

Отже, на основі вищенаведених міркувань можна із сміливістю констатувати наступне. Історія засвідчує, що сугестивні властивості тексту та дискурсу були відомі ще за тисячі років до нашого часу – у Стародавній Індії та Китаю, древньому Єгипті, Вавилоні, Греції та Римі, цивілізації майя тощо, тобто у всіх куточках нашої планети, де існувала державність, нація, національні утворення, просто на це майже ніхто із дослідників не звертав серйозної уваги. Це можна навіть тут опосередковано дедукувати із наведеної класифікації І. Черепанової і без знання глибинних процесів, які відбувалися і відбуваються на протязі тисячоліть у історії гуманітарного, лінгвістичного, комунікативного цивілізаційного процесу, а вони становлять неабиякий інтерес у сучасному мовознавстві, адже мова йде про можливість розкриття новітньої технології глибинних структурних перетворень не тільки всередині сучасної гуманітарної комунікації, але й комунікативних процесів суспільств та національних утворень, яких уже немає на політичній карті нашого часу, дослідити її вплив на окремого індивіда, суспільство, більше того, можливість свідомо та неупереджено, власне, науково керувати цим поки-що частково загадковим процесом надбудовних перетворень, які мають, як випливає з наведених вище аспектів, свій іманентний діалектично-онтологічний базис відображення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Боровська Л.О. Філософський аналіз стереотипів людської діяльності в культурно-екологічному контексті. Дис. канд. філос. наук. К.: 1998.- 181 с.
2. Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации. Изд-е 3-е. М.: URSS, 2007.- 112 с.
3. Дондюк А.М. Традиція як спосіб людського буття. АКД філос. наук. К., 1996.- 24 с.
4. Кубальський О.Н. Гуманізація як одна з тенденцій розвитку науки в демократичному суспільстві. Дис. канд. філос. наук. – К., 1996. – 206 с.
5. Леонтьев А.А. Язык и разум человека.- М.: Политиздат, 1965. – С. 33-35; 95; 121.
6. Лушин П. В. Психологія особистісного змінювання. АДД психол. наук. – К., 2003. – 30 с.
7. Новікова О. В. Проблема розвитку творчого мислення в системі Едвара де Боно. АКД психол. наук. – К., 2008. – 20 с.
8. Судакова В.М. Свобода і ненасилля в сучасному суспільному розвитку: соціально-філософський аналіз. АДД філос. наук. – К., 1998.– 32 с.
9. Сущенко Л.П. Здоровий спосіб життя людини як об'єкт соціального пізнання. Дис. канд. філос. наук. Запоріжжя, 1997. – 186 с.
10. Турко О. В. Нормативність і свобода в структурі методологічного потенціалу наукового пізнання. АКД філос. наук. Чернівці, 2008. – 20 с.
11. Флек Л. Возникновение и развитие научного факта: введение в теорию стиля мышления и мыслительного коллектива. – М.: Дом интеллектуальной книги, 1999.- 208 с.
12. Черепанова И. Дом колдуньи. Язык творческого бессознательного. М.: КСП, 1996. - 384 с.
13. Шумакова Л. П. Особливості розвитку мотивації досягнення особистості психолога-практика в процесі професійної підготовки. Дис. канд. психол. наук. – К., 1997.- 223 с.

**Турчин В. В., Турчин М. М.
(Івано-Франківськ)**

ЕКСПРЕСИВНА ФУНКЦІЯ НОВИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКИХ МАСМЕДІА

Нові лексичні одиниці виконують у німецьких масмедіа експресивну функцію. Вони служать засобом вираження прагматичних характеристик відповідних понять завдяки своїй евфонії, екзотичності.

Новые лексические единицы выступают у немецких массмедиа в роли экспрессивной функции. Они служат способом выражения прагматических характеристик соответственных понятий благодаря своей евфонии, экзотичности.

The new lexical units perform in German mediatexts an expressive function. They serve as vehicle of expressing pragmatic traits of corresponding notions owing to their being euphonious and exotic.

Сучасна німецька нормативна мова постійно зазнає змін, це стало відчутно у останні десятиліття ХХ століття. Початок нового тисячоліття ознаменував себе тим, що молодь не вважає себе більше гомогенною. Технологічний розвиток і суспільні зміни надають нового граматиці, а вокабуляру інновацій. Комп'ютерні технології, розвиток спорту, поп-та рок-музика обумовили появу значної кількості лексичних одиниць, в тому числі запозичень-англіцизмів, які збагачують словни-

ковий склад німецької мови завдяки креативним комбінаціям слів, а цьому сприяють інтернет та Cybersprache (кібернетичний простір). Мова масмедіа, як зауважує П. Віпперманн, визначається глобально пов'язаними стилями, сценами, модами та маркуваннями [5, 6]. Вживання лексичних інновацій спричинені потребою назвати те чи інше поняття, а водночас у виразній та яскравій формі донести до читача найновішу інформацію, дати оцінку та вплинути на реципієнта. Адже оцінка та емоція як смислоутворюючі компоненти стимулюють процеси породження таких одиниць. Свідомість відображається у слові, як сказав Л. С. Віготський, як сонце у краплі води [5, 9]. Тобто мова – це рухома ріка. Мовленнєва інтенсифікована виразність визначається також таким соціальним фактором як міжмовні контакти, вона забезпечується мовноструктурними засобами (звуковим складом, семантикою, інтонацією, наголосом, афіксом тощо), що простежується на інноваціях, особливо молодіжних. Зазначимо, що переважна більшість сучасних дослідників-германістів визнає існування молодіжної мови як цілісного явища у системі німецької мови [11, 324; 6, 13; 3, 305; 10, 221; 12, 29]. Її причини обумовлені соціокультурними та психологічними факторами. Підкреслимо, що перші витоки німецької молодіжної мови відносяться до XVI століття [13, 54], а студентський жаргон з'явився у XVII столітті і виник у середовищі академічної молоді як засіб комунікації та відмежування від інших соціальних груп. Ми вважаємо, що до інновацій, в тому числі до молодіжних, які активно вживаються у просторі масмедіа, необхідно відноситись позитивно, адже вони розвиваються на базі національної мови, а переважна більшість запозичень, що використовуються, частково асимілюються і пристосовуються до орфографічних норм німецької мови, хоча певна пересторога є – масове запозичення англіцизмів може призвести до втрати самобутності німецької мови.

Необхідною умовою існування кожної мови є її постійне поповнення новими лексичними одиницями, в тому числі і молодіжними, які характеризуються великим надрегіональним радіусом поширення, вони мають спільні особливості з нормативною мовою на морфологічному та синтаксичному рівнях. Їх вживання у текстах чи заголовках сприяє образності, лаконічності та експресивності висловлення. Г. Егманн підкреслює, що існування молодіжної мови зовсім не загрожує занепаду німецької мовної культури, а навпаки збагачує її і цей процес оновлення словникового складу є безкінечним [6, 16]. Г. Альтманн вважає, що молодіжна мова виникає не тільки в молодіжному середовищі, але й у великому обсязі продукується дорослими як для молоді (журналістами, письменниками), так і для інших верств населення [3, 305].

Зазначимо, що ще на початку XX століття германіст Р. Айленбергер наголошував на тому, що необхідно брати до уваги студентську професійну мову, яка суттєво впливає на розвиток нормативної німецької мови і що до цього слід ставитись позитивно [6, 17].

Нові лексичні одиниці вносять у мовленнєвий потік струмінь певної екзотичності, свіжості. Зауважимо, що предмети, явища, ознаки й дії сприймаються краще, якщо вони контрастують з іншими предметами, явищами, ознаками і діями. Експресивність є соціально мотивована, тому що над соціальними умовами існування підноситься ціла надбудова різних та своєрідних почуттів, а тому у сфері публіцистичного, суспільно-політичного слововжитку спостерігається прагнення не до термінологічної точності та однозначності, а до образності, почуттєвої оцінності, інтенсивної виразності. Експресивність – уже сама інтенсифікована виразність, така психологічно й соціально мотивована властивість мовного знака, що деавтоматизує його сприйняття, підтримує загострену увагу, активізує мислення людини, викликає напругу почуттів у слухача [2, 11-12]. Експресія пов'язана не лише з емоційним та образним планами висловлення, але й з естетичним, соціально-оцінним, вольовим, семантичним, ситуативним тощо. Зауважимо, що розрізняють експресивність інгерентну та адгерентну. Інгерентна експресивність – це інтенсифікована виразність елемента мови, що є його постійною і невід'ємною ознакою в будь-яких ситуативно-контекстуальних умовах. Адгерентна експресивність виявляється або набувається тільки в певній мовленнєвій ситуації (лінгвістичному контексті). Комунікативній функції підпорядковані психолінгвістичні основи мовленнєвої експресії, які розкриваються при реалізації естетичної, емотивної та волюнтаривної функцій мови. Тому і не дивно, що виникають інноваційні лексичні одиниці для позначення тих чи інших явищ, предметів. А ряд слів сучасної німецької мови замінюється новими контрастуючими мовними одиницями із прагматичною метою (іллокутивно та перлокутивно) вплинути на читача. У висловленні реалізується не тільки абстрактна лексико-графічна семантика слова, але й її конотати, що представлені структурою конотативного поняття всякий раз для конкретних завдань і з метою впливу на слухача [1, 84]. Роль контрастуючих мовних одиниць можуть виконувати також і старі забуті слова (архаїзми, історизми, які в свого часу були неологізмами). Так, наприклад, такі неологізми із студентського жаргону XIX століття як: *Pauker, Penne, Knigge, dösen* та інші, які

сприймалися як декадентські, пізніше стали загальнозживаними словами німецької розмовної мови, а сьогодні окремі з них використовуються у комунікації як експресивні одиниці до вже існуючих еквівалентів. Наприклад, замість *Lehrer* у ФРН вживається *Pauker*, а у Австрії та Швейцарії це слово вживається ще замість слова *Professor*. *Knigge* – замість – *Buch mit Verhaltensregeln* (Buch mit Ratschlägen für gesellschaftlich korrektes Verhalten in bestimmten Situationen (nach dem Buch des deutschen Schriftstellers A. Freiherr von Knigge "Über dem Umgang mit Menschen"). Наведемо уривок тексту, щоб пересвідчитись у сказаному:

Budnis *Knigge* für die Mitarbeiter

Christoph Wöhlke (31) vor der Budni-Firmenzentrale: Seine "Bekleidungsempfehlung" hat im Unternehmen und bei ver. di für Unruhe gesorgt.

Das sechsseitige Papier – ein regelrechter "*Knigge*". Bis ins Detail wird darin beschrieben, wie das Unternehmen sich seine Mitarbeiter wünscht. Eine Arbeitsgruppe aus 25 Beschäftigten hatte einige Monate daran gearbeitet. Anlass dafür seien vereinzelte Beschwerden und Anregungen von Kunden gewesen, sagt Wöhlke. So, wie es nicht günstig sei, wenn ein Zahnarzt mit schwarzen Zähnen herumlaufe, sei es eben nicht vorteilhaft, wenn Mitarbeiter einer Drogeriekette einen verlebten Eindruck machten. "Unser Ziel ist, der führende Anbieter von Schönheits- und Gesundheitsprodukten zu werden ... Unsere Mitarbeiter sind das Gesicht von Budni" (Hamburger Morgenpost, 25. Oktober 2008, S. 6-7).

Ряд німецьких слів витісняються сьогодні відповідними експресивними еквівалентами як німецькими так і запозиченими, які виконують у комунікації роль новумів, напр.: *Butterberg* замінено словом *Schlaraffenland*; energetischer Musikstil → *Techno*; Amme → *Babysitter*; Conferencier → *Talkmaster od. Showmaster*; Erdapfel → *Potatos*; Straßenausflug → *Roadtrip*; Urmensch → *Ötzi*; Lied → *Song*, у молодіжній мові замість musikalische Gruppe → *Band*; Seminarist → *Grünspecht*; Fahrt → *Drive*; schönes Mädchen → *Junggemüse, Praline, Kirsche, Torte, Sonne*; Lebensgefühl → *Trendwelt od. Feeling*; Ramsch (Schleuderware) → *Trash*; melancholisches Lied → *Blues*; замість Hitparade → *Charts*; Vorfrau → *Prewoman*; Lärm, Ton → *Sound*; Annerkennung → *Tribute*; Stilleben → *Lifestyle*; Kämpfer → *Fighter*; aktive Leitung → *Online*; Schlittschuhläufer → *Skater* та ін.

Серед лексичних інновацій є чимало аббревіатур і аббревіатурних похідних, напр.: *Kritikalo* (altgr. kritikos + radikal + Suff. o) – in der Jugendsprache – 1. ewiger Kritiker, Person, die immer alles und jeden destruktiv kritisiert; 2. Zeitungsrezensent usw.; *Neutralo* (altgr. neutrum + radikal + Suff. o) → die Person, die sich sachlich bzw. neutral verhält; *Profi* – (professionell + Suff. i); *Spezi* – für: Spezialist; *Spasti* für: Spastiker (d. h. Spinner, Narr, Dummkopf); *Promi* für: Prominenter; *Konzi* für: Konzert; *Ösis* für: Österreicher. Щоб не бути голослівними наведемо уривки текстів:

So schräg jodeln die Ösis!

Rock, Rap, Volksmusik, Mönchgesänge – den Österreichern ist nicht heilig! Mit ihrem Mut und ihrer Kreativität poppen sie international die *Charts* – und sind erfolgreicher als die Deutschen.

... Alle paar Jahre verblüffen die Österreicher mit neuen, pffiffigen Acts ganz Europa. Obwohl die Musikszene sehr klein ist, sind die *Ösis* Weltmeister im Export von deutschem Liedgut – und international erfolgreicher als wir Deutschen. Wer schaffte es mehrfach in England und Australien an die Spitze der *Charts*? Und wer beherrscht seit Jahren den Markt ...? Die *Ösis* ... (Yam, 2008. Nr. 10. – S. 22-23).

Roadtrip durchs Grenzgebiet

Calexico in der Fabrik: Comics und mexikanisch-amerikanische Botschaften

... Schon der Name ist Programm: *Calexico*, das klingt nach Kalifornien und nach Mexiko. Und so multikulturell besetzt wie die Band sind nicht nur die schönen Melodien, die amerikanische Roots mit mexikanischer Folklore verbinden, sondern auch die mehrsprachigen Texte des neuen Albums "Carried To Dust", das im Zentrum des Konzerts stand. Das geht um den Grenzverkehr zwischen armen Süden und dem reichen Norden und das Schicksal illegaler Einwanderer ... (Hamburger Morgenpost, 25. Oktober 2008, S. 22).

Design trifft Trash

Neu in Hamburg: Die US-Kette "Urban Outfitters"

..."Urban Outfitters" – eine der hippten US-Ladenketten, die nun endlich auch in Hamburg eine Filiale hat: am Gänsemarkt! ... Nun werden hier Klamotten, Deko-Elemente, Kitsch und Nützliches verkauft... Der Verkaufstresen wurde aus Flohmarkt Möbeln gezimmert. Kreatives Chaos. Man findet sich wie in einer Studenten-WG. Der Geschäftsführer nennt sich hier natürlich *Store-Manager*, und gibt sich ein wenig elitär. ..."Wir sind städtisch, trendy, detailverliebt ... Bei uns findet jeder was für seinen Style", meint David Vollrath ... (Hamburger Morgenpost, 25. Oktober, 2008, S. 28; 37).

Giftgrüne Skater

Die Jugendmesse *You* zeigt Neues aus Sport, Musik, Bildung und *Lifestyle*

Profi-Visagisten verpassen Mädchen ein neues Styling... Europas größte Jugendmesse verläuft unter dem Motto: "Mitmachen, Anfassen, Ausprobieren". 150 Aussteller zeigen, was es Neues aus den Bereichen Musik, *Lifestyle* und Sport gibt ... Mehr als 100 Unternehmen präsentieren sich in den Hallen. Azubis erzählen von ihren Erfahrungen und Personalberater führen mit Interessierten Vorstellungsgespräche. Mehr als 20 Trendsportarten laden zum Ausprobieren ein. Die giftgrünen *Skater* aus blinkenden Rollen kommen aus Korea und das Fahrgefühl bewegt sich irgendwo zwischen *Snowboarden* und *Wellenreiten* ... (Berliner Zeitung, 25/26 Oktober 2008, S. 25).

Таким чином, вищенаведені уривки текстів масмедіа засвідчують, що для передачі експресії викладеного факту публіцист добирає стилістичні засоби, за допомогою яких він впливає на реципієнта і спонукає його до суб'єктивно-оцінного ставлення (тобто до активної життєвої позиції). Стилістемами у таких текстах виступають нові лексичні інновації як німецькі, так і запозичені (англіцизми), в тому числі й аббревіатури, що утворюються шляхом усичень основ вихідних форм слова, а також відаббревіатурних похідних з додаванням суфіксів "o" або "i", які надають їм конотації новизни. Введені авторами новими у контекст для актуалізації висловлення перетворюються у експресивні лексеми завдяки своїй евфонії і виступають стилістично маркованими одиницями.

Серед лексичних інновацій є чимало семантичних неологізмів, як засвідчила наша вибірка, що базувалась на основі лексикографічних джерел, періодики та опитуванні інформантів. Напр.: *Kniffel* – 1. eine schlaue Person; 2. Dummkopf (Das Wort stammt vom mittelalterlichen "knüffeln" = eine mühselige Arbeit verrichten); *Skatejam* (engl. to skate = Rollschuh laufen + to jam = improvisieren) in der Jugendsprache infolge der Bedeutungserweiterung – ein gutes Spiel in der Musik; *Ruler* (engl. ruler = Regent) – in der Jugendsprache – Experte, großer Meister (eine Person mit Computerwissen); *Digger* (engl. digger = 1. Erdarbeiter; 2. Bergarbeiter) – in der Jugendsprache – Freund, Kollege; *Delphine* (Tiere als Menschenfreunde und Menschenretter) – in der Jugendsprache – höhere Intelligenz; *Trivialo* (lat. trivium = zum Dreiweg gehörend, jedermann zugänglich) – in der Jugendsprache – Bedeutungsveränderung in Richtung – geistloser Kerl, Person mit intellektuellem Defizit; *Peilung* = Orientierung (Anleihe aus der Navigationssprache der Matrosen und Piloten) – in der Jugendsprache – Verstand; *Fuchtel* – (16. Jh. Frühneuhochdeutsch zu *fechten* gebildet) = Fechtdegen, d. h. Degen mit breiter Klinge, später – strenge Herrschaft, strenge Aufsicht) – heute – ein Ehemann, der zu Hause nur wenig zu lachen hat; *Mousepotato* (engl. mouse = Maus + engl. potato = Kartoffel) = Fernsehzuschauer in den Achtzigerjahren des XX. Jh.-s – heute – Computerhocker (d. h. Menschen mit blasser Gesichtsfarbe und roten Augen, die stundenlang am Computer hocken, sind mit Chipstüten und Fernbedienung ausgestattet).

Сучасна німецька мова масмедіа характеризується також вживанням гіперболічних форм, які виступають інтенсифікаторами в комунікації. Це так звані *Steigerungswörter* (підсилювальні слова), які атрибутивно або адвербіально гіперболізують висловлювання, напр.: *schnuckig, wuchtig, lässig, pfündig, primaprächtig, schnatzig, suppertechnisch, jumbig, damfig*.

Це можуть бути слова з **позитивною оцінкою**: *extra, flott, edeldufte, toff super, klasse, dufte, steil, bombig, geil, toll, supergeil*; а також з **негативною оцінкою**: *bematscht, bescheuert, finster, kaputt, mulmig, sägig, sauer, schräg, undufte, trübe, zickig, klotzig, unheimlich, irrsinnig, irre*.

Вибірка зі словників Г. Егманна (*Oberaffengeil. Neues Lexikon der Jugendsprache* (1996); *Affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache* (1996); *Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache* (2001); *Endgeil. Das voll korrekte Lexikon der Jugendsprache* (2005)) та записів інформантів завідала, що найбільш популярними підсилювальними словами виявились наступні: *ultrakrass, cool, affengeil, oberaffengeil, spitzenmässig, bombig, saustark, fetzig, ultrageil, ultracool, hippig* (sehr modern), *tiffig* (toll, super), *empty, trady* (müde, faul), *tricky* (heikel, schwierig, kompliziert), *bündig* (gut), *wooky* als Ausdruck spontaner Freude oder Überraschung (klasse, super), *vollmäßig* (super, klasse, toll), *krokofantös* (phantastisch, unübertrefflich) та ін. Серед них є також семантичні неологізми, як: *geil* (dt. – erotische Bedeutung – sexy, erotisch) – in der Jugendsprache – sehr gut, wunderbar; *cool* (engl. kühl, kalt) – in der Jugendsprache – hervorragend, besonders gut; *toll* (dt. wahnsinnig) – in der Jugendsprache – sehr gut; *empty* (engl. leer) – in der Jugendsprache (Bedeutungserweiterung) – 1. ausgepowert, lustlos; 2. in der Sportsprache – Scheitern.

Вищенаведені підсилювальні слова можуть вживатися у будь-яких контекстах. Вони служать для гіперболізації як позитивних, так і негативних почуттєвих та оцінних висловлювань. Зазначимо, що гіперболічні форми не є виключно рисою молодіжної мови, вони наявні також у повсякденній риторичі масмедіа.

Таким чином, експресивна функція нових лексичних одиниць найяскравіше, на нашу думку, виявляється на матеріалі медіадискурсу. Їх вживання обумовлене технологічним розвитком,

процесами глобалізації та суспільними змінами, що знаходить своє відображення у мовленнєвій комунікації. Істотною ознакою німецької неології є запозичені англіцизми, які проходять процес семантичної інтеграції, що модифікує їх семантичну структуру відповідно до особливостей і потреб німецької мови. Неологічні інновації можуть виникати також шляхом зміни значень існуючих у мові лексичних одиниць. Неологізми, у тому числі і молодіжні, служать у масмедіа засобом вираження емоційних та експресивних характеристик відповідних понять.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Говердовский В. И. Коннотемная структура слова. Харьков: Выща школа, 1989.- 94 с.
2. Чабаненко В. А. Теоретичні засади дослідження експресивних засобів української мови // Мовознавство, 1984.- № 2.- С. 11-18.
3. Altmann H. Jugendsprache heute // Engagement. Zeitschrift für Erziehung und Schule, 1986.- Nr. 4.- S. 304-321.
4. Berliner Zeitung. 25/26 Oktober 2008. - Nr. 251.
5. Duden. Wörterbuch der Szenensprachen. Dudenverlag. Mannheim. Leipzig. Wien. Zürich, 2000.- 224 S.
6. Ehmman H. Oberaffengeil. Neues Lexikon der Jugendsprache. Verlag C. H. Beck, München, 1996.- 159 S.
7. Ehmman H. Affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache. Verlag C. H. Beck, München, 1996.- 156 S.
8. Ehmman H. Endgeil. Das voll korrekte Lexikon der Jugendsprache. Verlag C. H. Beck, München, 2005.- 179 S.
9. Hamburger Morgenpost. 25. Oktober 2008. Nr. 251/43.
10. Henne H. Jugend und ihre Sprache. Darstellung, Materialien, Kritik. New York / Berlin, 1986.- S. 221.
11. Jakob K. Jugendkultur und Jugendsprache // Deutsche Sprache. Zeitschrift für Theorie und Praxis. Freiburg, 1988.- Nr. 32.- S. 320-350.
12. Schlobinski P., u. a. Jugendsprache – Fiktion und Wirklichkeit. Opladen, 1993.- S. 29.
13. Weber H. Studentensprache. Über den Zusammenhang von Sprachen und Leben. Weinheim und Basel, 1980.- S. 54.
14. Yam. Oktober, 2008. Nr. 10.

Турчин О. І.
(Івано-Франківськ)

НЕОЛОГІЗМИ У ЕВОЛЮЦІЙНІЙ КАРТИНІ СВІТУ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Екстралінгвістичні та лінгвістичні фактори обумовлюють кількісні та якісні зміни у динамічному процесі розвитку сучасної німецької мови. Неологічне словотворення веде до появи різних видів неологізмів, що використовуються найчастіше у публіцистичному стилі мовлення.

Экстралингвистические и лингвистические факторы обуславливают количественные и качественные изменения у динамическом процессе развития современного немецкого языкаю Неологическое словообразование обуславливает различные виды неологизмов, которые используются наиболее часто у публицистическом стиле.

Extralinguistic and linguistic factors account for qualitative and quantitative changes in the dynamic process of modern German development. Neologically- based word formation leads to springing up a variety of neologisms, which are notably applied in publicistic style.

Виникнення нових лексичних одиниць є складним, багатоаспектним процесом, який свідчить про динаміку розвитку мови. Визначено, що лінгвістичне поняття "неологізм" охоплює широке коло явищ на лексико-семантичному рівні мови, а проблеми вивчення неології набувають особливої ваги у зв'язку з новими тенденціями в розвитку сучасної німецької мови. Різноманітність лексико-семантичних новоутворень створює суттєві труднощі для визначення найхарактерніших ознак неологізмів, які допомогли б відрізнити їх від інших інновацій, оскільки в лінгвістичній літературі використовують низку термінів для позначення лексичних новоутворень: нова лексика, лексична інновація, нове слово, неологізм, неосема, новоутворення, новотвір, оказіоналізм, некодифікована лексика, потенційне слово, актуальний дериват та ін [2, 79; 5, 257; 3, 208]. Для конкретизації поняття неологізму в мовознавчих працях існують такі параметри: локація в часі, локація в просторі, новизна, мовна свідомість, комунікативне обмеження, номінативний аспект. Ми поділяємо думку Конопацької Я. О., що неологізми – це нові слова, які виникли у визначений проміжок часу, сприймаються як нові одиниці колективною мовною свідомістю носіїв мови і поступово інтегруються в систему мови [1, 5]. Утворення неологізмів має лінгвістичні суттєві властивості, воно відбувається за словотворчими моделями і часто пов'язане із зміною значень запозичених слів [5, 258].

Виникнення неологізмів спричинене потребою давати назви новим предметам, явищам, поняттям, які постають внаслідок безперервного розвитку науки, економіки, культури в результаті