

Нерозкладні терміни-словосполучення – це словосполучення, що мають характер ідіоми, тобто за значенням окремих компонентів терміна-словосполучення значення терміна загалом встановити неможливо. Такі номінації не відображають системи певних термінологічних понять у плані формального вираження.

Творення термінів цього типу здійснюється внаслідок переосмислення загальноживаних слів за допомогою метафоризації (*вовчий голод, груди курячі, муркотіння котяче* тощо). Спосіб творення таких термінів визначаємо як семантичний.

У досліджуваній термінології нерозкладні терміни-словосполучення малопоширені.

Отже, проведений аналіз свідчить, що значний шар української гомеопатичної термінології становлять аналітичні терміни, появі яких передують два протилежних процеси: звуження значення й розширення зовнішньої форми, що забезпечує конкретизацію первинного поняття та уможлиблює називання складних наукових понять. За семантичною ознакою у межах досліджуваної термінології виділяємо розкладні та нерозкладні терміни-словосполучення. Серед розкладних термінологічних одиниць розмежуємо зв'язані та вільні аналітичні конструкції, висока продуктивність яких є свідченням їхнього спеціального номінативного потенціалу.

**Перспективним** вважаємо подальше дослідження структурної організації української гомеопатичної лексики.

#### Література:

1. Бевз Т. О. Семантичні інновації, структурні моделі та функції педагогічної лексики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / Т. О. Бевз. – К., 1996. – 25 с.
2. Виноградов В. В. Русский язык / В. В. Виноградов. – М.: Высшая школа, 1972. – 614 с.
3. Головин Б. Н. О некоторых доказательствах терминированности словосочетаний / Б. Н. Головин // Лексика, терминология, стили: сб. трудов Горьк. ун-та. – Горький, 1973. – Вып. 2. – С. 57–65.
4. Даниленко В. П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания / В. П. Даниленко. – М.: Наука, 1977. – 246 с.
5. Журавлева Т. А. Особенности терминологической номинации: монография / Т. А. Журавлева – Донецк: АООТ Торговый дом «Донбасс», 1998. – 253 с.
6. Квитко И. С. Термин в научном документе / И. С. Квитко. – Львів: Вища школа, 1976. – 125 с.
7. Кунья З. Українська риторична термінологія: історія і сучасність: монографія / З. Кунья. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 216 с.
8. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – [3-е изд.] – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 256 с.
- СГТ – Луковенко Т. О. Словник гомеопатичних термінів / Уклад.: Т. О. Луковенко. – Слов'янськ: Видавництво Маторін Б. І., 2011. – 158 с.

УДК 81'373.7:796.5

**О. Матвіяк, О. Романчук, Н. Базиляк,**

*Львівський державний університет фізичної культури, м. Львів*

## КОМПЛЕКСНІ ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ У ТЕРМІНОЛОГІЧНІЙ СИСТЕМІ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

*Стаття присвячена дослідженню термінологічної системи галузі туризму. На сучасному етапі важливим є комплексний аналіз терміносистем, що функціонують у фахових текстах певної сфери діяльності, оскільки більшість нових слів, що з'являються у сучасних мовах – це спеціальна, тобто термінологічна, лексика. Вивчення лексики галузі туризму становить інтерес як для лінгвістів, так і для фахівців туристичного бізнесу, оскільки все більша диференційованість професійної діяльності висуває підвищені вимоги до рівня та якості підготовки майбутніх працівників. У статті проаналізовані лексичні одиниці термінологічної системи туризму, виділено тематичні групи та підгрупи термінів. Описано способи перекладу термінів галузі туризму в українській мові. Наведено приклади комплексних фразеологічних одиниць та особливості їх функціонування в українській термінології туризму.*

**Ключові слова:** термін, комплексні фразеологічні одиниці, туризм.

### COMPOUND PHRASAL UNITS IN TERMINOLOGICAL SYSTEM OF TOURISM

*The article is dedicated to the studies of terminological system of tourism. Nowadays complex analysis of terminological units used in professional literature is of great importance as most of new words in modern languages are terms. To study tourism terminology is very important for tourism specialists and for linguists. The article presents complex analysis of tourism terminological units. They have been divided into groups according to the notions they denoted. It has been analyzed the ways of compound terminological units' translations from English into Ukrainian. The examples of compound phrasal units and the peculiarities of their functioning are presented.*

**Keywords:** term, compound phrasal unit, tourism.

### КОМПЛЕКСНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА

*Статья посвящена исследованию терминологической системы отрасли туризма. На современном этапе важным является комплексный анализ терминисистем, функционирующих в профессиональных текстах определенной сферы деятельности, поскольку большинство новых слов, которые появляются в современных языках – это специальная, то есть терминологическая, лексика. Изучение лексики отрасли туризма представляет интерес как для лингвистов, так и для специалистов туристического бизнеса, поскольку все большее дифференцирование профессиональной деятельности предъявляет повышенные требования к уровню и качеству подготовки будущих работников. В статье проанализированы лексические единицы терминологической системы туризма, выделены тематические группы и подгруппы терминов. Описаны способы перевода терминов отрасли туризма в украинском языке. Приведены примеры комплексных фразеологических единиц и особенности их функционирования в украинской терминологии туризма.*

**Ключевые слова:** термин, комплексные фразеологические единицы, туризм.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Питання про специфіку термінів та способи їхнього перекладу завжди займало особливе місце у порівняльному мовознавстві: його розглядали у своїх працях із теорії перекладу К. Н. Комісаров, О. С. Ахманова, Я. І. Рецкер, І. В. Арнольд, Р. А. Будагов, Д. С. Лотте; воно є об'єктом постійної уваги і сучасних вчених (Л. П. Крисін, Г. А. Діанова, Т. І. Жаркова, Л. В. Виноградова, Є. В. Трушина).

Термін акумулює мовну та загальноспеціальну інформацію, необхідну для існування, збереження, подальшого розвитку і вдосконалення професійно-наукових знань [6, с. 94]. У сучасному термінознавстві все більше уваги приділяється

питанням функціонування термінів у мовленні. Важливим є комплексний аналіз терміносистеми, що функціонує в спеціальних текстах певної сфери діяльності. За результатами останніх досліджень близько 90 % нових слів, що з'являються у сучасних мовах – це спеціальна, тобто термінологічна, лексика. При цьому щораз більша кількість термінів проникає у загальнонавчальну мову, а термінологічні проблеми дедалі більше впливають на мову загалом, тому дослідження спеціальної предметної термінології певної сфери, аналіз особливостей її формування, розвитку та функціонування актуальні як для мовознавців так і для фахівців галузі.

**Актуальність** вивчення способів і проблем перекладу термінів зумовлена розвитком туристичного бізнесу, розширенням співпраці між українськими та зарубіжними компаніями і підвищенням обсягом комунікації в цій галузі. Перекладаючи спеціальні тексти, термінам потрібно приділяти особливу увагу: саме вони визначають інформаційний зміст цих текстів, будучи своєрідними ключами, які організовують, структурують і кодують спеціальну інформацію.

Майже всі лінгвісти погоджуються, що абсолютна тотожність кодових одиниць суперечить природі мови: можливість абсолютно повної і точної передачі змісту оригіналу при перекладі спеціальних текстів обмежена, передусім через відмінності в мовних системах, окрім того, їй перешкоджають різні традиції номінації понять, що склалися в кожній мові, а також відмінності явищ самої дійсності. Отже, **метою** статті є аналіз комплексних фразеологічних одиниць термінологічної системи галузі туризму в англійській та українській мовах.

Для досягнення поставленої **мети** потрібно вирішити такі **завдання**:

- визначити місце термінології туризму в системі мови;
- виділити характерні риси та тематичні групи туристичної термінології;
- проаналізувати основні прийоми перекладу комплексних фразеологічних одиниць термінологічної системи галузі туризму.

**Аналіз останніх досліджень.** Сучасний стан розвитку лінгвістики характеризується глибоким інтересом до опису підмов, що обслуговують певні професійні сфери. При ознайомленні з тематикою наукових праць, присвячених лінгвістичному опису туристичної галузі, було виявлено незначну кількість робіт, в яких висвітлюються проблеми формування туристичної лексики та досліджується туристична термінологія з позиції когнітивного, формально-структурного та дискурсивного підходів. Такі дослідження проведені на базі порівняння туристичної термінології англійської та російської мов (Т. І. Шипуліна, С. В. Мошняга, Е. Т. Белан, Л. В. Виноградова), проте відсутні в українському мовознавстві. Це засвідчує те, що лексика міжнародного туризму вивчена недостатньо, що і визначило вибір англійської та української лексики, яка номінує явища, пов'язані з туристичним бізнесом, **об'єктом** дослідження. **Предметом** дослідження є порівняльний аналіз особливостей розвитку, функціонування туристичної лексики в англійській та українській мовах.

**Вклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Сфера надання туристичних послуг в Україні значною мірою орієнтована на використання лексичної бази, запозиченої з інших мов. Через низку екстра- та інтралінгвальних чинників в професійній сфері туризму найбільш уживаною є англійська мова. Після розпаду СРСР та падіння «залізної завіси» на пострадянському просторі, і в Україні зокрема, з'являється велика кількість туристичних фірм, оскільки цей бізнес набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери країни. Водночас через відсутність термінологічного апарату для рекламування туристичного продукту, включаючи і реалії, яких не було на теренах колишнього Радянського Союзу, з'явилася тенденція запозичувати англійську термінологічну лексику, оскільки їй притаманний інтернаціональний характер з огляду на надзвичайну поширеність англійської мови в цій сфері діяльності.

Вивчення лексики індустрії туризму в англійському мовознавстві становить інтерес і для лінгвістів, і для фахівців туристичного бізнесу, оскільки все більша диференційованість професійної діяльності висуває підвищені вимоги до рівня та якості підготовки спеціалістів цієї сфери. Відтоді як туризм став окремою галуззю економіки, виникла потреба виділити пласт лексичних одиниць у самостійну термінологічну систему. Ця термінологія є засобом масової комунікації, а її вивчення – важливою умовою успішної професійної діяльності з організації подорожей.

Термінологічна лексика будь-якої сфери діяльності поділяється на окремі пласти, зокрема: вузькоспеціалізовані, міжгалузеві та загальнонаукові терміни [5, с. 108]. Загальнонаукові та міжгалузеві термінологічні одиниці мігрують у нових терміносистемах, а вузькоспеціалізована лексика дає назви предметам та поняттям, характерним лише для цієї галузі (наприклад, *all-suite hotel, cabana, kingsize bed, moderate tourist class*), тому вона є більш інформативною.

Оскільки термінологічна система туризму тісно взаємодіє з іншими терміносистемами, її межі є досить умовні. В одних випадках терміни переходять з однієї системи в іншу без переосмислення, наприклад: *vaccination, malaria (медицина); white water rafting, bungee-jumping (сноп); avalanche, stalactite (географія)*; в інших – повністю або частково змінюють своє значення, відповідно до потреб галузі, яка їх запозичує, наприклад: *to downgrade* як економічний термін означає *to give sth a lower grade, value or status*, а в туристичній сфері – *to move to a lower grade or quality of services or accommodation*. Міжгалузєва лексика підмови туризму містить у своєму складі терміни, що належать до економічної термінології: *tariff, corporate rate, BBB tax (bed, board, beverage tax), cancellation charge*; транспортної: *car rental, bareboat charter, camping trailer*; спортивної: *mountaineering, cave tubing, bungee-jumping*; харчування: *Asian breakfast, brunch, a la carte menu* та інших.

Якщо терміносистему туризму в англійській мові можна назвати розвинутою, то в українській мові – такою, що розвивається. Як зазначає Л. В. Виноградова щодо англійської та російської мов [1, с. 7], транстермінологізація як спосіб поповнення словникового складу відіграє значну роль у збагаченні туристського термінофонду обох мов, при цьому перехід термінів з однієї галузі знань в іншу майже завжди проходить паралельно в обох мовах. Те саме можна сказати і щодо української термінології.

Загальнонаукові терміни є одиницями великої семантичної ємності, що позначають, як правило, категоріальні, класифікуючі поняття загальнонаукового характеру і функціонують у текстах декількох галузей наукової діяльності [4, с. 89], наприклад: *index, system, rate*. У складі термінів-словосполучень вони суттєво звужують і конкретизують свою семантику – *main activity index, global distribution system, double occupancy rate*.

Проаналізувавши відібрані лексичні одиниці, можна виділити такі тематичні групи англійських термінів, що належать до сфери туризму:

- види туризму та подорожей (*green tourism, conducted tour, religious tourism, coastal cruise, hosted tour*);
- розміщення туристів (*presidential suite, beehive-style hotel, boarding house, honeymoon room, superior chalet*);
- туристичний інвентар (*life jacket, holdall, sleeping bag, rucksack*);
- транспорт (*glass-bottomed boat, cruise liner, camper van, jumbo jet, shuttle-bus*);
- спорт та розваги (*canyoneering, rafting, scuba diving, cave tubing*);
- харчування (*coffee shop, continental breakfast, pool bar, high class all inclusive*);

- послуги (*baby-listening service, aircraft leasing, forget something program*);
- тарифи та оплата (*cancellation charge, departure tax, complementary ticket, average daily rates*);
- документи (*health declaration form, hotel voucher, ski pass, accident insurance*).

Звичайно, кожну з виділених лексико-семантичних груп можна, у свою чергу, поділити на дрібніші, вужчі групи за предметною приналежністю. Наприклад, серед лексичних одиниць англійської мови, що позначають поняття «розміщення», можна виокремити такі підгрупи: види готелів (*floatel – готель на воді*), види приміщень в готелі (*hospitality suite – приміщення для зібрань та зустрічей*), побутові зручності та устаткування (*tester – балдахін над ліжком*), службовці (*bell captain – старший портьє*), тощо.

Якщо дослідження походження, семантики та структури термінів сфери туризму та їхня класифікація є завданням лінгвістів, то розуміння понять та предметів, які вони називають, та вміння правильно перекласти цю спеціальну лексику потрібні працівникам туристичної галузі. У рекламних текстах українських туристичних фірм та інших україномовних текстах професійної сфери туризму часто використовують англійські запозичення, які:

1) перекладаються дослівно, тобто калькуються, наприклад: *гарантовані номери (guaranteed rooms) – номери, оплачені до приїзду туриста в готель, які залишаються за ним у разі затримки; напівпансіон (half board) – надання туристу неповного набору послуг (ночівля, сніданок, бронювання місць на транспорті)*.

2) транскодуються (транскрибуються, транслітеруються або поєднують транскрипцію з транслітерацією), наприклад: *джип-сафарі (jeep safari) – екскурсійна чи мисливська поїздка на джипі для спостереження за тваринами чи полювання; рафтинг (rafting) – слух гірською річкою на надувних човнах/плотах;*

3) передаються відносними, рідше абсолютними еквівалентами, наприклад: *complimentary ticket – безкоштовний проїзд; sea view – номер з видом на море; escorted tour – тур із супроводом;*

4) передаються «гібридами», тобто поєднанням англійських та українських слів чи абrevіатур, або напівкалькою, напри.: *VIP-туризм (від англ. very important person), wellness-комплекс, call-центр, гід-перекладач, лаунж-зал, кемпінг-стоянка.*

Усім відомий російський термін «горящие путівки», який українські туристичні фірми зазвичай передають калькою з російської «горячі путівки», покручем «горячі путівки», в англійській мові позначається термінами: *late deals (British)* та *last-minute specials (American)*. Власне у цьому випадку запозичення лексичної одиниці з російської мови призвело до появи та функціонування в українській мові покруча. На нашу думку, доречно було використовувати термінологічні одиниці утворені за взірцем англійським, наприклад *спеціальна пропозиція чи термінова пропозиція*, які не порушують норм української мови.

Запозичення низки термінів цілком виправдано у разі, якщо цього поняття немає в когнітивній базі мови-рецептора або для заміни громіздкого словосполучення одним словом. Наприклад, термін *таймшер (англ. time-share)*, що позначає іноземну реалію, активно використовується в бізнесі та туризмі: *придбати таймшер – означає укласти угоду, за якою ви купуєте право на володіння нерухомістю на певний період часу протягом року*. У туризмі – це пакет документів, що дає власнику право на користування пільгами під час сімейного відпочинку [2, с. 64]. Англійське запозичення тоді номінує нове поняття і замінює громіздкий описовий зворот. Головними причинами запозичення термінів, як зазначає Л. П. Крисін, є потреба в найменуванні нового предмета чи явища; потреба розмежувати близькі, але все ж відмінні поняття; потреба спеціалізації понять – у тій чи іншій сфері, для тих чи інших цілей; цільний об'єкт має позначатися одним словом, а не словосполученням; соціально-психологічні причини: сприйняття певною групою мовців іншомовного слова як більш престижного, «вченого» [3, с. 58].

Щодо останньої причини, то часто іноземні слова невинувато використовують паралельно або замість наявних у рідній мові задля престижного звучання і надання слову «західного колориту», наприклад: *презентація (замість представлення, показ), прайс-лист (замість цінник), сервіс (замість обслуговування), сателітна антена (замість супутникова), дисконт (замість знижка), паркінг (замість автостоянка)* тощо. Поява нових запозичених термінів загалом, і у сфері туризму зокрема, явище неоднозначне. З одного боку, мова поповнюється новими лексичними одиницями, відображаючи реальні процеси, що відбуваються у світі та суспільстві, з іншого – це призводить до засмічення мови. При цьому часто втрачається семантичний зв'язок між первинним значенням слова та його теперішнім референтом, коли більш пізнє значення отримує загальне поширення.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, бурхливий розвиток туризму зумовив запозичення значної кількості англійських термінів і для позначення нових для нашої дійсності понять, і для дублювання уже наявних назв задля надання їм престижності та закордонного колориту, передусім із рекламною метою. Тому фахівцям, які працюють у сфері туризму, особливо міжнародного, потрібно знати базові англійські туристичні терміни і намагатися використовувати ці іншомовні запозичення лише тоді, якщо немає їхніх українських відповідників, уникаючи засмічення рідної мови іноземними дублетами вже наявних у ній слів. Тут з'являються широкі можливості для співпраці і спільних досліджень фахівців лінгвістичної і туристичної галузей.

Сфера туризму й надалі розвиватиметься, тому потреба в упорядкуванні туристичної термінології та оптимізації її понятійного апарату зростатиме. Термінологічні знання уже зараз потрібні людям багатьох професій – лінгвістам, перекладачам, редакторам, викладачам, спеціалістам туристичної галузі. З огляду на те, що немає спеціалізованих двомовних (англо-українських) та тлумачних словників туристичних термінів перспективним є лексикографічний опис термінології сфери туризму як один з етапів упорядкування цієї терміносистеми. З'ясування лексичних відмінностей між оригінальними туристичними текстами та їхніми перекладами, що допомогло б виявити лексичні заміни, не передбачено у словникових відповідниках, теж може становити значний інтерес у перспективі подальших досліджень.

#### Література:

1. Виноградова Л. В. Термины туризма в русском и английском языках: понятийная система / Л. В. Виноградова // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 4–8.
2. Ільїна О. В. Туризм. Рекреаційна географія : поняття і терміни / О. В. Ільїна. – Луцьк : Терези, 2004. – 104 с.
3. Крысин Л. П. Лексические заимствования и калькирование в русском языке последних десятилетий / Л. П. Крысин // Вопр. языкознания. – 2002. – № 6. – С. 52–61.
4. Мотрук В. П. Функціонування лексичних одиниць у науковому тексті (на матеріалі французької мови) / І. В. Мотрук // Мовознавство. – 1980. – № 6. – С. 86–90.
5. Суперанская А. В. Общая терминология: вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – М. : Наука, 1989. – 246 с.
6. Трушина Е. В. Теоретические основания когнитивного терминоведения / Е. В. Трушина // Перевод и межкультурная коммуникация. – Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2003. – 235 с.

7. Большой глоссарий терминов международного туризма / The Great Glossary of terms for the International Tourism / под ред. М. Б. Биржакова, В. И. Никифорова. – СПб. : Изд. дом «Герда», 2002. – 704 с.
8. Dictionary of Leisure, Travel and Tourism. Third Edition. – London : Bloomsbury Publishing Plc, 2005. – 346 p.
9. Glossary of Tourism Industry Terminology [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourismknowledge.com>

УДК 811.11-112:81'37

Н. О. Моїсєєва,

Національний Технічний Університет України «КПІ», м. Київ

## ОЦІННІСТЬ НЕОЛОГІЗМІВ-КОМПОЗИТ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

Статтю присвячено оцінному словотвору німецької мови. У статті автор розглядає лексичні інновації німецькомовного публіцистичного дискурсу, причиною виникнення яких стала не потреба в номінації нових предметів об'єктивної реальності, а в першу чергу прагнення мовця сформулювати необхідну суспільну думку до вже існуючих. В центрі уваги наукової розвідки лексичні новотвори, утворені за найпродуктивнішою моделлю німецького словотвору, словоскладанням, та містять аксіологічну маркованість у ядрі свого значення або приядерних семмах.

**Ключові слова:** аксіологічна оцінка, оцінний словотвір, неологізм.

### EVALUATION OF THE NEOLOGICAL COMPOUND-WORDS IN GERMAN LANGUAGE PUBLICISTIC DISCOURSE

The article is devoted to the evaluative German wordbuilding. The author analyzes the lexical innovations in the German-language publicistic discourse, which appeared and were used not in order to nomenclate something new in the objective reality, but first of all because of the speaker's desire to form the necessary public opinion to the already existing objects. The focus of research are lexical innovations, which are formed due to the most productive wordbuilding pattern in German, compounding, and contain axiological evaluation, presented in the connotative meaning of a lexical unit semantic structure. The author classifies neological compound-words according to the first component, represented by the evaluative noun, verb or adjective. The paper considers also the loanwords, abbreviations, contractions as the first component.

**Keywords:** axiological evaluation, evaluative wordbuilding, neologism.

### ОЦЕНОЧНОСТЬ НЕОЛОГИЗМОВ-КОМПОЗИТ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Статья посвящена оценочному словообразованию немецкого языка. В статье автор рассматривает лексические инновации немецкоязычного публицистического дискурса, причиной возникновения которых стала не потребность в номинации новых предметов объективной реальности, а в первую очередь стремление говорящего сформировать необходимое общественное мнение к уже существующим. В центре внимания научной работы лексические новообразования, образованные по самой продуктивной модели немецкого словообразования, словосложения, и содержат аксиологическую оценку в ядре своего значения или приядерных семмах.

**Ключевые слова:** аксиологическая оценка, оценочное словообразование, неологизм.

Лексичний склад кожної мови є тим рівнем, який найшвидше реагує на зміни, що відбуваються у різних сферах життя людини, а також і в її свідомості як безпосереднього учасника всіх суспільних процесів. Логічним результатом такої динаміки є поява нових слів та значень, аналізу яких у різних мовах свої праці присвятило багато відомих лексикологів, зокрема Ю.А. Зацний, О. П. Пророченко, О. Д. Огуй, О.В. Розен, М.Д. Степанова, І.І. Чернишова, Н. Glück, D. Herberg, M. Kinne, Th. Schippan, W. Teubert. Незважаючи на це, на сьогоднішній день відсутні ґрунтовні дослідження лексичних інновацій, як продукту оцінного словотвору німецької мови.

У зв'язку з цим метою статті є аналіз аксіологічної функції одного з найпоширеніших способів німецького словотвору – словоскладання. Матеріалом дослідження слугували німецькі неологічні одиниці, дібрані методом суцільної вибірки з текстів німецькомовного публіцистичного дискурсу. Джерелом текстів слугували статті політичної тематики електронних версій німецькомовних видань *Spiegel, Frankfurter Allgemeine, Zeit, Focus, Süddeutsche Zeitung, Handelsblatt* за 2000-2012 роки.

Оцінна функція публіцистичного дискурсу, в якому оцінність є основним текстоутворюючим фактором, який проявляється ще на стадії відбору і класифікації фактів та явищ дійсності для їх подальшого зображення під необхідним кутом зору за допомогою специфічних лінгвістичних засобів, активізує оцінну функцію словотвірної системи мови. Закономірності протікання і системні зв'язки найважливіших операцій над структурами знання в ментальному просторі мовної особистості репрезентуються в основних словотвірних механізмах, які функціонують в лексико-семантичній системі тієї чи іншої мови. Спостереження за сучасними словотвірними процесами дозволяють виявити найбільш активні ланки словотвірного механізму, а також визначити способи, прийоми опанування мовною свідомістю нових реалій суспільного життя. Таким чином, «будь-який конкретний словотвірний механізм опредмечує акт мисленнєвої діяльності в вербально-знакову форму, представляючи його у вигляді двочленної структури, елементи якої пов'язані предикативними відносинами» [1, с. 125].

Акумуляція декількох змістових шарів у структурі словотвірного неологізма спрощує завдання презентації референта адресату, дозволяючи коротко передати значний об'єм інформації, а також ставлення адресата до зображуваного об'єкта дійсності та визначити вектор сприйняття останнього цільовою аудиторією. Такі неологічні утворення сприймаються та інтерпретуються незалежно від контексту завдяки своїй внутрішній формі, зв'язку з мотивуючою основою та прозорим семантичним відношенням між їх конституентами, в тому числі і маркерам оцінності. Однак при інтерпретації неологізмів даної групи необхідно звернутись до структури їх організації та лексико-семантичним знанням про складові, за допомогою яких можна сконструювати певну модель семантичних відношень для конкретної неологічної лексеми.

Переважають більшість нових лексем, що з'явилися протягом досліджуваного періоду у текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу політичної тематики, складають неологізми утворені шляхом словоскладання. Це пов'язано з тим що, виконуючи номінативну функцію, складні слова виступають у якості засобу формування нових понять. Словоскладання задовольняє потребу в економному, лаконічному викладенні думки. Таким чином, неологічні композиції сприяють концентрації інформації в тексті дискурсу, а високий ступінь еліптичності складних слів відповідає тенденції сучасної мови до «раціонального скорочення», обмеження надмірних мовних засобів. Саме складні слова відіграють у системі по-