување преку успешно остварена меѓународна конференција од страна на Филолошкиот факултет и Факултетот за Образовни науки при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Климентова чест.

Во Зборникот се објавуваат трудовите од Конференцијата, со цел да останат сведоштво за идните генерации како што св. Климент и нам ни остави такви пишани дела и трајни траги.

CONFERENCE ORGANIZATION BOARD

Dragana Kuzmanovska

Sonja Petrovska

Violeta Dimova

Blazo Kitanov

Svetlana Jakimovska

Stojko Stojkov

LANGUAGE EDITORS

Tole Belcev (Macedonian language)

Marija Grkova (Macedonian language)

Tatjana Ulanska (English language)

TECHNICAL EDITOR

Slave Dimitrov

Kostadin Golakov

ADDRESS

Faculty of Philology

Krste Misirkov 10-A

P.O. Box 201

MK-2000, Stip, Macedonia

This Book of Proceedings is a testimony of the jubilee, 1100 years of the death of St. Kliment, and the successfully organized International Conference by the Faculty of Philology and the Faculty of Educational Sciences of the Goce Delchev University in Shtip in the honour of St. Kliment.

The Book of Proceedings published the papers from the Conference to leave them to the future generations, as St. Kliment did with his written works and legacy.

СОДРЖИНА / TABLE OF CONTENTS

ПРЕДГОВОР

Од уредниците

FOREWORD

The Editors

КЛИМЕНТОВОТО ДЕЛО / ST.KLIMENT'S LIFEWORK**Илија ВЕЛЕВ**

СВЕТИ КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ И ВТЕМЕЛУВАЊЕТО НА
БРЕГАЛНИЧКАТА КНИЖЕВНА ТРАДИЦИЈА..... 17

Добрила МИЛОВСКА

ПОУЧИТЕЛНИТЕ СЛОВА НА СВЕТИ КЛИМЕНТ..... 27

Соња ЕНЦЕКОВА СОПОТСКА

ТРАНСПОНИРАЊЕ И ХЕРМЕНЕВТИЧКИ АСПЕКТ НА
КНИЖЕВНИ ЖАНРОВИ ОД СТАРАТА СВЕТСКА
ЛИТЕРАТУРА ВО КЛИМЕНТОВОТО ДЕЛО..... 33

Димитар ПАНДЕВ

БИБЛИСКИТЕ ПАРАБОЛИ ВО КЛИМЕНТОВИТЕ СЛОВА
(СО ПОСЕБЕН ОСВРТ ВРЗ ПАРАБОЛАТА ЗА БЛУДНИОТ СИН)..... 53

Лилјана МАКАРИЈОСКА

УЛОГАТА НА ОХРИДСКАТА КНИЖЕВНА ШКОЛА ВО
РАЗВИТОКОТ НА СРЕДНОВЕКОВНАТА ПИСМЕНОСТ..... 59

Трајче СТОЈАНОВ

СВ. КЛИМЕНТ КАКО ЕТИЧАР..... 69

Снежана МИРАСЧИЕВА

ЗА ОДНОСОТ МЕЃУ УЧИТЕЛОТ И УЧЕНИКОТ-
ОД КЛИМЕНТА ДО ДЕНЕС..... 77

Толе БЕЛЧЕВ, Ранко МЛАДЕНОСКИ

КОНТЕКСТОТ СВ. КЛИМЕНТ VS ПРИЛИЧЕВ ВО
МАКЕДОНСКАТА КУЛТУРНА МЕМОРИЈА..... 85

Жаклина ЃОРЃИОСКА, Лилјана МАКАРИЈОСКА ЦРКОВНОСЛОВЕНИЗМИТЕ ВО ПОЕМАТА ПОСВЕТЕНА НА АЗБУКОСЛОВЕЦОТ – КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ.....	95
Оливер ЦАЦКОВ УНИВЕРЗАЛНОСТА НА КЛИМЕНТОВОТО ДЕЛО – НЕИЗГАСЛИВА СВЕТЛИНА ЗА СЕСЛОВЕНСКИТЕ НАРОДИ.....	103
Милена РИСТОВА-МИХАЈЛОВСКА ЗА ДВЕ ПОХВАЛНИ СЛОВА НА СВЕТИ КЛИМЕНТ И БИБЛИСКИТЕ ЦИТАТИ И ЕЛЕМЕНТИ ВО НИВ.....	109
Весна КОЖИНКОВА СИЛАТА НА КЛИМЕНТОВИОТ ДУХ ВО РАЃАЊЕТО НА НОВАТА МАКЕДОНСКА КНИЖЕВНОСТ.....	117
Игор ЈАНЕВ, Борче МИЛОШЕСКИ ДЕЛОТО НА СВЕТИ КЛИМЕНТ ВО НАСТАВАТА ПО ИСТОРИЈА.....	127

ЛИТЕРАТУРА / LITERATURE

Волф ОШЛИС ГЕРМАНСКИОТ БИСКУП ВИХИНГ (830-912) – ПРОТИВНИК, КОНКУРЕНТ ИЛИ ЖРТВА НА МАКЕДОНСКИТЕ СЕДМОЧИСЛЕНЦИ.....	139
Suncica DENIC PERSECUTION AND HOMELAND IN SERBIAN LITERATURE OF KOSOVO AND МЕТОHIЈА.....	145
Stana SMILJKOVIC CULTURAL CONTEXT AND HUMANIZATION OF EDUCATION ON EXAMPLES OF LITERARY TEXTS FOR CHILDREN.....	153
Марија КРСТЕВА INTERTEXTUAL REFERENCES TO J. CONRAD'S NOVELLA HEART OF DARKNESS IN F. F. COPPOLA'S FILM APOCALYPSE NOW.....	161
Даниела КОЦЕВА УЛОГАТА НА ЦРКВАТА НЕКОГАШ И ДЕНЕС.....	167

ОБРАЗОВАНИЕ / EDUCATION

Стојко СТОЈКОВ

СВЕТИ КЛИМЕНТ КАКО НАШ И КАКОВ..... 175

Марија КУСЕВСКА

УПОТРЕБАТА НА ЕВРОПСКОТО ЈАЗИЧНО

ПОРТФОЛИО ЗА САМООЦЕНУВАЊЕ И РАЗВИВАЊЕ

АВТОНОМИЈА ПРИ УЧЕЊЕТО СТРАНСКИ ЈАЗИЦИ..... 195

Слаѓана СТАМЕНКОВА

ИНОВАТИВНИ МЕТОДИ ВО ОБРАЗОВАНИЕТО -

ПОВРЗУВАЊЕ НА МАКЕДОНИЈА СО ЕВРОПА И СО СВЕТОТ..... 203

Наташа ЛАЗАРЕВА

ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И НЕЈЗИНОТО ВЛИЈАНИЕ ВРЗ

ВИСОКОТО ОБРАЗОВАНИЕ..... 207

Петре ПЕТКОВСКИ, Емилија ШЕЌЕРИНОВА

ТЕСТИРАЊЕ И ОЦЕНУВАЊЕ ВО СОВРЕМЕНИОТ

ОБРАЗОВЕН ПРОЦЕС..... 213

Ирена КИТАНОВА

ЧИТАЊЕТО КАКО ПОТРЕБА И РАДОСТ..... 219

Весна КОЦЕВА

ИСТОРИСКИ ПРЕГЛЕД НА УПОТРЕБАТА И ДЕФИНИРАЊЕТО

НА ПОИМИТЕ ИНПУТ И ИНТЕЛК ВО МЕТОДИКАТА НА

НАСТАВАТА ПО СТРАНСКИ ЈАЗИК 225

Марија ТОДОРОВА, Весна КОЦЕВА

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА НА ВИСОКОТО ОБРАЗОВАНИЕ..... 233

ЈАЗИК / LANGUAGE

Блаже КИТАНОВ

ЉУБОВТА И ПЕСНАТА КАКО МОСТ ЗА

ИНТЕРКУЛТУРНА КОМУНИКАЦИЈА..... 241

Марија ЛЕОНТИЌ	
ПРЕВОДНА ЕКВИВАЛЕНЦИЈА НА ЛЕКСИЧКО НИВО ПРИ ПРЕВЕДУВАЊЕ ОД ТУРСКИ НА МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК.....	249
Софија ЗАБОЛОТНАЈА	
ПРЕВОДОТ И КОМЕНТАРИТЕ: МОДЕРНАТА ПОТРЕБА ЗА КОМПРЕСИИ.....	257
Виолета НИКОЛОВСКА	
Б. КОНЕСКИ – КОДИФИКАТОР НА МАКЕДОНСКИОТ СТАНДАРДЕН ЈАЗИК.....	263
Светлана ЈАКИМОВСКА	
ТЕРМИНИТЕ И НИВНИТЕ ФРАНЦУСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ ВО ЗБОРНИКОТ ТЕРМИНОЛОГИЈА ОД ОБЛАСТА НА ТЕОЛОГИЈАТА ОД ЈОВАН ТАКОВСКИ.....	273
Билјана ИВАНОВСКА, Мери БАСОВСКА	
ЗА ЗБОРОТ ШТО НАПРАВИ УСПЕШНА КАРИЕРА ВО ЈАЗИКОТ.....	285
Снежана КИРОВА, Драгана КУЗМАНОВСКА, Биљана ИВАНОВА	
СПОРЕДБА НА ПОСЛОВИЦИТЕ НА ЧЕТИРИ ЈАЗИЦИ.....	293
Татјана УЛАНСКА, Марија ТОДОРОВА	
ЕФЕКТИВНОСТА НА КОРИСТЕЊЕ МЕТАФОРИ ВО НАСТАВАТА ПО СТРАНСКИ ЈАЗИК.....	301
Делфина ЈОВАНОВА НИКОЛЕНКО	
СЛИЧНОСТИ И РАЗЛИКИ МЕЃУ ГЛАГОЛИТЕ ВО МАКЕДОНСКИОТ И РУСКИОТ ЈАЗИК.....	305
Весна ПРОДАНОВСКА	
УЛОГАТА НА НАСТАВНИКОТ И НА УЧЕНИКОТ ПРИ СОВЛАДУВАЊЕТО НА ПРАВИЛЕН ИЗГОВОР ВО ИЗУЧУВАЊЕТО НА АНГЛИСКИОТ КАКО СТРАНСКИ ЈАЗИК.....	313

Билјана ИВАНОВСКА¹ U D C: 81'374.4
Мери БАСОВСКА*

Стручен труд
Theoretical paper

ЗА ЗБОРОТ ШТО НАПРАВИ УСПЕШНА КАРИЕРА ВО ЈАЗИКОТ

Апстракт:

Целта на овој труд е анализа и интерпретација на значењата на лексемата *googeln* (eng. *google*) и нејзината употреба во современиот германски јазик. Го претставуваме потеклото на овој збор тргнувајќи од името на компанијата што на почетокот била именувана со оваа лексема симболизирајќи ја намерата во своето функционирање, значењето на лексемата како глагол кој покажува многу повеќе од активност и нејзиниот развој до општа именка и/или глагол. Импозициска и галопирачка е употребата што ја направи овој збор во јазикот. Неговата појава во германскиот јазик би можело да се интерпретира како англицизам и/или неологизам, но сепак во англискиот и во германскиот јазичен систем постои одредена самостојност во неговата употреба како брендирано име кое е општо прифатено и разбирливо за широката популација.

Не е прашањето дали, туку како оваа лексема се интегрира во јазичниот систем. Во овој труд се анализираат особеностите на оваа лексема од аспект на зборообразувањето, на фонологијата и графематиката. Во однос на лексикализацијата на именувањата со оваа лексема ги прифаќаме и разгледуваме стадиумите за употреба на зборот според Латур С. (1996), според која првостепена е употребата на името во форма на персонализација, потоа истото име може да се користи за именување/опишување на тип на продукт/ марка (т.н. банализирање), а како највисок степен на банализирање е употребата на именуваното како глагол. Дали и колку овие поставки ќе се потврдат, се обидуваме да покажеме во анализираниот материјал.

Клучни зборови: *googeln*, англицизми, неологизми, јазична интеграција.

**ABOUT THE WORD WHICH MADE A SUCCESSFUL
CAREER IN THE LANGUAGE**

Abstract:

The purpose of this paper is to analyse and interpret the meaning of the lexeme *googeln* [*googlen*, *gugeln*] (eng. *google*) and its use in the contemporary German language. We present the etymology of this word, starting with the name of the company, symbolising the intent of its function. Then we proceed with the description of the meaning of this lexeme as a verb that indicates something more than just an activity and then the development of this word as a common noun and/or a verb. The use of this word in these language systems is imposing and galloping. Its appearance in the German language could be interpreted as anglicism and/or neologism, but despite that, in the English and German language system this word still exists as a brand name, that is generally accepted and understood by the wider population. The question is not whether, but how this lexeme has integrated itself into the language system. In this paper are going to be analyzed the specifics of this lexeme in terms of word formation, phonology and graphematics. In terms of the lexicalization of the naming with this lexeme, we accept and review the stages of the use of this word given by Latour S. (1996). According to Latour S., the first use of the name is in form of personalization, the same name can be further used for naming/describing a type of product/brand (so called banalizing), and the highest stages of banalizing is the use of the named things as a verb. In the next section of this paper, we will try to show if and how much this will prove itself.

Key words: *googeln*, *anglicism*, *neologism*, *language integration*

Вовед

Анализата на овој труд ја засноваме на интерпретација на значењата на лексемата *googeln* [*googlen*, *gugeln*], (eng. *google*) и нејзината употреба и значење во современиот германски јазик. Тргувајќи од името на компанијата што на почетокот била именувана со оваа лексема и симболизирајќи ја намерата во своето функционирање, го претставуваме потеклото на овој збор како и неговото значење како глагол кој покажува многу повеќе од активност, но и се обидуваме да ја претставиме неговата интеграција во јазичниот систем. Впечатлива и очигледна е употребата што ја направи овој збор во јазикот. Неговата појава во германскиот јазик би можело да се интерпретира како англицизам и/или неологизам, но сепак во англискиот и во германскиот јазичен систем постои одредена самостојност во неговата употреба како брендирано име кое е општо прифатено и разбирливо за широката популација.

^{2**} Faculty of Philology, University “Goce Delcev” - Stip, Macedonia

Ако го разгледаме потеклото на зборот, името на компанијата *Google®* претставува всушност игра на зборови каде 'googol' е збор употребен од Милтон Сирота (Milton Sirotta), внук на еминентниот американскиот математичар Едвард Каснер (Edward Kasner), за да прикаже број со една единица и сто нули. Неговата употреба ја прикажува намерата на компанијата да се организира и постави огромна количина информација на една веб страница низ целиот свет.³ Речникот⁴ Oxford American Dictionary of Current English (online Oxford university press, 1999) за зборот 'googol' ги дава следниве информации:

googol /g^{oo}gawl/ *n.*-ten raised to the hundredth power (10₁₀₀).⁵

Со околу 500 нови прифатени зборови во 2004 година излегува Дуден-овиот правописен речник, кој покрај другите лексеми го вбројува и *googeln* како цитирана форма на зборовна одредница, а Здружението за германски јазик (GfdS) во 2003 година го става *googeln* во т.н. „хит-листа“ на значенски зборови доделувајќи му етикета „збор на годината“ кој е лексикализиран во Дуденовиот правописен речник како:

goog|eln (im Internet, bes. mit Google suchen);

ich goog[e]le;

Goog|le® [ˈgu:gl] *ohne Artikel* (Internetsuchmaschine)

Во 2015 година Здружението за германски јазик ги предлага следниве лексеми како хит-зборови за овој временски период: *Flüchtlinge*, *Je suis Charlie*, *Grexit* и др., кои се вбројуваат во оваа група не според честотата на употребата, туку според популарноста во тој временски период. Можеме да увидиме дека оваа листа на зборови е економски и политички условена за дадениот временски период.

Објаснувањето на значењето на *googeln* укажува дека тој не се користи само за означување на активност, која би можела да се прикаже со парафразата „барање преку интернет со помош на пребарувачката машина „Google“, туку за да го означува и истражувањето/пребарувањето по интернет, воопшто. Со ова се потврдува фактот дека *Google®* како именување кое означува име на компанија се користи подоцна и како општа именка.

Еден производ е резултат на одреден процес на продукција кој се произведува масовно во иста или во слична форма. Именката која покажува марка/бренд не опишува предмет, туку тип на предмети. Така, според Теа Шипан (Thea Schippan, 1989), лингвистички е оправдано, имињата на марката/

³ Vgl. www.google.de/profile.html

⁴ The Oxford American Dictionary of Current English. Oxford: Oxford University Press, 1999 Oxford reference online. Oxford University Press.

⁵ Not in formal use.

брендот да се сметаат како посебен тип на апелатива (општи имиња). Името на еден производ според Шаедер (Schaefer Burkhard, 2000) кое се дефинира како честа употреба на ознака за производот има за задача, да ги именува предметите во нашето опкружување. Знакот за именување би било дискутабилно да се разбере како јазичен знак, бидејќи како таков би требало да се сфати како општа именка (Nomen appellativum), додека знакот за именување треба да се разбере како сопствена именка (индивидуален ентитет или Nomen proprium) и со тоа поединечните битија да се именуваат „преку акт на покрстување со сопствена именка“.

Така на пример, класичниот пример со лексемата *Темпо*, не означува само цепни марамчиња произведени од Проктер и Гамбле (Procter & Gamble Co.), туку влажни марамчиња воопшто, не само како именување на производ од одредена компанија, туку и како именување на цела класа производи од овој тип. Сузане Латоур (Susanne Latour, 1996) во својот Прирачник за развој на имињата на компании и производи зборува во овој контекст за 3 стадиуми: првостепена е употребата на името во форма на персонализација, потоа користењето на истото име за именување/опишување на тип на продукт/марка (т.н. банализирање), а како највисок степен на банализирање е употребата на именуваното како глагол.

Како англицизам и како неологизам

Како збор со потекло од англискиот јазик, *googeln* се разгледува како англицизам и може да се смета како асимилирана заемка (Вернер, 1974). Во Новиот милениумски речник на Вебстер⁶ се наведуваат две леми *google* со две различни значенски варијанти: една општа и една специфична.

Првата значенска варијанта на „*Google*“ имплицира пребарување на информација за специфична личност преку пребарувачката машина Гугл, а втората варијанта кореспондира со онаа наведена во Дуден-овиот правописен речник (Rechtschreibduden) и имплицира пребарување преку интернет, посебно со користење на пребарувачката машина „*Google*“⁷.

Со ова англискиот и германскиот јазик потврдуваат дека поименчениот глагол веќе се издвоил од именката од која потекнува и како таков се употребува и е разбирлив во општа смисла на зборот.

Како нов збор во речникот, *googeln* може да се смета за неологизам. Дорис Штефенс (Doris Steffens, 2004), раководителка на проектот за неологизми на Институтот за германски јазик (IdS), сегашниот статус на глаголот го оценува ⁶ Webster's New Millennium™ Dictionary of English.

⁷ Main Entry: google1; Part of Speech: verb; Definition: to search for information about a specific person through the Google search engine. Example: She googled her high school boyfriends.; Etymology: trademark Google; Usage: googling n.; Main Entry: google2 Part of Speech: verb. Definition: to search for information on the Internet, esp. using the Google search engine; Example: We googled to find the definition of the new word. Etymology: trademark Google; Usage: googling n.” (Webster's New Millennium™ Dictionary of English).

на следниот начин:

„Во нашиот корпус на текстови *googeln* првично е пласиран во 2001 година. (...) Во 21 век се смета како неологизам, затоа што во овој век се појави како нов збор во секојдневниот јазик. Постојат дури и записи, каде зборот *googeln* се појавува како референца на некоја друга машина за пребарување и како таков се адаптирал во германскиот јазичен систем.“ (во: Вагнер, III. 2003)

Морфолошко-синтаксички начин на синтаксичката конверзија

Синтаксичката конверзија се дефинира како образување на нови лексички единици со преминување на зборот од една во друга зборовна класа без додавање на зборообразувачки елементи. При тоа, зборот ги презема семантичко-граматичките својства на зборовната класа во која преминува. Според тоа во која зборовна група преминува лексичката единица, се разликуваат неколку типа на синтаксичка конверзија: супстантивизација, адјективизација, прономинализација и адвербијализација. Според тоа, не се поставува прашањето дали, туку како лексемата *googlen* се интегрира во јазичниот систем. Во англискиот јазик зборовната класа глаголи се претставува преку т.н. форма то-инфинитив (*to google*), и во основата на оваа промена лежи принципот на конверзија. Од Google® се добива *to google*. Според Елке Доналиес (Elke Donalies, 2005), во германскиот јазик глаголите посебно се добиваат со зборообразувачкиот принцип на конверзија (*buttern, köpfen, süßen, weiten, wieseln, zelten, zuckern*).

Според Волфганг Флајшер и Ирмхилд Барц (Wolfgang Fleischer und Irmhild Barz, 1995) десупстантивизарнатите глаголи (*filmen*) и деадјективизираниите глаголи (*faulen*), како глаголи без додатно афигирање, се разгледуваат како примери за конверзија. Инфинитивната наставка *-en* не се разгледува како зборообразувачка морфема, бидејќи не е составен дел на коренот на зборот, туку се менува како флексијата (флексивна морфема во парадигматската оска). Бидејќи кај глаголите, често пати личните имиња се основа за конверзија, може да кажеме дека *googeln* настанал со глаголска конверзија (*e*-конвертат) од именката Google®. Бидејќи се работи за зборовен материјал од друг јазик при интеграцијата во германскиот јазик, се среќава прилагодување на странските изрази според правилата кои важат во германскиот јазик и соодветно на тоа глаголот се прилагодува на германската флексивна шема. Со зборот *googeln* – како десупстантивизиран глагол добиен преку зборообразувачкиот процес на конверзија, се потврдува дека германскиот глагол од овој тип се издвојува од глаголите со *-en* инфинитивната морфема, се пишува со мала буква и овие изведенски можат да ја имаат именската основа со морфемите *-e, -el, -er*, а инфинитивниот конвертат има завршеток *-eln/-len*.

Тргнувајќи од претпоставката дека *googeln* е изведен од сопствено име на компанија со име Google, паралели има и кај инфинитивниот завршеток *-gle*, што во германскиот јазик не постои како морфема и постои фонетско-графичката дивергенција: Во германскиот јазик нема фонема [u:] која кореспондира со графемата /oo/. Сепак, странскиот глас во германскиот јазик не се заменува со германската фонема, која би одговарала на графемата, па така не се вели / *googlen*/ [go:glɛn], туку [ˈgu:ɡlɛn]. Сепак, не може да се негира постоењето и на другите форми и варијанти на пишување.

Потврди за други графички форми од германските интернет страници испорачуваат графички предлози на овој глагол од типот *googlen*. И варијантата *gugeln* не се исклучува како можна, и таа е всушност логичката варијанта на гласовниот нејзин парник [ˈgu:ɡlɛn].

Никогаш повеќе „googeln“

Машината за пребарување Google по судски пат се противи на употребата на глаголот „*googeln*“. Во борбата за регулирање на јазикот, заштитата на авторски права игра голема улога. Адвокатите на операторот на машината за пребарување испратија писма до редакциите на весниците на глобално ниво – меѓу кои и до «Washington Post» – и оние на речниците, во кои бараат, зборот «*googeln*» повеќе да не се употребува во општа смисла за *пребарување на интернет*.

Напротив, најточно би морало да се вели: „*Jac zo startuвав пребарувањето на Гугл*„ - «*Ich habe eine Google-Nachfrage gestartet*» (englisch: «*I ran a Google search*»)

Притоа, транзитивниот глагол «*googeln*» во поново време е и лингвистички благороден со неговото прифаќање во јазичните норми во речниците: од јуни 2016 година во британскиот речник на Оксфорд («*Oxford English Dictionary*»), а од јули и во американскиот речник Merriam Webster's Collegiate Dictionary. Германија во тој поглед беше побрза: Во речникот Дуден („*Duden*“) овој збор е запишан уште во 23 издание од 2004 година. Поради тоа истражувачите на јазикот од Манхајм (СР. Германија) известувањето од Гугл го добија многу порано отколку Американците. Ангелика Бем (Angelika Böhm), претставничка на издавачката кука *Biographisches Institut & F. A. Brockhaus*, каде што се издаде и Дуден, потврдува дека на молба/барање од Гугл соодветниот запис бил променет.

Порано, за објаснување на значењето на зборот *googeln* се употребуваа зборовите: „пребарување на интернет“ и особено изразено „пребарување на Гугл“. Но, во штотуку издаденото 24 издание на Дуден, значењето е поконкретно опфатено: „пребарување на интернет со Гугл“ (*de: „mit Google im Internet suchen“*). Британскиот весник «*Independent*» опширно и подробно цитира претставник на една фирма: „Ние сметаме дека е важно да направиме разлика помеѓу употребата на зборот *Гугл* за опишување на пребарувањето на интернет, притоа користејќи го пребарувачот *Гугл* (*Google*) и употребата на зборот *Гугл* (*Google*) за опишување на општото пребарување на интернет. Тоа е предмет на сериозни авторски права.“ Во американскиот речник *Merriam Webster's Collegiate Dictionary*, се наведува: „да се користи пребарувачката машина Гугл за добивање информации (од страна на личност) на Глобалната светска компјутерска мрежа“ («*to use the Google search engine to obtain information about /as a person/ on the World Wide Web*») и притоа е нагласено дека *Гугл* («*Google*») е заштитен бренд.

Избирањето на зборови е целосно оправдано, бидејќи кога *Google* или *googeln* еднаш целосно ќе се етаблира како општ поим, брендот ја губи заштитата на своите авторски права. Најеминентен пример за еден таков случај во Германија е «*Gelben Seiten*» (*жолт печат – Златна книга*), односно нивниот англиски еквивалент «*Yellow Pages*», првично заштитениот знак на поштата, односно на Телеком. Неодамна овие поими беа избришани од соодветниот регистар на германските патент-центри и служби за индустриска сопственост.

Гугл очигледно сака да забрани со неговото име да се случи истото што се случи со *Линолеум* (*Linoleum*), *Аспирин* (*Aspirin*), *Грамофон* (*Grammophon*) или *ескалатор* (*escalator*) (*germ. Fahrstuhl*) – сите првобитно заштитени брендови.

Заклучок

Можеме да заклучиме дека глаголот *googl* (*googlen*) направи импозантна и брза кариера во јазикот. Инспириран од бројот што имаше за цел да покаже огромна форма на информации распределени на интернет мрежата (*googol*), името на една компанија го најде својот пат преку англискиот јазик во германскиот јазик, а воопшто стана интернационално прифатен збор. Во двата јазика овој збор постигна одредена смостојност, Со разгледување на сите аспекти, не се исклучуваат и афигираните ко-форми во германскиот јазик на овој глагол (*google, etwas ergoogeln, sich vergoogeln* и сл.), кои се често употребувани посебно од одредена група на корисници.

Референци

- [1] Betz, Werner (1974): Lehnwörter und Lehnprägungen im Vor- und rühdeutschen. In: Maurer, Friedrich / Friedrich;
- [2] Donalies, Elke (2005): Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick. 2., überarbeitete Auflage. Tübingen: Narr. (=Studien zur Deutschen Sprache. Band 27).
- [3] Duden (2003): Deutsches Universalwörterbuch. 5., überarbeitete Auflage. Mannheim-Leipzig-Wien-Zürich: Duden.

- [4] Duden (2004): Die deutsche Rechtschreibung. 22., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich: Duden. (= Der Duden in 12 Bänden. Band 1).
- [5] Fleischer, Wolfgang / Irmhild Barz (1995): Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. Unter Mitarbeit von Marianne Schröder. 2., durchgesehene und ergänzte Auflage. Tübingen: Niemeyer.
- [6] Herberg, Dieter / Michael Kinne / Doris Steffens (2004): Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. Unter Mitarbeit von Elke Tellenbach und Doris al-Wadi. Berlin / New York: de Gruyter. (=Schriften des Instituts für deutsche Sprache. Band 11).
- [7] Latour, Susanne (1996): Namen machen Marken. Handbuch zur Entwicklung von Firmen- und Produktnamen. Frankfurt/M. / New York: Campus.
- [8] Schaefer, Burkhard (2000): Produktname. In: Glück, Helmut (Hg.): Metzler Lexikon Sprache. Stuttgart: Metzler, S.550.
- [9] Schippan, Thea (1989): Markennamen – Linguistische Probleme und Entwicklungstendenzen. In: Beiträge zur Erforschung der deutschen Sprache, 9, 1989, S. 48-55.
- [10] The Oxford American Dictionary of Current English (1999). Oxford Reference Online. www.oxfordreference.com.
- [11] Wagner, Stefanie (2003): *Man muss nur danach googeln*. In: Sprachreport. IdS. Mannheim.
- [12] Webster's New Millennium™ Dictionary of English. Copyright 2003, 2004 Lexico Publishing Group, LLC, <http://dictionary.reference.com/>, [www. dictionary.com](http://www.dictionary.com).

Интернет линкови

<http://dictionary.reference.com/>, www.dictionary.com.

www.oxfordreference.com.

<http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article235996/Nie-mehr-googeln.html>.