

## ФУНКЦІОНУВАННЯ ІМЕННИКІВ У ТЕКСТАХ РІЗНИХ СТИЛІВ

Дегтярьова Л.І., ст. викл.,  
Лісовін Н., студ. ПР-43

Об'єктом дослідження даної роботи є функціонування іменників німецької мови у текстах різних стилів, жанрів та підмов.

Представляючи найрізноманітнішу і найчисельнішу кількість слів, іменники функціонують у текстах всіх стилів, жанрів та підмов. Аналіз показав, що роль іменника у текстах різних стилів має свою специфіку і особливості.

У стилістиці німецької мови розрізняють 5 основних функціональних стилів, які вживаються у відповідних сферах соціального життя: офіційно-діловий, науково-технічний, газетно-публіцистичний, повсякденний, літературно-художній. Саме у текстах даних стилів і була проаналізована вживаність, функціонування іменників.

Політична лексика - актуальна частина сучасного вокабуляру. Значну частину міжнародної політичної термінології складають назви зовнішньополітичних організацій та установ, більшість з яких вживаються у відповідній літературі на німецькій мові принаймні у двох синонімічних варіантах: у вигляді іноземної аббревіатури і німецької розгорнутої назви.

Типовим стійким виразом термінологічного характеру політичних текстів являється словосполучення типу «іменник (*Prinzip, Politik, Strategie, Taktik, Doktrin* usw.) + означення у родовому відмінку». Надзвичайно широко використовуються складні та складнопохідні іменники. І на основі даного дослідження ми спостерігаємо, що іменники суспільно-політичного значення, що представлені у політичних текстах, мають найважливішу рису, характерну лише даній групі лексики, а саме «прикріпленість» до певних політичних концепцій.

Лексика офіційних текстів, тобто вся та лексика, котра пов'язана з офіційними розпорядженнями та указами, заявами, регламентаціями та правилами складає досить значну частину вокабуляру німецької мови і лексикону широких мас носіїв мови. Потяг до точності слова у

поєднанні з характерною мові тенденцією до економії мовних засобів породжує багаточисельні складні та складнопохідні іменники, бо зазвичай прагне охопити усе поняття цілком, а також нерідко зустрічаємо стягнення словосполучень «прикметник + іменник» та «іменник + Genetiv».

Аналіз технічних текстів показав, що науково - технічна термінологія представлена іменниками інтернаціонального та іншомовного походження, що внаслідок постійного прогресу набувають все більшої популярності і вжитку, а також регулярно і багатократно використовуються у різних мовних сферах.

Популярність спорту серед наших сучасників надзвичайно велика. Мабуть, немає жодної газети, у якій би не розміщувалися день у день спортивні звіти та коментарі. Саме цьому є всі причини припускати, що лексикони носіїв мови, особливо молоді, містять велику кількість спортивних термінів, слів і яскравих експресивних мовних замальовок, котрі у подальшому використовуються як метафорика у «спортивному» і навіть не спортивному контакті.

Найбільш широкого розповсюдження у текстах спортивних коментарів набули слова іншомовного походження та новоутворення - іменники, характерні лише для німецької мови. У даних текстах також вживається надзвичайна кількість фразеологізмів, штампів та експресивних виразів.

Торгівельна або, як іще її називають, економічна реклама відіграє у мовному житті значну роль. Мова реклами - це надзвичайно цікаве соціальне явище, що заслуговує ретельного вивчення. Сучасний текст реклами значною мірою використовує ресурси художньої літератури, у ньому присутні літературні алюзії, натяки на фразеологізми та інші прийоми, котрі роблять рекламу яскравою, що внаслідок надає отримувачу естетичну інформацію. Популярні рекламні тексти у своїй більшості представлені складними іменниками та великою кількістю англо-американізмів.

Таким чином, дане дослідження ретельно дослідило питання функціонування іменників у текстах різних стилів німецької мови і показало, що значна роль у лексиці текстів різноманітних стилів, жанрів і підмов, припадає саме на долю іменників.