

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

**МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,
АСПРАНТІВ, ВИКЛАДАЧІВ ТА СПІВРОБІТНИКІВ**

(Суми, 20-21 квітня 2017 року)

**Суми
2017**

словом-запозиченням: амери-канізмам та вульгарній лексиці, що поступово асимілюється в сленг німець-комовних країн.

Графіті – емоційно забарвлені, що виявляється завдяки застосуванню способу візуалізації мови та дотримання таких функцій мови як, експресивна, комунікативна, мислетворча, пізнавальна. Це функції спілкування, повідомлення і впливу, оскільки мова – засіб спілкування, мислетворення, інтелектуального та естетичного освоєння світу, нагро-мадження і збереження людського досвіду.

Графіті-заклики та гасла перш за все несуть експресію, можуть мати провокативний характер, відтворюють інформативну та вокативну функції та характеризуються використанням імперативу. Кожне графіті в своїй основі несе інформаційне навантаження у вигляді політичного, соціального заклику, а значить спрямоване на певну аудиторію.

1. Ermolenko S. W. Graffiti als ein sprachliches Phänomen / S. W. Ermolenko // Німецька мова в Україні : традиції та перспективи розвитку: матеріали XXIII конференції Асоціації українських германістів (4-6 жовтня 2016 р.). - Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2016. - С.69-71. Режим доступу до ресурсу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/46492>.
2. Groove`s Dictionary of Art. Ed. Susan Phillips. London: Macmillan Publishers. – 1996. – С.130.
3. Gross, D. (2005). Language Boundaries and Discourse Stability: „Tagging“ as a Form of Graffiti Spanning International Borders. New York. Режим доступу : <https://www.questia.com/read/1P3-18309071/language-boundaries-and-discourse-stability-tagging>. – (13.11.2016).

ТИПОЛОГІЧНІ ТА ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ГЕРМАНСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ

Рудецька К., студ. гр. ПР-33

Дегтярьова Л. І., старший викладач кафедри ГФ

Неологія, як наука про неологізми, займається вивченням засобів утворення неологізмів, аналізом факторів появи, виявленням нових значень та слів, розробкою принципів відношення до них та їх лексикографічної обробки. Нове життя вимагає нових слів і

призводить до мінливості словникового запасу, що є природним та постійним рухом в мові. Під неологізмами розуміють будь-які нові словникові та фразеологічні одиниці, що з'явилися в мові на даному етапі його розвитку, чи нові поняття, що виникли в результаті розвитку науки і техніки, нових умов життя, соціально-політичних змін, або виражають новими словами, створеними з метою емоційно-стилістичних, вже існуючі поняття. Поява в мові нових значень слів – незамінний супутник в новій культурі суспільства, будь то матеріальне виробництво, духовне життя, мода чи взаємини між людьми, соціальними групами або державами.

Нові слова і нові стійкі словосполучення виникають в мові в зв'язку з появою нових понять, але також в результаті потреби мовного колективу в експресивно-емоційної лексики, синонімічно тієї, яка вже існує в мові. До таких неологізмів післявоєнних років відноситься, наприклад, слово *Ami* як розмовно-сатиричний синонім до слова *Amerikaner*.

У лінгвістичній науці існують різні класифікації неологізмів. Згідно традиційної німецької класифікації розрізняють наступні види неологізмів: – мовні або загальні (лексичні) неологізми, рикладами можуть служити неологізми другої половини ХХ століття, що з'явилися в НДР і ФРН: *Jugendzug*, *Jugendfreund*, *Bundesrepublik*, *Bundespräsident*; – стилістичні неологізми (індивідуальні, авторські неологізми, одноразові освіти), які використовуються авторами для особливих стилістичних цілей. Класифікація Р. Клаппенбах і В. Штайніц базується на Словнику сучасної німецької мови [4]. Автори виділяють три види неологізмів: – власне неологізми, під якими розуміються слова, вперше зафіксовані в німецькій мові, запозичені з інших мов або штучно створені; – новоутворення – слова або вирази, які були створені з уже існуючих в мові слів, основ і афіксів в нових комбінаціях; – семантичні неологізми – лексичні одиниці, вже існуючі в мові, які набувають нових значень.

Зазвичай неологізми утворюють тематичні ряди, пов'язані з тією чи іншою сферою суспільно-політичного життя, культури, науки і техніки, побуту народу і т.п. Як приклад Є. В. Розен наводить ряд слів, утворених за моделями, які існують в німецькій мові, або отримали нове значення (іноді лише новий відтінок значення) і відображають зміни в ролі і побут жінки. Слово *die Nur-Hausfrau* підкреслює, що такий стан жінки вже стає винятком. Для допомоги працюючим матерям в догляді за дітьми з'явилася мережа організацій: *dasVollheim*

(установи, де діти проводять весь час), *die Betriebskinderstätten* (дитячі садки на підприємствах), *die Erntekindertagestätten* (дитячі садки, де діти перебувають під час сільськогосподарських робіт) і т.п. Для полегшення ведення домашнього господарства утворюється *die Nachbarschaftshilfe* – допомога будинкових організацій, в якій активну участь беруть пенсіонери. Прагнення жінок отримати або поліпшити освіту знаходить своє відображення в русі, яке отримало назву *die Lernbewegung*. Ряд назв професії, соціального стану, вчені звання тепер позначаються за допомогою суфікса *-in*, якщо вони відносяться до жінки, напр.: *die Technologin, die Heldin der Arbeit, die Kanzlerin* і т.п. Число слів на *-in* різко збільшилася за останні роки. Якщо раніше такі слова, як *Direktorin, Professorin* і інші позначали тільки жіночих облич відповідного звання чи професії, то тепер вони вживаються по відношенню до жінок, які самі виконують ці обов'язки: *Direktorin des Phonetischen Instituts der Humbolt–Universität zu Berlin* [5, с. 23].

Шляхом семантичного калькування з'явилися в німецькій мові термінологічні неологізми, які можна визначити також запозиченнями, що виникли в результаті метафоричного переосмислення звичайних слів: – *to download / herunterladen* – *завантажувати*; – *mouse / Maus / мишка (комп'ютерна)*; – *to surf / surfen / шукати інформацію в інтернеті*; – *icon / Icon / іконка* т.і.

У німецькій мові реалізується принцип економії. Вона веде до того, що активно утворюються багатокomпонентні слова, не лише дієслів, а й прикметників та іменників. Неологізми, як категорія слів, обмежені в часі: неологізми існують в мові лише певний період. Потім ці новоутворення або входять до загального словниковий склад мови і перестають бути неологізмами, або поступово витісняються синонімами. Іноді більш молодий неологізм замінює колишній неологізм при дещо зміненому значенні.

1. Андрианов С. М. Деякі питання побудови словників спеціальної термінології // Зошити перекладача. - Вип.2. – М. : Міжнародні відносини, 2014. – С.78-91.
2. Борисова Л. І. Переклад неологізмів в науково-технічних текстах. – М. : ВЦП, 2016. – 114 с.
3. Леонтьев А. А. Семантична структура слова. Психолінгвістичні дослідження, 2011. – 216 с.
4. Klappenbach, Ruth / Steinitz, Wolfgang. Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache (komplett in 6 Bänden), 1978.