

НЕОЛОГІЗМИ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ НА ПОЗНАЧЕННЯ МОДИ ТА СТИЛЮ (НА МАТЕРІАЛІ ГЛАНЦЕВИХ ЖУРНАЛІВ)

З розвитком суспільства виникають нові поняття, предмети та явища, які потребують найменування, тому поява лексичних новоутворень – явище цілком закономірне. Під впливом зовнішніх чинників та суспільних процесів людина постійно змінює мову, удосконалюючи її, що приводить до динаміки мовного матеріалу та зумовлює еволюцію словникового складу мови [1; 143].

Лексичний склад будь-якої мови є найбільш рухливим та змінним компонентом мови. Оскільки слово несе насамперед змістову інформацію, то воно фіксує всі зміни в житті суспільства. У ХХІ сторіччі спостерігається розширення старих та поява нових областей номінації, пов'язане з бурхливим розвитком науки, техніки, засобів масової інформації тощо. Виникнення нового слова продиктоване прагматичними потребами. З наявного лексичного складу мовець обирає те, що найточніше відображає його думки та почуття. Якщо ж така лексична одиниця відсутня, то він часто вдається до неологічної лексики [2; 242].

Проблемам неології та неологізації в німецькій мові присвячені праці відомих лінгвістів В. Девкіна, О. Розен, М. Степанової, І. Чернишової, О. Огуя, Th. Schippapp, H. Gluck та ін [1; 128].

Важливим для дослідників у процесі збагачення словникового запасу є поняття «**неологізм**» (**інновація**). Виникає необхідність у його уточненні. Так, у науковій літературі «**неологізм**» визначається як «мовна одиниця, що утворена для визначення нового поняття» [3; 174]; «слова або звороти, що створені для позначення нового (раніше не відомого) предмета або для вираження нового поняття» [2; 5].

Отже, вихідною точкою для визначення поняття є лексична одиниця, яка характеризується єдністю плану вираження та змісту, форми й значення. Неологізм відрізняється від усталених лексичних одиниць тим, що за своїм значенням і формою або лише за значенням у певному комунікативному суспільстві та через певний проміжок часу він сприймається як нове слово.

Сьогодні поняття «**неологізм**» набуває широкого змісту, оскільки, крім інновацій літературної мови, існує велика кількість одиниць, які знаходяться на «периферії» її системи (терміни, професіоналізми, сленгізми, жаргонізми тощо). Перетворення подібних одиниць на одиниці загальної мови робить їх інноваціями як із позиції розвитку словникового складу, так і у зв'язку з їх сприйняттям як неологізмів більшістю носіїв, оскільки вони були відомі лише незначній їх частині.

Неологізми можна розділити на такі групи:

- 1) лексичні (нові слова);
- 2) фразеологічні (нові стійкі словосполучення);
- 3) семантичні (нові лексико-семантичні варіанти слів або семантичні варіанти стійких словосполучень);

4) словотворчі інновації (які матеріально втілюються в нових словотворчих елементах, у «нематеріальному» вигляді вони представлені новими словотвірними моделями) [2; 180-181].

Сучасні німецькі філологи, що займаються вивченням проблеми неологізмів виділяють два типи неологізмів: **нова лексема** та **нове значення** або **нова семема**.

Нові лексеми є лексемами, що складаються з одного або групи слів, які не існували в такій єдності форми і значення в німецькому словниковому складі на більш-менш визначений момент часу відносно сьогодення. У відповідності до способу утворення нових лексем розрізняються наступні підгрупи: **вкрай рідкісні новоутворення**, які виникають не за аналогічними способами утворення, і **дуже розповсюджені новоутворення**, де мова, як правило, йде про композити і деривати, які утворені за внутрішнім або запозиченим способом словотворення. Коли ми говоримо про нову лексему, мова йде про лексичні одиниці, за допомогою яких ми вперше даємо ім'я новим явищам або новим обставинам. Вони складають найбільшу частку неологізмів у словниковому складі мови. Нові лексеми можуть бути:

1. новоствореними словами, тобто як форма слова, так і значення є новими: *Cargohose* (брюки карго).
2. фіксованими сталими комбінаціями слів: *den Ball flach halten* (не хвилюватися), *im grünen Bereich* (в нормі).
3. запозиченнями з інших мов: *T-Shirt* (футболка) (запозичення з англійської), *Downsizing* (скрочувати) (запозичення з англійської), *Kostüm* (жіночий костюм) (запозичення з французької) [4; 87].

У порівнянні з новими лексемами складова частина нового значення, є відносно невеликою. Нове значення значно важче розпізнати, ніж нові лексичні одиниці, тому що ключові слова вже існують в мові, і на нове значення можуть вказувати лише незвичайні контекстуальні слова [1; 8]. Неологізми німецької мови відбивають прагнення мовців відбирати найбільш раціональні для цілей спілкування мовні засоби, а саме:

- а) аббревіатури, скорочення: *Teuro* (*teuer* + *Euro*) (дорогий євро), *Modeerscheinungen* (*Mode* + *erscheinungen*) (модний зовнішній вигляд);
- б) складні слова: *Eurozone* (єврозона), *Osterweiterung* (укрупнення), *das Steuerbegünstigungsabbaugesetz* (закон про зменшення податкових пільг) тощо;
- в) похідні неологізми, утворені за допомогою словотвірних афіксів: *das Unwort* (неправильне слово), *die Globalisierung* (глобалізація);
- г) запозичення: *Jeans* (джинси), *Shorts* (шорти), *Pullover* (світер) (з англійської мови), *Paparazzi* (папарацці) (з італійської мови), *Kimono* (кімоно), *Tamagotchi* (тамагочі) (з японської мови). Багато англо-американизмів знаходимо в таких професійних сферах, як спорт, мода, музика, реклама, економіка, техніка, інформаційно-комунікаційні технології тощо, наприклад: *Fan* (прихильник), *Match* (матч), *Job* (робота), *Team* (команда), *Computer* (комп'ютер), *Know-how* (знання), *Holding* (проведення) тощо.

Отже, як зауважує М. Мостовий, «мова жваво відгукується на злободенні, а то й просто модні речі, явища, події, і навіть поодинокі вислови осіб можуть набирати тимчасової популярності». Частина їх із часом зникає, а частина переходить в історизми, звісно, якщо людство про них пам'ятає [3; 176–177]. Причинами появи неологізмів у німецькій мові є інформатизація та комп'ютеризація суспільства, вплив шоу-бізнесу й реклами, міжнародний тероризм, екологічна політика тощо.

Список використаної літератури:

1. Огуй О. Д. Лексикологія німецької мови / О. Д. Огуй. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 416 с.
2. Зацний Ю. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник / Ю. Зацний, А. Янков. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 360 с.
3. Мостовий М. Лексикологія англійської мови : [підручник для ін-тів і фак. інозем. мов] / М. Мостовий. – Х. : Основа, 1993. – 256 с.
4. Wolf-Bleiß, Birgit (2009): Neologismen – Sprachwandel im Bereich der Lexik. In: Siehr, Karl-Heinz/Berner, Elisabeth (Hrsg.). Sprachwandel und Entwicklungstendenzen als Themen im Deutschunterricht: fachliche Grundlagen. - Potsdam : Universitätsverlag Potsdam. – S. 83 – 101.
5. Heller, Klaus u.a. (1988): Theoretische und praktische Probleme der Neologismenlexikographie. Überlegungen und Materialien zu einem Wörterbuch der in der Allgemeinsprache der DDR gebräuchlichen Neologismen. – Berlin: Akad. der Wiss. der DDR, Zentralinst. für Sprachwiss. (Linguistische Studien: Reihe A, Arbeitsberichte 184).

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Снісар А. В.

Н. О. Марчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ-ЗООНІМОМ

Фразеосистема німецької мови містить значний корпус одиниць, в основі яких лежать відомі назви тварин, які виступають засобом образної характеристики людини, набуваючи при цьому різної символіки. Окремі тварини стали уособленням тієї чи тієї риси характеру людини.

Наголосимо, що основним складником зоонімічного порівняння є іменник-зоонім. Разом з тим важливо зазначити, що специфіка структурно-семантичних німецьких