

## ТИПОЛОГІЧНІ ТА ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ НЕОЛОГІЗМІВ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

*Редя В. О.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – ст. викладач Чепелюк А. Д.*

В останні роки відбувається бурхливий розвиток усіх сфер життя. Особливо це стосується сучасної інформаційної техніки, економічного і суспільно-політичного життя як головних постачальників нової лексики і фразеології, до того ж комп'ютеризація соціального життя призводить до того, що багато неологізмів, які пов'язані з інформаційною революцією, належать одночасно до декількох галузей життя людського суспільства.

Через значну кількість інновацій німецька мова, як і багато інших мов, зараз переживає "неологічний бум". Виникла велика кількість нових слів, що призвело до необхідності їх вивчення та опису. В свою чергу, це викликало появу зовсім нової галузі лінгвістики – неології – науки про неологізми, в сферу діяльності якої входить виявлення нових слів та значень, аналіз факторів їх появи, вивчення засобів їх утворення, розробка принципів відношення до них (їх прийняття чи неприйняття носіями мови) та їх лексикографічної обробки (фіксація в словниках та затвердження значень).

Досліджуючи процес неологізації, лінгвісти вкладають різний зміст у поняття неологізму. По-перше, неологізмом вважають слово або його лексичний зміст, що характеризується новизною і сприймається як незвичне. Тобто до неологізмів зараховують лексико-семантичні одиниці, які позначені стилістичним "відбитком свіжості". На цьому свого часу наголошував М. М. Шанський, який відзначав, що нове слово є неологізмом лише доти, доки мовець усвідомлює його предметно-логічну новизну або стилістичну своєрідність. По-друге, у лінгвістиці відоме й інше, хронологічне розуміння неологізмів. Зміст цього поняття значно ширший: воно охоплює всі нові явища в лексичній сфері або лексичної семантики, які виникли протягом певного, заздалегідь визначеного періоду, незалежно від того, чи відчувається в них стилістичний відтінок свіжості і незвичності, небуденності, чи він уже стерся, чи не відчувався навіть у момент самої появи неологізму.

У сучасній лінгвістиці спостерігаються не тільки різні погляди вчених на неологізми, але й нетрадиційні класифікації цих лексико-семантичних одиниць. Наприклад, у німецькій лексикології

Д. Герберг серед неологізмів нашого часу розрізняє: 1) власне неологізми (*Neuwort*) – слова, що характеризуються абсолютною новизною як щодо форми, так і щодо змісту (напр. *simsen, chatten*); 2) новоутворення (*Neuprägung*) – слова, що відзначаються новизною форми (напр. *Wirtschaftsauguren, Verwaltungs-wissenschaften, Teuro*); 3) трансформації (*Neubezeichnung*) – слова, у яких нова форма поєднується із значенням, яке передавалося раніше іншими лексичними засобами. (напр. *Office* замість *Büro*, *Kita* замість *Kindergarten*, *Bar* замість *Bierlokal*, *News* замість *Neuigkeiten*, *Start* замість *Ausgangspunkt*); 4) Семантичні неологізми (*Neubedeutung*) – слова, у яких нове значення передається формою, наявною в мові. (напр. *Maus, Virus, Menü, Ordner* (комп.), *Pate, Engpass*). Тобто новизна може стосуватися або лише семантики слова (новація за змістом), або тільки його матеріальної форми, або одночасно і змісту лексеми, і її форми.

Виникнення неологізмів спричинене потребою давати назви новим предметам, явищам, поняттям, які постають унаслідок безперервного розвитку економіки, науки, культури, в результаті розширення та поглиблення зв'язків з іншими державами.

Досить інтенсивно створюються й індивідуально-авторські неологізми, чи, як їх ще називають, okazіоналізми. Їх варто розглядати як складне явище системного (реалізація словотвірних можливостей, закладених у системі певної мови) і асистемного характеру (ненормативність, функціональна й експресивна зумовленість, створення для ситуативних потреб).

Словотвір – це невід'ємна складова кожної мови. Мова – це, в свою чергу, не статичне, а динамічне явище; вона постійно перебуває у русі, змінюється, удосконалюється. Словотвір саме і слугує для утворення нових слів, причому використовує дуже багато засобів – словоскладання, конверсію, деривацію, абрєвіацію тощо, що допомагають збагачувати лексичний склад мови та знаходити нові шляхи для її поповнення.

Неологізми створюються та функціонують в різноманітних сферах життя. Особливо вони поширені в лексичній системі мови засобів масової інформації. У газеті відображається внутрішнє життя країни та її життя за кордоном. Для вираження інформації, емоцій, подій журналісти намагаються використовувати дуже точні, сучасні, виразні слова.

Отже, стан суспільства впливає на мову. У соціально-економічному плані мова пристосовується до змін умов в житті суспільства, його ідеалів, установок, цінностей, і тому в мові постійно утворюються нові слова та поняття.

**Перекладацькі інновації: матеріали IV Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 13–14 березня 2014 р. / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. – Суми : Сумський державний університет, 2014. – 172 с.**