

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Факультет _____

Кафедра _____

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

Реєстраційний № _____

« ____ » _____ 20 ____ р. « ____ » _____ 20 ____ р.

ТЕМА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

**«Структурно-семантичні особливості та функціонування неологізмів у
сучасній німецькій мові»**

Кваліфікаційна робота студентки групи НАФ-17м

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальності 014. Середня освіта

(Німецька мова і література)

Шаповал Ганни Сергіївни

Керівник кандидат педагогічних наук,

доцент, Устінова В. О.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS ____ Кількість балів ____

Голова ЕК _____

Члени ЕК _____

Кривий Ріг - 2022

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження неологізмів

- 1.1. Поняття неологізму та його сутність
- 1.2. Причини і способи утворення
- 1.3. Структурно-семантична характеристика неологізмів
- 1.4. Підходи до класифікації неологізмів

Висновки до першого розділу

РОЗДІЛ 2. Неологізми сучасної німецької мови: структурно-семантична та функціональна характеристика

- 2.1. Структурно-семантична характеристика та класифікація німецьких неологізмів
- 2.2. Функціональні особливості неологізмів сучасної німецької мови
 - 2.2.1. Неологізми соціально-політичної та економічної сфер
 - 2.2.2. Неологізми Інтернет-сфери
 - 2.2.3. Німецькі COVID-неологізми

Висновки до другого розділу

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи виражається в необхідності вивчення нової лексики як засобу відображення змін, що виникають у сучасній інформаційній сфері під впливом таких соціально-політично значущих факторів як інформатизація, комп'ютеризація, глобалізація та інші. Також, розвиток неологізмів відбувається не тільки від «позитивних» змін, як комп'ютеризація, ай від «негативних», на прикладі пандемії COVID-19, яка спричинила глобальні зміни як у суспільстві так і у мові. Мова з'являється, розвивається та існує як колективне надбання людства, і, так як вона є явищем соціальним, знаходиться у постійному розвитку. Характерними ознаками будь-якої мови є те, що мову створює суспільство, та суспільство її контролює і посилює її позиції в засобах комунікації. Слово є найважливішою структурно-семантичною одиницею мови, завданням якого є назва предметів, ознак, і процесів.

Потрапляючи в будь яку мовну ситуацію, слово набуває нових значень і якостей. Лексичне значення слова не має меж, які б були чітко визначені; його понятійна організація може охоплювати безліч ситуацій. Необхідно відзначити, що стан лексики є прямим показником рівня розвитку суспільства. Словниковий склад будь-якої мови активно поповнюється під час перебудов, революцій та відкриттів, також будь яка мова зазнала значних поповнень під час пандемії COVID-19. Виникнення нових технологій, хід різноманітних змін у житті суспільства завжди були і будуть поштовхом для появи нових слів та термінів, запозичень. У розвинених мовах зміни відбуваються щороку, з'являються тисячі нових словосполучень та виразів.

Слова і словосполучення, які з'явилися у мові для назви повсякденних явищ реальності, назви «свіжих» предметів або понять, називають неологізмами (від грецької Nebs - «новий» и logos - «слово»).

У роботі нами проаналізовано неологізми періоду розповсюдження у світі інфекції Covid-19 та їх роль у збільшенні словникового запасу німецької мови. Зазначається, що пандемія коронавірусу відобразилась на всіх сферах людської діяльності (політичній, соціальній, економічній тощо), що вплинуло на розширення словникового запасу німецької мови. Процес збагачення лексичного запасу сучасної німецької мови відбувається за рахунок лексичних одиниць тематики Covid-19 (як шляхом іншомовних запозичень, так і за рахунок нових значень). І не дивно, здебільшого, більшість неологізмів (до 90 %) - це терміни, що пов'язані з наукою, культурою, технікою, економікою. Великий внесок у розвиток неології запозичень внесли такі німецькі лінгвісти, як І. Барц, Р. Клаппенбах, Д. Герберг, М. Кінне, В. Тойберт, В. Фляйшер, Л. Хольц, В. Штайніц, Д. Штеффенс і ін. [21, с. 4] Їх дослідження перебуває у рядку найважливіших питань сучасного мовознавства. Не дивлячись на усі існуючі дослідження неологізмів дана тема залишається актуальною, оскільки мови світу постійно і безперервно збагачуються новими словами.

Мета дослідження – вивчити неологізацію як спосіб збагачення словникового запасу сучасної німецької мови.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- дослідити поняття "неологізм" та причини і способи утворення неологічної лексики;
- виявити структурно-семантичні особливості неологізмів
- ознайомитись з класифікацією неологізмів та визначити механізми їх утворення;
- розглянути шляхи надходження неологізмів у німецьку мову та виявити тенденції розвитку неологічної лексики в соціально-політичній, економічній сферах, сферах інтернет та шляхів утворення німецьких неологізмів COVID-19.

Об'єктом дослідження є неологічна лексика як складова словнику німецької мови.

Предмет дослідження – неологічна лексика соціально-політичної, економічної та інтернет сфер, як таких, що найяскравіше ілюструють мобільність словникового складу мовної системи.

Мета і завдання роботи. Розкрити сутність поняття неологізм-запозичення виявити і описати закономірності структурно-семантичних особливостей неологізмів-запозичень у суспільних сферах сучасної німецької мови, розкрити сутність поняття неологізм, та неологізм - запозичення. Мета і завдання роботи зумовили використання таких **методів дослідження:** як аналіз наукової літератури та джерел, синтез, порівняння, дедукція та індукція.

Практичне значення кваліфікаційної роботи.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків та списку використаної літератури. Загальна кількість сторінок – 57 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ

1.1 Поняття неологізму та його сутність

Неологізми (від грец. νέος — *новий* і λόγος — *слово*) — це новоутворені слова, значення слів, словосполучення, що з'явилися в мові й ще не перейшли до категорії загальноновживаних. Основна причина появи неологізмів, це необхідність давати назви тим новим явищам і поняттям, які з'являються у процесі незупинного розвитку суспільства. Та якщо предмет чи поняття закріплюються в житті суспільства, то їхня назва з часом перестає сприйматися як нова й переходить до активної лексики. Коли ж вони втрачають актуальність, їхня назва стає історизмом [33, с. 115].

Сучасна німецька мова належить до мов, що постійно розширюють свій словниковий склад шляхом появи нових лексичних та фразеологічних одиниць. Згідно з останнім виданням загальновідомого в усьому світі словника «Duden. Rechtschreibung» за 2017 р., [44, с. 1266] німецька мова поповнилася на 5 000 нових слів та виразів, а ґрунтовне дослідження неології німецької мови в Інституті німецької мови у м. Мангайм свідчить про те, що на початок 2019 р. у німецькій мові існує 51 новоутворення [50].

Розвиток лексичного складу мови характеризується постійною взаємодією двох процесів: появою нових слів (для називання нових понять, що з'являються в житті суспільства) і вибуття з ужитку слів, що означали старі явища й реалії. Перший процес випереджає другий, завдяки чому лексичний склад мови весь час збагачується й вдосконалюється. Поповнюється він ще й тому, що не всі слова зникають назавжди, іноді вони повертаються до активного вжитку, набувши нового значення.

Надзвичайно велике методологічне значення для сучасної лексикології має усвідомлення здобутків видатних мислителів минулого, зокрема,

фундаментальні праці з проблем філософії мовознавства, лінгвістики К.Айдукевича, Ш.Баллі, А. Сеше, Ф.де Соссюра, Г.Фреге, В.фон Гумбольдта, М.Мюллера, О.Потебні, Р.Порті, А. Шлейхера. В контексті загальних проблем мовознавства дослідженнями в галузі зіставного мовознавства, неологізмів, сучасної лексики німецької мови переймалися вітчизняні та зарубіжні вчені А.Білецький, О.Білоус, І.Вихованець, Л.Дротянко, Л.Булаховський, С.Бураго, А.Вежбицька, В.Дубічинський, М.Кочерган, М.Цюрупа, Д.Герберг, О.Огуй, І.Пастух, А.Янков, R.Große, K.Heller, H.Henne, D.Herberg, L.Mackensen, E.Oksaar, E.Wüster, та інші [33, с. 117].

Мовознавці висувають різні ознаки, що виділяють неологізм у лексичній системі мови. Одні важливим критерієм вважають причини появи, інші – належність до активного чи пасивного шару лексики, деякі велику увагу приділяють особливостям утворення нових слів.

Нові слова творяться для задоволення різних потреб:

1. позначення тільки що винайденого знаряддя виробництва, створеного матеріалу;
2. однослівного вираження поняття, для якого досі вживався багатослівний вислів;
3. образної назви в художньому творі певного предмета або явища, для якого існують інші загальноживані слова тощо.

Появі неологізмів також сприяють:

- потреба в лексичних інноваціях для перенайменування уже відомих понять;
- "мовна економія", яка виявляється в тому, що у процесі вживання мови, носії мови здійснюють відбір найбільш раціональних для спілкування мовних засобів;
- прагнення до узагальнення, потреба дати спільну родову назву подібним явищам, поняттям;
- намір до диференціації щодо роду / виду;
- прагнення дати окрему назву кожному виду того чи іншого роду.

Іноді поява нових слів йде поперед виникненню нових предметів і явищ, що не існують у реальній дійсності, але прогножуються в технічних проектах чи творах науково-фантастичної літератури. Перебування слова "в неологізмах" скороминуще. Кожне нове слово, що з'явилося в літературній мові, є неологізмом доти, поки воно не стає загальноновживаним, загальнолітературним і перестає сприйматись як нове.

У мовознавчій науці немає узвичаєного погляду на це поняття. Так, вчені визначають неологізм як слово чи зворот мови, котрі утворені для позначення нового предмета чи вираження нового поняття. Деякі вчені трактують поняття неологізму ширше, розглядаючи в межах цього терміна й авторські непостійні (оказіональні) утворення. Е. В. Кротевич трохи розширює поняття неологізму: "Неологізм – це слово, словосполучення або вираз, що з'являється у мові у зв'язку з виникненням нових понять, у зв'язку з розвитком культури, техніки, з розвитком або зміною суспільних відносин" [50]. Натомість М. А. Жовтобрюх зазначає, що неологізми – це нові слова, що з'являються в мові в усі періоди її зростання. Вчений додає, що це слова, які ще не отримали прав громадянства у всенародній мові.

Вчені зазначають, що неологізмами виступають ще й словосполучення. Ю. В. Лисенко неологізмами вважає "нові слова, словосполучення, фразеологізми, що з'являються у мові". В. П. Ковальов до неологізмів зараховує і запозичення з близькоспоріднених мов. Французький дослідник Ж. Марузо неологізмом вважає нову форму чи вислів, які утворені або зовсім заново, або морфологічним шляхом.

Таким чином, головною ознакою неологізму слід вважати причини появи; інші критерієм віднесення слова до неологізму висувують належність його до активного чи пасивного шару лексики; ще інші акцентують свою увагу на особливостях словотвору нових слів; ряд мовознавців виникнення неологізмів пов'язує з розвитком суспільних стосунків.

1.2. Причини і способи утворення неологізмів

Виникнення неологізмів спричинене потребою давати назви новим предметам, явищам, які постають унаслідок безперервного розвитку науки, культури, економіки, в результаті поширення й поглибленням зв'язків з іншими країнами та державами. Отже, неологізмами називаються нові слова й звороти, що весь час входять в літературну мову, і пов'язані саме з поточним моментом життя даного народу. В усіх сучасних розвинених мовах такі слова з'являються постійно, ввік. Це визначається потребами сучасної світової цивілізації. У германістиці розрізняють такі види утворення неологізмів:

а) утворення нових висловів на основі вже наявних морфологічних засобів і конструктивних правил (Wortbildung);

б) розширення значень (Bedeutungserweiterung);

в) запозичення з інших мов (Entlehnung);

г) сукупність з метафоричними складовими;

д) утворення нових слів із наявних фонетичних засобів (Wortschöpfung, Kunstwortbildung) [41, с. 905].

Чинники, що сприяють появі нових слів у лексичному складі мови, поділяються на:

1) екстралінгвістичні (розвиток науки та техніки, інформатизація та комп'ютеризація суспільно-політичного життя, реклами та шоу-бізнесу, міжнародний тероризм, екологічна політика, глобалізація та ін.);

2) лінгвістичні (вербалізація нових реалій та явищ позамовної дійсності, тенденція до мовної економії, тенденція розвитку мови та, водночас, тенденція до її збереження тощо).

У лінгвістиці також не існує єдиної позиції стосовно класифікації неологізмів.

Найбільш відомою є класична класифікація [25, с. 34], що виокремлює такі види неологізмів:

- 1) власне неологізми (*Neuwort, Neulexem, Neubildung*) – абсолютно нові слова, пов'язані з виникненням нових референтів (*E-Learnig*);
- 2) нові значення (*Neubedeutung, Neusemem*) – семантичні інновації при збереженні звучання та морфологічної структури слова (*Maus* (комп.));
- 3) перейменування (*Neubezeichnung, Neuformativ*) – морфологічні нововведення при збереженні змісту (*Agrarwirt* замість *Bauer*);
- 4) новоутворення (*Neuprägung*) – нові лексеми, які утворені за правилами словотворення певної мови від слів, що вже існують, і мають у собі нове значення (*Multi* замість *Multimillionär*).

Стосовно джерел лексичних новоутворень, варто говорити про такі чинники як запозичення, калькування, а також про евідентні (очевидні), та латентні (приховані). Протягом історії свого становлення, німецька мова набула ознак регіоналізації, відображаючи різноманітні впливи інших культур, мов тощо.

Під впливом різних завоювань, торгово-економічних, релігійних та інших впливів виокремлювалися історико-етнографічні регіони (*historischethnographische Gebiete*), які істотно різняться історико-культурними традиціями, особливостями мислення, суспільним способом буття, а, головне, притаманними їм діалектами. Значною мірою німецькі діалекти завдячують впливові давньоримської культури, запозиченням як безпосереднього калькування латини. За свідченням В. Бетце, близько третини усіх запозичень, котрі, звісно, набули вже статусу нормативної лексики, є запозиченнями з латини [45, с. 352]. Скажімо, навіть сама назва “Германія” в давньонімецькій мові виникла ще за античних часів під впливом сутичок германців із римлянами. Дослідження свідчать, що етимологія *der Germane* походить від войовничих вигуків воїнів і своїми коренями сягає в латинь. Так само маємо кальку з латинської мови таких слів як *die Natur, die Lektion, die Schule* та інші. Однак в основному більшість запозичень з латини, котрі увійшли в давньонімецьку мову – мову давно

минулих поколінь, модернізувались, трансформувалися в нормативну лексику, а решта набула статусу архаїзмів і вийшла зі вжитку.

Наступною групою неологізмів є неологізми-словосполучення, що утворені на основі стереотипізації цитат, перетворення мовного відрізка в термін: *autonome Waffensysteme, virtuelle Realität, Gefällt mir, die Clubszene*. Також до групи неологізмів, утворених словотвірною деривацією належать неологізми, що утворилися за допомогою об'єднання двох мовних одиниць, наприклад: *Teuro (teuer + Euro), Ostalgie (Ost + Nostalgie), GroKo (große Koalition)*. Також можна виділити підгрупу неологізмів, що утворилися завдяки префіксам *mini-, mikro-, meta-, mega-, super-*. Префікси *mega-* і *super-* підсилюють експресивну складову слова та вживаються в значенні "понад-", "супер-". Їх називають інтенсифікуючими префіксами. Префікс *meta-* вживається в значенні "між-". Для оформлення зменшувальних відносин використовують префікс *mini-*, який був запозичений в англійську мову з німецької, та *mikro-*. Такі нові поняття репрезентують найчастіше галузі науки, інформаційних технологій та техніки: *das Mikroplastik, das Superhandy*. Найменшу у кількісному відношенні групу неологізмів складають семантичні новоутворення [15, с. 46]. Це неологізми, утворені в результаті семантичної деривації, тобто на них вплинули семантичні іновації, які не змінили морфологічну структуру слова: *dampfen* — по відношенню до куріння електронних сигарет, *surfen* — серфити (в інтернеті) тощо.

Найбільшу групу неологізмів складають неологізми-запозичення, наприклад: *Outsourcing, Brexit, Spoiler, Event, Fake News, Maidan, Streaming, Hater, Selfie, Flugscham, Duckface, Coworking*.

Процес активного поповнення групи неологізмів-запозичень зумовлений активним культурним обміном між країнами та процесами глобалізації. Запозичені слова асимілюються в мові і далі можуть брати участь в словотворчих процесах: *Tinder* — *tindern*, *Like* — *liken*, *Plogging* — *ploggen*, *Google* — *googeln*, *Post* — *posten*, *FaceTime* — *facetimen*, *Spoiler* — *spoilern* тощо. Також вони можуть брати участь в утворенні

декількоскладових композитів: *die Digitalwaffe, die Livesendung, die Corona-Krise, die Pushnachricht, die Buchungssapp* тощо. Словотворча активність дозволяє прискорити процес адаптації новоутворень та підкреслює тенденцію мови до розвитку, оскільки багатокomпонентні неологізми — це більш компактні номінативні одиниці в порівнянні зі словосполученнями. Характерною особливістю неологізмів є їх новизна, що й стало підґрунтям для більшості визначень поняття неологізму. Під новизною слова розуміють відсутність його раніше в лексичній системі і сприйняття носіями мови як нового. Суб'єктивні відчуття новизни слова підтримуються такими показниками, як невідомість або мала відомість, пасивність або зростаюча активність використання його в певному мовному середовищі [15, с. 155].

Неологізми виникають у мові безперервно, охоплюючи всі сторони діяльності людини і відбиваючи зміни, що відбуваються в житті суспільства. Вони з'являються в мові з різних причин і різними способами. Коли з'являються в житті нові предмети і явища, з'являються і відповідні їм слова - неологізми. Розвивається пізнання людиною навколишньої її дійсності і з'являються нові поняття, які відображають у минулому не пізнані явища, властивості, якості, процеси, - тому з'являються і нові слова.

З метою дослідження процесу утворення нових слів, що стають неодмінною частиною словникового складу сучасної німецької мови, розширюючи та вдосконалюючи його, Інститут німецької мови в м. Мангайм започаткував у 1997 р. ґрунтовне дослідження неологізмів. Проектна група «das Projekt Neologismen» (з 2008 – «Lexikallische Innovationen», а з 2017 – «Neuer Wortschatz») безперервно займається вивченням процесу появи нових слів починаючи з 90-х років минулого століття. Результатом плідної праці науковців став словник «Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen», що побачив світ у 2004 р. Останні надбання дослідників проекту висвітлено в інтернет-словнику Neologismenwörterbuch, що налічує 1 900 лексичних та фразеологічних одиниць, які поповнили лексикон стандартної німецької мови починаючи з 1991 р. [45, с. 355]. За словами директора

Інституту німецької мови, професора прикладної лінгвістики Г. Лобіна, словник містить лише такі лексичні одиниці, що відомі більшості німецькомовного суспільства, а не тільки славнозвісним політикам чи зіркам шоу-бізнесу, тобто «слова-одноденки» («Eintagsfliegen») не становлять наукового інтересу для лінгвістів проекту *Neuer Wortschatz* [22, с. 47].

Згідно з класичною класифікацією неологізмів, виокремлюємо серед проаналізованих такі одиниці:

1) власне неологізми (94%): *Foodsaver* – «*Person, die Lebensmittel dadurch vor dem Wegwerfen bewahrt, dass sie diese einsammelt und verteilt* (людина, яка не викидає продукти, а збирає їх та розподіляє між нужденними)». Утворилась ця лексема у середині другого десятиліття XXI ст., уживаними прикладами слугують *ein aktiver Foodsaver, sich als Foodsaver engagieren, anmelden*; *Меме* – «*Internetphänomen* (дотепні картинки, відео або текст, що швидко копіюються та розповсюджуються у віртуальному просторі)». Лексема відома з середини другого десятиліття XXI ст., яскравими прикладами використання якої є *lustige Memes, zum Meme werden, als Meme bekannt werden, sich als Meme ausbreiten*;

2) нові значення (6%): *Chefmasche* – «*betrügerische Handlung, bei der sich jemand, meist ein Mitglied einer organisierten Bande, per Internet/Telefonie gegenüber Mitarbeitern eines Unternehmens als leitender Angestellter ausgibt, um finanzielle Transaktionen mit hohen Summen zu seinen Gunsten zu verfügen* (протиправна дія шахрая, який, видаючи себе за шефа певної структури, використовує телефон або Інтернет, щоб організувати фінансові транзакції на свою користь)». Нове значення одиниці відомо з липня 2016 р., а старе значення одиниці «*einem Vorgesetzten zugeschriebenes typisches Verhalten* (типова поведінка керівника)» поступово вийшло із використання. Найуживанішими є вирази *vor der Chefmasche warnen, Opfer der Chefmasche werden*; *Framing* – «*stark auswählende, in eine bestimmte Richtung deutende Aufbereitung von Informationen mit dem Zweck der Meinungsbeeinflussung* (вибіркове розповсюдження інформації з метою впливу на думку адресата в

певному напрямку)». Це значення використовується з середини другого десятиліття ХХІ ст. паралельно зі старим значенням «послугуватися фреймами під час програмування сайтів».

1.3. Структурно-семантична характеристика неологізмів

Потрібно звернути увагу на походження та функціонально-семантичне поле сучасних неологізмів, наскільки лексичні новоутворення однієї мови мають відповідників в системі іншої мови.

Задля цього окреслимо, насамперед, коло визначень неологізмів, чинників та джерел наповнення сучасної лексики німецької мови. Відомі різні підходи до класифікації лексичних новоутворень. Ці відмінності обумовлені, передусім, розбіжностями стосовно самого визначення поняття “неологізм” (Neuwörter - нім.) [14, с. 78]. У сучасній науковій літературі зустрічаємо і інші визначення. Утім кожне з відомих на сьогодні визначень в суттєвому співпадають, лише акцентують увагу на різних способах функціонування, ролі в мовленні та входження у вжиток нормативної мови. Тож надалі будемо вважати, що неологізм це –новостворений термін, індивідуально-авторські новації, слово або фраза, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками, що перебувають в мовленнєвому обігу загального вжитку однак ще не включені до літературної, нормативної мови.

Аналіз лексичних одиниць дослідження показав, що новітні лексеми німецької мови можна поділити на наступні великі тематичні групи:

1. Людина. *Duckface* – «*besonders in sozialen Netzwerken auf Selfies verbreiteter Gesichtsausdruck mit stark geschürzten Lippen* (вираз обличчя з губами «качечкою, бантиком», який властивий для селфі дівчат в Інтернеті)». Уживається мовцями з середини другого десятиліття ХХІ ст., типовими прикладами використання є *ein Duckface machen, aufsetzen, mit Duckface posen*; *Hater* – «*jemand, der unverhohlene Ablehnung, Beschimpfung, negative*

Kritik meist in sozialen Medien verbreitet (людина, яка відчуває ненависть/ворожість чи критично ставиться до чого-небудь/кого-небудь та розповсюджує це в соціальних мережах)». Час виникнення цієї одиниці – середина другого десятиліття XXI ст., найчастішими одиницями у використанні є *(k)ein Hater sein, schlimme, rechte Hater* [14, с. 87].

2. Житло людини. *Tiny House* – «*sehr kleines, auf das Wesentliche reduziertes, leicht gebautes und häufig transportables Haus* (маленький будиночок з легких будматеріалів, який можна транспортувати)». Перша поява лексеми датується 2011 р., а дефініція цього слова вперше використана у газеті *Trierischer Volksfreund* від 03 грудня 2015 р. Вживається вона здебільшого у виразах *ein Tiny House mit allem Komfort, der Trend zum Tiny House; Walk-in-Dusche* – «*ebenerdige, somit barrierefrei zugängliche Duschkabine ohne Becken und meist ohne Tür* (низька душова «кабіна-куточок» без стін, перегородок тощо)». *Walk-in-Dusche* відома мовцям з середини другого десятиліття XXI ст., вживається у висловах *großzügige Walk-in-Duschen, eine geräumige Walk-in-Dusche, eine praktische Walk-in-Dusche*.

3. Соціальні медіа / Віртуальне життя: *Clickbait (Click-Bait, Klickbait)* – «*werbender Webinhalt* (реклама на сайті, що змушує користувача переходити на інші сайти для пошуку цікавої інформації або «гарячих» фактів)». Ця лексема вживається у мові з середини другого десятиліття XXI ст., найчастіше у словосполученні *gegen Clickbait vorgehen; Cyber Monday* – «*bestimmter Montag zu Ende November/Anfang Dezember, an dem Waren im Onlinehandel mit besonderen Rabatten angeboten werden* (певний понеділок у кінці листопада, на початку грудня, коли товари в інтернет-магазинах пропонуються з великими знижками)». Лексема використовується носіями мови з середини другого десятиліття XXI ст. До найуживаніших прикладів належать *am Cyber Monday besondere Rabatte gewähren, der Cyber Monday sorgt für hohe Umsätze*.

4. Суспільство: *MeToo-Bewegung* – «*Protestbewegung (рух протесту)*». *MeToo* – хештег (*#MeToo* (я також)), що став відомий у віртуальному світі з

середини жовтня 2017 р., завдяки якому жінки усього світу, що зазнали сексуального насилля, приєднувались до акції у Фейсбуці. Уживається ця лексема у словосполученнях *MeToo-Bewegung gegen sexuelle Übergriffe, die Initiatorinnen der MeToo-Bewegung*. До синонімічного ряду належать словосполучення *MeToo-Kampagne, MeToo-initiative; Freundschaft plus* – «*Freundschaft mit den Vorzügen* (дружба з «привілеями», коли друзі мають один з одним сексуальні стосунки без зобов'язань та певних очікувань)». Уперше лексема з'явилась у 2012 р., а дефініція цього неологізму – 04 листопада 2017р. на сторінках жіночого журналу «freundin.de». Використовується ця одиниця здебільшого у словосполученні *eine Freundschaft plus haben, eingehen, führen*.

5. Їжа. *Zoodles* – «*nudelförmig geschnittenes Gemüse* (овочі, тонко нарізані у вигляді локшини)». Ця одиниця стала відома з середини другого десятиліття XXI ст., вживається здебільшого у виразах *Zoodles essen, kochen, etw. zu Zoodles schneiden; Clean Eating* – «*als gesund geltende, weitgehend z.B. auf Zusatzstoffe bei Nahrungsmitteln oder verarbeitete Lebensmittel verzichtende Ernährungsmethode* (здоровий спосіб харчування, без використання додаткових смакових інгредієнтів та без теплової обробки продуктів)». Лексема відома з 2014 р., а її дефініцію вперше використано у газеті *Tiroler Tageszeitung* від 06 вересня 2016 р. Наразі одиниця вживається у виразах *der neueste Trend: das Clean Eating, den Prinzipien des Clean Eatings entsprechen*.

6. Навколишнє середовище. *Mikroplastik* – «*sehr kleine Kunststoffteilchen* (маленькі кусочки пластику)». Перше пояснення цієї лексеми зустрічається у 13 номері журналу *Focus*, що вийшов у світ 23 березня 2013 р. Новітня лексема використовується у виразах *Mikroplastik in Gewässern, Produkte ohne Mikroplastik, Mikroplastik finden; Erdüberlastungstag* – «*Tag der ökologischen Überschuldung* (день екологічної заборгованості, коли їжа, енергія та інше споживаються у кількості більшій, ніж виробляються)». Уперше це слово з'явилося на шпальтах газет у 2015 р., синонімами до нього є *Earth-Overshoot-Day, Welterschöpfungstag*.

7. Одяг. *Destroyed Jeans* – «*Jeans im Used Look, die mit Löchern, Rissen und abgewetzten Stellen designt und hergestellt wird* (джинси старого, зношеного вигляду, рвані, із дірками тощо)». Ця лексема стала відомою з середини другого десятиріччя XXI ст. та є складовою частиною словосполучень *Destroyed Jeans tragen, modische Destroyed Jeans*. До синонімічного ряду належить *Boyfreindjeans*.

Найчастішими шляхами утворення проаналізованих новітніх одиниць є:

I. Запозичення (англіцизми) (64%):

1) складні слова: *Hoverboard* – «*elektrisch betriebenes, schmales Rollbrett ohne Lenkstange* (електричний скейтборд)»; *Cronut* – «*ringförmiges Gebäckstück aus Blätterteig mit Zuckerglasur* (кругле печиво із листкового тіста з глазур'ю, назва утворилася від *croissant* та *donut*)»; *listcle* – «*listenförmiger Artikel in Print oder Onlinemedien* (стаття в різних медіа у вигляді списку, є злиттям *article* та *list*)»;

2) прості слова: *nice* – «*gut, nett, schön* (добре, гарно)»; *Twerking* – «*Tanz* (танець стегнами)»;

3) запозичення-аббревіатури: MOOC (Massive Open Online Course) – «*online abgehaltene, zulassungsfreie und kostenlose Vorlesung mit hohen Teilnehmerzahlen* (безкоштовна онлайн-лекція з великою кількістю учасників)».

II. Словотвір (36%):

1) словоскладання:

а) німецькі основи: *Schwarmstadt* – «*Stadt, in die besonders viele junge Menschen ziehen* (місто, що як магніт притягує до себе молодь)»; *Pfandring* – «*Halterung an öffentlichen Mülleimern zur Sammlung von Pfandflaschen* (засіб для збору пляшок у вигляді кільця на сміттевому контейнері)»;

б) запозичення + німецька лексема: *Virtual-Reality-Brille* – «*brillenförmiges Gerät, mit dem virtuelle Welten erfahrbar werden* (окуляри,

завдяки яким потрапляють у віртуальний світ)»; *Reparaturcafé* – «*Reparaturwerkstatt* (ремонтна майстерня)»;

2) абрєвіація: а) *UMA* – «*unbegleiteter minderjähriger Asylsuchender* (неповнолітній пошукувач політичного притулку без супроводу)»; *UMF/umF* – «*unbegleiteter minderjähriger Flüchtling* (неповнолітній біженець без супроводу)»;

3) афіксація на основі запозичення: *twerken* – «*mit kreisenden und ruckartigen Bewegungen von Hüften und Gesäß tanzen* (сучасний танець, в якому активно залучені сідниці)».

Якщо в минулому на німецькій мові позначався вплив латини, релігії, то сьогодні словотворення позначається істотним впливом англо-американських мови, культури. Багато англо-американських слів є коротшими за німецькі, та мають легшу вимову, тому німці бажають використовувати саме англо-американські слова, замість рідних, адже це мовна економія, порівняємо такі слова, як *der Rosinenkuchen* (12 букв) та *cupcake* (7 букв). Англїцизми з'являються у результаті частого використання, вони є варіацією при використанні німецьких термінів. Наприклад, слово *download* звучить новітньо, ніж *herunterladen* та має коротшу форму.

За свідченням І.Пастух, 70% запозичень німецької мови становлять англїцизми [33, с. 118].

У сучасних умовах глобалізації та комунікації англїйська набула статусу мови міжнародного спілкування, тож закономірно, що її вплив є на диво великим. Йдеться як про пряме запозичення, так і про морфологічну асиміляцію. Англо-американський вплив позначився настільки, що англїйські слова навіть стали витіснити з обігу німецької мови слова, запозичені із сусідського французького. Наприклад, вживається *Style* замість *Stil*, *Set* замість *Ensemble*. Відбувається закономірний процес збагачення лексики новими значеннями, інтеграції неологізмів у мову. «Англо-американізм, розвиваючи лексичний фонд німецької мови, переплітаються із внутрішніми особливостями словникового складу і піддаються

морфологічній асиміляції у мові, тобто іноземне слово підлаштовується під правила німецького правопису” [33, с. 118]. А саме іменникам присвоюється рід, вони пишуться з великої літери. Наприклад, *die Floppy, das Trاسب, der Soundtempel*.

Як правило, неологізми відбивають характеристики певних вікових груп, особливості їх психології та поведінки. Активною соціальною групою, найбільш схильними до споживання американської культури, є молодь. У колі молоді вживання англіцизмів навіть вважається ознакою сучасності [33, с. 118]. Дослідники вбачають в англіцизмах не лише об’єктивну необхідність, а й відтворення суб’єктивного ставлення особистості до соціокультурної дійсності. Англіцизми несуть в собі не стільки змістовне навантаження, скільки оцінчне та психоемоційне. Наприклад, сленгізми: *der Schlappi, die Schickse, das Geschreibsel* в неявному вигляді відображають ставлення носія мови до предмету.

Серед сленгізмів істотний відсоток займають так звані “модні прикметники”. Зокрема, І.Пастух наводить такі з них, котрі виражають почуття захоплення, задоволення тощо: *famos, kolossal, super, grell, krass, allerliebste, fett* [33, с.119].

Окремим рядком варто відзначити неологізми-іменники, породжені молодіжною музичною модою, модою одягу, рекламою - свого роду відображенням епохи, словами-свідками (*les mots-temoins*) - на кшталт утворень від джазового ритму *der Beat: Beatkonzert, Beat-Gruppe, Beat-Mode, Musik-box, Fisch-Bar, Einbaumöbel Raumsparbett i m.д.*

У молодіжному середовищі в обігу зустрічається прикметник *beatig* та дієприкметник *angebietet (die immer leicht angebietet)*, або ж *Glenchek, Blouson, Jeans* тощо. Зазначене накладає на перекладача додаткові вимоги щодо знання молодіжної культури, останньої моди [22]. Для точної передачі думки мовника аудитор має не тільки знайти у мові перекладу найбільш відповідні слова, що у випадку вживання сленгізмів вкрай складно, але й

надати їм оригінального оціночного та психоемоційного забарвлення, передати застосовану мовцем логічну форму.

Доволі масивний прошарок новоутворень, покликаних до життя інформаційно-комунікативними комп'ютерними технологіями, інтернетом. Це слова іншомовного походження, в більшості англomовного: *Computer, Prisma, Teenager, Login*, лексичні одиниці, що безпосередньо пов'язані із комп'ютеризацією: *BASIC, Fortran, liveware, computerman, computerize* та безліч інших.

Істотний внесок у формування новоутворень, так званих авторських індивідуально-стилістичних неологізмів, належить письменникам, поетам, журналістам та іншим представникам засобів масової інформації, які створюються для надання образності художньому тексту.

У вітчизняній літературі з мовознавства вони здобули назву оказіоналізмів (від лат. *Occasionalis*), що означає “випадковий” або вживаний незвично [33, с. 119]. Ілюстрацією можуть бути відомі в наукових колах приклади виникнення англійських слів *consolidate, disregard, sensuous*, які своїм походженням завдячують Спенсеру, Мору, Мільтону, чи слова *emancipate, eradicate, exist, extinguish*, автором яких є Сідней. Швабс збагатив німецьку мову виразами, котрі увійшли у широкий обіг, на кшталт “*Dasst deine Achillesferse*”, “*Pyrrussieg*”. Утворенні терміни в німецькій літературі спочатку функціонують лише в певному авторському контексті, а вже з часом стають надбанням вільного вжитку. Однак не усі з них легімітизуються в нормативній мові, багато з таких авторських неологізмів (оказіоналізмів) так і залишаються в сфері авторського вжитку.

Отже, у німецькій мові найчастіше серед неологізмів-запозичень можна зустріти не лише іменники, а й прикметники, дієслова та прислівники. Кожного дня скрізь виникають нові предмети та явища, особливо у сфері техніки, літератури, науки, інтернет та медіа.

1.4. Підходи до класифікації неологізмів

Термін «неологізм» досі немає єдиного універсального визначення серед сучасних дослідників. Деякі мовознавці трактують його як слова, значення або сполучення слів, що позначають нову реалію (предмет або поняття) та існують у мові недовгий час [44, с. 1265], інші визначають їх як слова, що досі не ввійшли в узус [22, с. 21].

Дослідниця Х. Буссман вважає неологізмом новоутворений вислів (слово чи словосполучення), що сприймається як новий значною частиною мовців, і, що позначає нові явища та реалії у галузі техніки та промисловості, нові концепції у науці, політиці або культурі, тобто йдеться про лексичний знак, засвоєний у мовному середовищі та лексикографічно зареєстрований як неологізм [25, с. 27]. Згідно з цією дефініцією, у германістиці розрізняють такі види створення неологізмів:

- а) утворення нових висловів на основі вже наявних морфологічних засобів і конструктивних правил (Wortbildung);
- б) розширення значень (Bedeutungserweiterung);
- в) запозичення з інших мов (Entlehnung);
- г) композити з метафоричними складовими;
- д) утворення нових слів із наявних фонетичних засобів (Wortschöpfung, Kunstwortbildung) [45, с. 355].

Поява неологізмів сприяє виникненню кола питань, що потребують вирішення. До найважливіших питань належать [22, с. 21]:

- 1) Чи кожна нова лексема є неологізмом?;
- 2) Чи вважати авторські okazіоналізми неологізмами?;
- 3) Який проміжок часу лексема залишається неологізмом?;
- 4) Чи належать до неологізмів нові значення слів, що вже існують?;
- 5) Чи є фразеологічні одиниці об'єктом дослідження неології?.

Чинники, що сприяють появі нових слів у лексичному складі мови, поділяються на:

1) екстралінгвістичні (розвиток науки та техніки, інформатизація та комп'ютеризація суспільно-політичного життя, вплив шоу-бізнесу та реклами, міжнародний тероризм, екологічна політика, глобалізація, зростання темпів міжнародної співпраці та ін.);

2) лінгвістичні (вербалізація нових реалій та явищ позамовної дійсності, поліномінація, тенденція до мовної економії, прагнення до подолання мовного автоматизму, тенденція розвитку мови та, водночас, тенденція до її збереження тощо) [45].

У лінгвістиці також не існує єдиної позиції стосовно класифікації неологізмів. Найбільш відомою є класична класифікація, що виокремлює такі види неологізмів:

1) власне неологізми (*Neuwort, Neulexem, Neubildung*) – абсолютно нові слова, пов'язані з виникненням нових референтів (*E-Learnig*);

2) нові значення (*Neubedeutung, Neusemem*) – семантичні інновації при збереженні звучання та морфологічної структури слова (*Maus (комп.)*);

3) перейменування (*Neubezeichnung, Neuformativ*) – морфологічні інновації при збереженні змісту (*Agrarwirt замість Bauer*);

4) новоутворення (*Neuprägung*) – нові лексеми, які утворені за правилами словотворення певної мови від слів, що вже існують, і містять у собі нове значення (*Multi замість Multimillionär*) [45, с. 360; 22, с.22].

З метою дослідження процесу утворення нових слів, що стають неодмінною частиною словникового складу сучасної німецької мови, розширюючи та вдосконалюючи його, Інститут німецької мови в м. Мангайм започаткував у 1997 р. ґрунтовне дослідження неологізмів. Проєктна група «das Projekt Neologismen» (з 2008 – «Lexikallische Innovationen», а з 2017 – «Neuer Wortschatz») безперервно займається вивченням процесу появи нових слів починаючи з 90-х років минулого століття. Результатом плідної праці науковців став словник «Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen», що побачив світ у 2004 р.

Останні здобутки дослідників проекту висвітлено в інтернет-словнику *Neologismenwörterbuch*, що налічує 1 900 лексичних та фразеологічних одиниць, які поповнили лексикон стандартної німецької мови починаючи з 1991 р. [33, с. 119]. За словами директора Інституту німецької мови, професора прикладної лінгвістики Г. Лобіна, словник містить лише такі лексичні одиниці, що відомі більшості німецькомовного суспільства, а не тільки славнозвісним політикам чи зіркам шоу-бізнесу, тобто «слова-одноденки» («Eintagsfliegen») не становлять наукового інтересу для лінгвістів проекту *Neuer Wortschatz* [23, с.50].

Завдяки постійному утворенню нових лексем словниковий склад німецької мови поповнюється значною кількістю неологізмів.

Висновки до першого розділу

Існує чимало спроб дати остаточне визначення поняття, що таке неологізм, проте на сьогодні немає однозначного трактування терміну „неологізм” у фаховій мовознавчій літературі.

Неологізми у мові виникають у тісному зв'язку з розвитком науки, техніки, появою чогось нового у всіх сферах суспільного життя.

Мовлення як психічний феномен обумовлене як індивідуальними внутрішніми, так і зовнішніми чинниками суспільного буття. Неологізми мають соціокультурну природу, їх виникнення є закономірним процесом суб'єктивного відображення дійсності в процесі суспільного буття.

Установлено, поява та використання неологізмів безпосередньо пов'язані з стилістикою, оскільки неологізми, як і інші мовні засоби, надають публіцистичним текстам певні стилістичні особливості і колорит.

Основною рисою газетної мови є прагнення до дотримання стандартів, але одночасно й до вираження експресії. Для цього використовуються різні фігури мовлення — усі використовувані лінгвістичні засоби, які потрібні для надання тексту виразності, для відсторонення від нейтрального способу

викладання. Публіцистичний текст орієнтований на масового читача, тому його зміст повинен бути простим для сприйняття. У зв'язку з цим більшість слів у тексті відносять до розряду загальноживаних. В ХХ столітті розвиток науки, техніки, культури та засобів масової інформації сприяють розширенню старих та виникненню нових сфер номінацій. Процес оновлення лексики відбувається постійно, проте в деякі періоди часу він найбільш інтенсивний. Другу половину двадцятого сторіччя можна назвати періодом "неологічного буму" в мові. Використання неологізмів допомагає наповнити текст експресією та виразнішими відтінками мови.

Сучасну мову важко уявити без неологізмів, адже поява нових слів свідчить про розвиток мови. Відсутність неологізмів може свідчити лише про деградацію мови через відсутність будь-яких змін. Неологізми слугують, з одного боку, для номінації нових або ще не названих понять, реалій, а з іншого – для заміни попередніх найменувань новими. Це зумовлено різними чинниками, насамперед тенденцією до мовної економії, стандартизація номінативних моделей, виразнішого, точнішого найменування, експресивно-стилістичного оновлення, з причин соціально-політичного, пуристичного та евфемістичного характеру, завдяки постійному утворенню нових лексем словниковий склад німецької мови поповнюється значною кількістю неологізмів. Новітні лексеми позначають реалії, події, явища у різних сферах життя людини (житло, соціальні медіа, їжа, навколишнє середовище та ін.), утворюючись шляхом словотвору, запозичення тощо.

10% неологізмів є псевдоангліцизмами. Найбільша кількість неологізмів (94%) є власне неологізмами, а незначна кількість одиниць (6%) є новими значеннями [8, с. 14].

Оскільки мова розвивається з часом, тому і дослідження неологізмів повинно відбуватись стільки, скільки існує мова.

РОЗДІЛ 2

НЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ТА ФУНКЦІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

2.1. Структурно-семантична характеристика та класифікація німецьких неологізмів

Кінець XX – початок XXI ст. породив найбільше число неологізмів у німецькій мові. За цей період у німецькій мові накопичилося багато нових слів, лексика збагатилася новими значеннями, а інші слова втратили свою актуальність.

Основним мотивом створення нової лексики є необхідність словникового оформлення різних нових явищ, включаючи матеріальні предмети, а також нові ідеї в області політики, культури, громадського життя. У сучасному світі нові слова, пов'язані з актуальною для суспільства тематикою, отримують швидке поширення і мають широку популярність завдяки засобам масової інформації. Залежно від актуальності охоплених предметів і явищ, а також від інтенсивності згадок, неологізми з часом втрачають свою новизну і починають сприйматися як слова звичні і буденні.

Словниковий склад сучасної німецької мови розширюється наступними способами [3, с. 14]:

1. Словотвір – нові слова будуються з вже існуючих в мові елементів, наприклад: *bundeseigen, die Gesamthochschule, linken*.
2. Іноземні запозичення – нові слова запозичуються з інших мов: *der Fan, der Hit, der Look, der Trend, der Stress* – з англійської мови.
3. Зміна значення – значення вже існуючих в мові слів можуть змінюватися, або слова отримують додаткові значення, наприклад: *die Wende – die Vereinigung der BRD und der DDR*.

Слід зазначити, що німецька мова має великі можливості словотвору, допускаючи створення складних слів з кількох основ в різноманітних варіаціях. У зв'язку з цим, щодня в актах мовлення виникає безліч нових складних одиниць, які, однак, не вважаються неологізмами і не фіксуються словниками, так як є продуктом одномоментної мовної творчості комунікантів. У лінгвістичній науці існують різні класифікації неологізмів. Розглянемо деякі з них.

Одним з видів класифікацій німецьких неологізмів є [12, с. 8]:

- новоутворення, запозичення, нове слово;
- нове слово;
- нова лексема / нове слово, нова семема / нове значення, нове позначення;
- нове значення / нова семема;
- нове слово, новоутворення, нове значення;
- нове слово / новоутворення / нове значення.

Цікавою, з лінгвістичної точки зору, є класифікація неологізмів у роботі Доу Ксуефу «Neologismus und Neologismenwörterbuch». Він виділяє наступні види [3, с. 15]:

- нові запозичення і новоутворення з запозиченими складовими елементами;
- прямі запозичення;
- гібридні (змішані) новоутворення;
- уявні запозичення;
- нові похідні слова;
- нові аббревіатури;
- новоутворення;
- нові значення.

Класифікація Доу Ксуефу передбачає виділення окремих підвидів нової лексики: нові запозичення поділяються на прямі, уявні запозичення і гібридні (змішані) новоутворення, в тому числі і основні види –

новоутворення та семантичні інновації. Згідно традиційної німецької класифікації розрізняють наступні види неологізмів [3, с 16]:

- Мовні або загальні (лексичні) неологізми. Прикладами можуть служити неологізми другої половини ХХ століття, що з'явилися в НДР і ФРН: *der Jugendzug, der Jugendfreund, die Bundesrepublik, der Bundespräsident*.

- Стилістичні неологізми (індивідуальні, авторські неологізми, одноразові утворення). Використовуються авторами для особливих стилістичних цілей.

Класифікація Р. Клаппенбах і В. Штайніц базується на «Словнику сучасної німецької мови» (1969-1978). Така класифікація вважається класичною. Автори виділяють три види неологізмів [12]:

- Власне неологізми (Neuwörter), під якими розуміються слова, вперше зафіксовані у німецькій мові, запозичені з інших мов або штучно створені (*der Computer, das Dederon, das Cartoon, das Malimo*).

- Новоутворення (Neuprägungen) – слова або вирази, які були створені з уже існуючих в мові слів, основ і афіксів у нових комбінаціях (*das Farbfernsehnetz, das Fotomodell, die Hitparade, die Sprachvermittlung*).

- Семантичні неологізми (Neubedeutungen) – лексичні одиниці, вже існуючі в мові, які набувають нових значень (*die Hexe – in der Technik als Aufzug für Baumaterialien; mixen / der Mixer - Techniker, der am Pult Musik oder Geräusche mixt*). До розряду лексичних інновацій (загальне поняття для всіх мовних одиниць з елементами новизни) автори даної класифікації відносять також так звані «модні слова» (Modewörter). Це слова і вирази, які в певний момент часу стають модними і входять в широкий ужиток, набуваючи популярності (*super, klasse, toll, kreativ, der Job, das Team, das Know-how*). Модні слова розпізнаються за такими критеріями:

- позначають вже існуючий денотат;
- не прив'язані до певної ідеології і мають широку семантикою (це перш за все експресивні та оцінні лексичні одиниці);

- виділяються високою частотністю вживання;
- виконують комунікативно-прагматичну функцію соціального маркера;

- характеризуються тимчасовою популярністю. У класифікації Д. Херберг і К. Хеллер неологізми німецької мови також підрозділяються на три види [38]:

- нові лексеми (нові утворення) (Neulexeme / Neubildungen);
- нові формативи (нові позначення) (Neuformative / Neubezeichnungen);
- нові семеми (нові значення) (Neusememe / Neubedeutungen).

Нові лексеми (нові утворення) мають новий зміст, нову форму, нове значення і форматив. Вони вперше дають найменування нових явищ об'єктивної реальності. За способом утворення нові лексеми можуть бути запозиченнями, новоутвореннями (з уже існуючих слів і афіксів по словотворчих моделях) і абсолютними неологізмами.

Нові позначення характеризуються новим формативом, звуковим комплексом для предметів, які вже мають позначення, наприклад: *die Raumpflegerin statt die Reinemachefrau; der Sekundärrohstoff statt der Altstoff*. Нові позначення розширюють синонімічні ряди слів.

Нові семеми – це нові значення, що виникають у вже існуючих в мові лексичних одиниць (*die Mauer – kurz für «Berliner Mauer», ein Symbol der Spaltung Deutschlands*).

Перетворення словникового складу мови уособлюють більшу частину мовного розвитку. Систематичне спостереження і аналіз лексичних появ, документування нових слів і виразів могло б багато в чому сприяти більш точному розумінню основних тенденцій розвитку сучасної німецької мови.

Функція неологізмів полягає не тільки в позначенні нових предметів і явищ дійсності. Найчастіше неологізми вживаються носіями мови для того, щоб підкреслити свою приналежність до певної групи, дотримання модних тенденцій, або для того, щоб привернути до себе увагу.

Неологізми виконують функцію впливу на аудиторію, перш за все, в мові реклами. При цьому, з метою посилення впливу, неологізми можуть будуватися всупереч граматичним правилам німецької мови, наприклад: *unkaputtbar, hierwerden Siegeholfen*.

Неологізми можуть заміщати слова, вже існуючі в німецькій мові, якщо позначуваному предмету необхідно надати певну оцінку або престиж. Прикладом служить мовна політика німецького акціонерного товариства:

Deutsche Bahn (der Schaffner – der Zugbegleiter; der Schalter – der Servicepoint, der Counter). Неологізми – це також поширений інструмент пропаганди (*der Islamofaschismus, die sozialbehinderte Jungmigranten*).

Особливі труднощі представляють запозичення англіцизмів, які найчастіше в процесі «інтеграції» ще не мають в німецькій мові чітко зафіксованих граматичних форм, певних норм написання, вимови і вживання, тому можна зустріти різні варіанти написання одного і того ж слова, наприклад: *Carsharing* («групове користування автомобілем»), *Car-Sharing, carSharing, Carsharing, Car Sharing, carsharing, car-sharing*. Примітним є те, що всі ці варіанти зустрічаються в текстах. Однак для всіх запозичених лексичних одиниць в результаті транспозиції характерна зміна правопису (всі іменники пишуться з великої літери, згідно з нормою німецької мови) [32, с. 698].

Що стосується асиміляції інших частин мови, наприклад, дієслів, то тут вже проявляються деякі особливості, в німецькій мові навіть складнощі, які стосуються відмінювання дієслів, наприклад, з префіксами. Оскільки в німецькій мові є дієслова з відокремлюваними префіксами, які при відмінюванні відокремлюються і ставляться в кінці речення, то з англійськими дієсловами, що мають префікси, не зовсім ясно, як повинен вести себе цей префікс. Наприклад, як будуть змінюватися англійські дієслова *back up i load down* в німецькій мові при утворенні перфекта? *Ich habe das gebackupt / backupt /, upgebackt. Ich habe das Programm gedownloadet / downgeloadet*. Яка з цих форм більше відповідає правилам німецької

граматики і краще вписується в систему мови? Лінгвісти поки не можуть однозначно відповісти на це питання. Немає ясності також і при утворенні форм минулого часу запозичених англійських дієслів, які в своїй мові мають неправильні форми, а в німецькій мові можуть мати як правильні, так і неправильні форми, допускаючи при цьому кілька варіантів: *sightseen* – *sightsehen* (*sightsaw*, *sightseete*, *sightsah*). Який варіант закріпиться в мові, поки неясно. Не виключено, що носії мови віддадуть перевагу своєму рідному, але більш громіздкому варіанту: *die Sehenswürdigkeiten besichtigen*, а не економічному, проте важко відмінюваному англомовному запозиченню.

Завдяки прагненню до об'єднанні в сучасному суспільстві виникають загальні риси, а також поступове зникнення відмінностей в культурах різних країн, що уражає і мову, яка вбирає в себе всі зміни в житті соціуму, особливо це стосується лексичних запозичень.

Сучасні філологи все частіше використовують термін *Denglish* (*deutsch* + *english*), «нова» німецька мова перетворилася в звичну буденність в Німеччині. Мова будь-якої нації віддзеркалює історію її культурних зв'язків, релігійні впливи, усі цивілізаційні трансформації, збагачується щоразу новими лексичними одиницями.

Ретроспективний погляд на становлення мови свідчить, що кожна історична доба чи соціальна трансформація відбивається спершу в мовленнєвих лексичних новоутвореннях, які згодом інтегруються в нормативну мову, яка "...становить єдину можливість або найкращий для даного конкретного випадку варіант, відібраний суспільством на певному етапі його розвитку із співвідносних фактів національної мови в процесі спілкування" [2, с. 120]. Тож, оновлення словникового складу будь-якої мови, як, зокрема, і німецької є безперервним процесом.

Зазначене говорить про те, що перекладацька діяльність також становить неперервний процес оволодіння діалектами, лексичними новоутвореннями, які збагачують не лише мовлення, а й мову. Мова та мовлення нерозривно пов'язані між собою, хоч і визнається, що історично

мовлення передувало становленню мови. “Спочатку було слово” – мовлення як звуки, які згодом відбилися в мові – знаках. В плані діахронії мови слід враховувати той факт, що нації формувалися на основі різних народностей, за різних культурних умов, за різних мовних впливів тощо.

Мовлення – досвід окремого індивіда, його саморефлексія в конкретно-історичних

реаліях суспільного буття. Мова ж – досвід етносу, нації. “Розділяючи мову і мовлення, ми тим самим відокремлюємо: соціальне від індивідуального ...” [32, с. 699]. Стосовно джерел лексичних новоутворень, то варто говорити про внутрішньомовні та зовнішньомовні чинники такі як запозичення, калькування, а також про очевидні, та приховані.

2.2. Функціональні особливості неологізмів сучасної німецької мови

Недовговічність соціальних, культурних, наукових, політичних трансформацій сьогодення дають нам нові факти, які змушують щоразу звертатися до теми природи лексичних новоутворень, їх функціонування та введення в нормативну мову, без чого говорити про фаховий переклад говорити не доводиться. Рівень оволодіння мовленнєвим вокабуляром мовця є незаперечним свідченням успадкування усіх здобутків національної культури мовця. Тож, звернімо увагу на походження та функціонально-семантичне поле сучасних неологізмів, наскільки лексичні новоутворення однієї мови мають відповідників в системі іншої мови.

Відомі різні підходи до класифікації лексичних новоутворень. Ці відмінності обумовлені, передусім, розбіжностями стосовно самого визначення поняття “неологізм” (Neuwörter - нім.). Утім кожне з відомих на сьогодні визначень в суттєвому співпадають, лише акцентують увагу на різних способах функціонування, ролі в мовленні та входження в обіг нормативної мови. Тож надалі будемо вважати, що неологізм це –

новостворений термін, індивідуально-авторські новації, слово або фраза, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками, що перебувають в мовленнєвому обігу загального вжитку однак, ще не включені до літературної, нормативної мови.

Загалом термін “неологізм” вживається як синонім “інновації”. На наш погляд, в контексті перекладацької діяльності варто говорити про весь спектр лексичних новацій, мовленнєвих відмінностей, котрі склалися та функціонують в історичному та географічному зрізах [26, с. 76].

Досліджуючи процес неологізації мовлення, цілком виправданим буде віднести до неологізмів лексико-семантичні новоутворення – слова, словосполучення, фразеологізми, сленгізми, жаргонізми, котрими насичене просторіччя певних соціальних груп, okazіоналізми тощо, які вживає мовець поза нормативною мовою незалежно від природи їх походження та часу функціонування.

Утім кожне “нове” слово має статус неологізму доти, доки не об’єднається у загальновизнану узвичаєну мову. Якщо в минулому на німецькій мові позначався вплив латини, релігії, то сьогодення словотворення позначається істотним впливом англо-американських мови, культури.

За свідченням І.Пастух, 70% запозичень німецької мови становлять англіцизми. У сучасних умовах глобалізації та комунікації англійська мова набула статусу мови міжнародного спілкування, тож закономірно, що її вплив є надзвичайно великим [33, с. 118]. Йдеться як про безпосереднє запозичення, так і про морфологічну асиміляцію. Англо-американський вплив позначився настільки, що англійські слова навіть стали витіснити з обігу німецької мови слова, запозичені із сусідського французького. Наприклад, вживається *Style* замість *Stil*, *Set* замість *Ensemble*. Але то не є свідченням переваги, скажімо, англійської мови, культури над німецькою чи будь-якою іншою. Відбувається закономірний процес збагачення лексики новими значеннями, інтеграції неологізмів у мову. “Англо-американізми,

розвиваючи лексичний фонд німецької мови, переплітаються із внутрішніми особливостями словникового складу і піддаються морфологічній асиміляції у мові, тобто іноземне слово підлаштовується під правила німецького правопису” [26, с. 77]. А саме іменникам присвоюється рід, вони пишуться з великої літери. Наприклад, *die Floppy, das Trاسب, der Soundtempel*. Буквальний переклад англо-американських виразів часто призводить до семантичного порушення значень лексичних одиниць, наприклад: *nicht wirklich* вживається замість німецького *eigentlich nicht*, або *einmal mehr* замість *noch einmal* і т.д.

Як правило, неологізми відбивають характеристики певних вікових груп, особливості їх психології та поведінки. Активним соціальним прошарком, найбільш схильним до споживання американської культури, є молодь. В молодіжному колі вживання англіцизмів навіть вважається ознакою сучасності. Дослідники вбачають в англіцизмах не лише об’єктивну необхідність, а й відтворення суб’єктивного ставлення особистості до соціокультурної дійсності [33, с. 118].

Англіцизми несуть в собі не стільки змістовне навантаження, скільки оціночне та психоемоційне. Наприклад, сленгізми: *der Schlappi, die Schickse, das Geschreihsel* в неявному вигляді відображають ставлення носія мови до предмету.

Окремим рядком варто відзначити неологізми, породжені молодіжною музичною модою, модою одягу, рекламою - свого роду відображенням епохи, словами-свідками (*les mots-temoins*) – як зразок утворень від джазового ритму *der Beat: Beatkonzert, Beat-Gruppe, Beat-Mode, Einbaumöbel Raumsparbett* і т.д. У молодіжному середовищі в обігу зустрічається прикметник *beatig* та дієприкметник *angebietet (die immer leicht angebietet)*, або ж *Glenchek, Blouson, Jeans* тощо.

Зазначене накладає на перекладача додаткові вимоги щодо знання молодіжної культури, останньої моди. Для правильної та точної передачі думки, аудитор має не тільки знайти у мові перекладу найбільш відповідні

слова, що у випадку вживання сленгізмів вкрай складно, але й надати їм оригінального оціночного та психоемоційного забарвлення, передати застосовану мовцем логічну форму. Погодьмося, що “кожне слово має своє значення, невміння вибрати потрібне слово – це те саме, що замість гостро заструганого олівця на уроці малювання користуватися цвяхом” [2, с. 36].

Функції неологізмів визначаються потребами сучасного суспільства, яке перебуває в стані неперервного розвитку разом з мовою. Вивчаючи праці різних науковців, можна узагальнити, що неологізми використовуються з метою номінації нових понять, для заміни попередніх термінів новими [11, с.11]. Ці функції зумовлюються різними чинниками:

- тенденція до мовної економії, яка в мовознавстві розглядається як одна з основних причин змін та розвитку мовної системи в цілому, а також окремих її рівнів;
- уніфікація номінативних моделей з метою систематизації нових понять і тлумачень;
- виразніше, точніше найменування предметів чи явищ, що виникають в процесі розвитку суспільства;
- експресивно-стилістичне оновлення мови з метою урізноманітнення стилістичної забарвленості мови мовця.

За твердженням М. П. Кочергана неологізми виникають декількома шляхами:

- 1) творяться з наявного у мові матеріалу властивими для даної мови словотвірними способами, інколи штучно;
- 2) часто запозичуються з інших мов [21, с. 255; 3, с. 7.].

Мовознавці виділяють три способи, за допомогою яких збагачується словниковий склад сучасної німецької мови [11, с. 12]:

1. Словотвірний. Процес, коли з вже існуючих в мові елементів будуються нові слова, наприклад: *die Gesamthochschule*.
2. Процес запозичення слів з інших мов: *der Fan*, *der Hit* (англійська мова); *die Datscha*.

3. Зміна значень вже існуючих в мові слів: *die Wende – die Vereinigung* [8, с. 75].

У сучасній лінгвістичній науці не існує на сьогодні єдиної теорії стосовно типологізації неологізмів, бо існує безліч класифікацій. Деякі з них розглянуті нижче.

Розрізняють неологізми за такими групами:

- за способом творення виокремлюють лексичні, семантичні та фразеологічні новоутворення;
- за умовами творення розрізняють загальномовні та індивідуально-авторські неологізми;
- за цілями утворення виділяють номінативні та стилістичні лексеми.

Цікавою, на наш погляд, є класифікація неологізмів у роботі Д. Ксуефу «Neologismus und Neologismenwörterbuch», де автором виділяються наступні види нових слів :

- нові запозичення і новоутворення з запозиченими складовими елементами;
- прямі запозичення - запозичення, які безпосередньо переходять із однієї мови до іншої;
- гібридні (змішані) новоутворення, це новоутворення що запозичують риси двох чи більше мов;
- уявні запозичення представлені лексемами, що запозичуються в оригінальній формі, але в мові-реципієнті набувають одного або кількох нових значень, яких вони не мали в мові-джерелі, наприклад англ. *handy* „*handlich, geschickt*” → нім. *Handy* „*Mobiltelefon*”;
- нові похідні слова – це утворені слова на основі прямих, номінативних значень вихідних слів;
- нові аббревіатури – нові скорочення або ініціалізми;
- новоутворення;
- нові значення [8, с. 77].

У цій класифікації виділяються окремі підвиди нової лексики, а саме: нові запозичення поділяються на прямі, уявні та гібридні новоутворення, що може викликати труднощі при роботі з групою цих неологізмів. На нашу думку, дана класифікація не має чіткого розмежування, де один вид може доповнювати або бути похідним іншого. Більш вдалою, вважаємо, є класична типологізація, якої ми будемо дотримуватися в кваліфікаційній роботі.

У класичній типологізації виокремлюються такі види неологізмів:

1. Власне неологізми (*Neuwort*) – зовсім нові слова, пов'язані з виникненням нових референтів (*E-Learnig*);
2. Нові значення (*Neubedeutung*) – семантичні утворення з збереженням звучання та морфологічної структури слова (*Maus* – комп'ютерна мишка);
3. Перейменування (*Neubezeichnung*) – морфологічні зміни зі збереженням змісту слова (*Agrarwirt* замість *Bauer*);
4. Новоутворення (*Neuprägung*) – нові лексеми, які утворюються за правилами словотворення певної мови від вже існуючих слів, які містять у собі нове значення (*Multi* замість *Multimillionär*) [25].

Існують і інші класифікації неологізмів, наприклад:

- нові слова (*Eineurojob, Minijob*);
- нові значення наявних слів (*Interview* – співбесіда при прийнятті на роботу, *blicken* – розуміти, *abhängen* – пасивно відпочивати разом з іншими);
- нові вислови (*Terz machen* – зчинити галас, скандал через що-небудь; *den Ball flach halten* – зберігати спокій, спокійно реагувати; *keinen Plan haben* – не мати уявлення про що-небудь);
- запозичення (*Latte macchiato* – багатошаровий гарячий кавовий напій з молока, кави еспресо та молочної пінки; *Realityshow* – розважальна телепередача, у якій показують реальні сенсаційні події) [8, с. 79].

Сучасні німецькі лінгвісти виокремлюють всього два типи неологізмів: нові лексеми та нові значення або нові семеми [11, с. 14].

Нові лексеми складаються з одного слова чи групи слів, які раніше не існували в такій єдності форми і значення в словниковому складі німецької мови. Учені виділяють дві підгрупи нових лексем:

- у край рідкісні утворення – виникають не за аналогічними способами;
- дуже розповсюджені новоутворення – здебільшого це композити і деривати що утворюються за внутрішнім способом словотворення чи запозиченням [11, с. 14].

2.2.1. Неологізми соціально-політичної та економічної сфер.

Політика – це головна сфера життя суспільства. Вона обсягає всі види суспільної діяльності. Відповідно до політичного дискурсу, використовується не лише політична лексика, а лексика інших сфер діяльності людини (економіка, право, медицина).

Найбільшою популярністю серед політиків користується суспільно-політична лексика, що обумовлено її здатністю відображати всі сфери політичного та суспільного життя, крім того суспільно-політична лексика є зрозумілою для більшості мовців політичного дискурсу. З метою впливу на людей, політичні діячі використовують багатоманітні стилістичні засоби, спеціально підібрану лексику (неологізми, терміни, розмовна, книжна, нейтральна лексика), повторення та ін. Саме політики найчастіше виявляються авторами неологізмів у сфері політики.

Соціально-політичні неологізми – це нові мовно-мовленнєві одиниці, які виникають за необхідності номінації нових явищ та понять і підкреслює відмінні ознаки як у формі, так і в змісті.

Політики не тільки сприяють утворенню неологізмів, але й їх розповсюдженню. Це зумовлено тим, що політики постійно перебувають в центрі уваги як телебачення, так і глядачів.

Такі неологізми інтенсивніше входять до системи парадигматичних і синтагматичних відношень, більше відповідають мовному правилі і,

очевидно, швидше ввійдуть до загального корпусу слів англійської мови. Спочатку вони минають певний період використання та акцептуалізації носіями мови, а потім їх реєструють у лексикографічних джерелах і таким чином вони вступають у стадію лексикалізації.

Наприклад, під час свого перебування на посаді президента Дж. Буш часто використовував термін *axis of evil* (вісь зла) для позначення режимів, які на думку США спонсорують терористів або володіють або роблять спроби розробити зброю масового ураження [22]. Такими державами, на думку Буша були Ірак, Іран, та Північну Корею. *States like these, and their terrorist allies, constitute an axis of evil, arming to threaten the peace of the world.* Термін став досить популярним, що зумовлено його тодішньою актуальністю для американського суспільства. Вперше Буш використав його незадовго після теракту 11 вересня 2001 року в Нью-Йорку. Крім того, у той час американські дипломати швидко поширювали інформації про те, що в Іраку, Ірані та Північній Кореї розробляється зброя масового знищення. Таким чином термін *axis of evil* набув широкого поширення, ввійшов до використання і був включений до словникового складу англійської мови. Неологізми також вживаються політиками для створення емоційного фону. Політик може наповнювати неологізми потрібним йому раціональним та емоційним змістом.

Слід також зазначити, що політик, який вдало вживає і створює неологізми, вважається творчою, обізнаною особистістю. Це сприяє конструюванню позитивної репутації політичного діяча і посиленню його впливу на маси. Саме політичні діячі досить часто є винахідниками суспільно-політичних неологізмів.

Крім того, вони відіграють значну роль у їх поширенні, що зумовлено значною увагою, яку ЗМІ та люди приділяють політичному дискурсу. Перебуваючи постійно в епіцентрі суспільної уваги політики свідомо чи несвідомо здатні перетворити власні помилки на лексичні новотвори, які матимуть шанс на подальше життя у мові та функціонування у мовленні,

адже такі неологізми використовуються для: створення потрібного емоційно-експресивного фону, підвищення авторитету політика в суспільстві або приховання небажаних та незручних понять [22, с. 27].

2.2.2. Неологізми інтернет-сфери.

Комп'ютерний неологізм – це лінгвістичний термін, який стосується будь-якого нового слова чи сполучення, які з'явилися у лексичному складі мови на певному етапі її розвитку, для позначення нового поняття у галузі інформаційно-комунікаційних технологій і новизна якого усвідомлюється мовцями [4, с. 215].

Комп'ютерна комунікація – це дія, метою якого є обмін інформацією та спілкування між людьми за допомогою комп'ютера. Їй властиво мати такі

характеристики:

- опосередкованість (спілкування за допомогою комп'ютера);
- масовість (величезні аудиторії);
- взаємна спрямованість (наявність зворотного зв'язку);
- соціальність (відображаються інтереси певних соціальних груп) [36, с. 155].

Інтернет-неологізми посідають важливе місце серед інших новоутворень мови. У процесі віртуального спілкування формується унікальний лексичний прошарок, який синтезує в собі професіоналізми, вульгаризми, або сленг [5, с. 214].

Найбільша кількість новоутворень зафіксована у сфері «соціальна мережа» (13%). Це підтверджує тезу про стрімкий розвиток суспільства в згаданій царині суспільного життя. Окрім того, як показують останні світові події, зумовлені різними природними катаклізмами та пандемією, зазначена семантична сфера буде й надалі активно розвиватися. Це пов'язано також і з новітніми винаходами, що поліпшують роботу різноманітних засобів

комунікації, наприклад *der In-DisplayFingerabdrucksensor, die Podcatcher-App, der Secure-Element-Chip* тощо [8, с. 82].

Джерелом поповнення комп'ютерної термінології української та німецької мов виступає англійська мова, оскільки найбільшими фірмами-виробниками обчислювальної техніки та програмного забезпечення є Microsoft, IBM, Apple, Macintosh.

Англійську мову вважають новою універсальною мовою в сучасній Європі і світі, тобто «*lingua franca*». Зауважимо, що у сучасному термінознавстві немає єдиного підходу до тлумачення поняття «англіцизм». Існує багато визначень в обох мовах.

Лінгвіст Г. Ціндлер дає таке визначення терміну англіцизм: „Англіцизм – слово запозичене з британської або американської англійської мови в німецьку або не зовсім загальноприйнята мовна конструкція, будь який вид зміни значення німецького слова або вживання ... на британський або американський зразок” [23, с. 46].

Оскільки англійська, німецька і українська мови належать до індоєвропейських, то вони частково споріднені у структурі мають багато спільного. Усі лексико-граматичні класи слів: іменник, прикметник, числівник, займенник, дієслово, тощо складають у кожній з трьох мов основу її морфології. Іменник у німецькій та українській мовах має рід, число, відмінок. Отже, беручи до уваги простежуємо, що в англійській мові він не має роду. Тому у процесі запозичення у порівнюваних мовах змінюється категорія роду іменників.

Відмінною рисою між аналізованими мовами є те що в українській мові відсутні артиклі. Англійські запозичення проникаючи в німецьку мову адаптуються повністю або частково до морфологічної і фонетичної систем. Важливим аспектом є те, що англійські комп'ютерні терміни потрапляючи в німецьку мову майже не асимілюються фонетично.

Німецькі іменники вживаються з артиклем, тому англійські запозичення також отримують артикль: *der Driver, das Javascript, die Deadline, der Lamer, die Mail*.

Деякі дослідники вважають, що понад 50% англіцизмів у німецькій мові є чоловічого роду, друге місце займають іменники середнього роду і решта – жіночого [3, с. 15]. Тоді, як на думку В. Шлік рід англіцизмів залежить від досліджуваного корпусу [36, с. 154]. Більшість запозичених англійських іменників чоловічого роду закінчуються на -er, -or, -down, -out, -ik, -ist, -ster: *der Newsletter, der Anwender, der Controller, der Sponsor*. Комп'ютерні терміни з суфіксами -ing, -ment позначають середній рід.

Необхідно відзначити, що в комп'ютерній термінології частіше зустрічається терміни з суфіксам -ing: *das Editing, das Archiving, das Browsing, das Implement*.

До іменників жіночого роду належать іменники, які мають суфікси -ion, -heit, -keit, -ity: *die Aktiviation, die Emulation, die Edition*.

За нашими спостереженнями в комп'ютерній термінології німецької мови переважають англіцизми чоловічого та середнього родів.

Аналогічно множина субстантивованих англійських запозичень утворюється за допомогою -s: *das Bit – die Bits, der Chat – die Chats, das Cookie – die Cookies*.

Рідше англійські запозичення можуть отримувати в множині -n, -en, -e або нульове закінчення: *der Smiley – die Smileyen, der Demodulator – die Demodulatoren, der Scanner – die Scanner*.

Іноді англійські комп'ютерні терміни в німецькій мові можуть мати подвійний рід: *der, das – Spam, der, das – Smiley*.

Запозичені англійські прикметники також підпорядковуються системі відміни прикметників німецької мови і утворюють ступені порівняння: *die digitale Welt, eine kursive Schrift, den relationalen Datenbanken, virtuelle Bank*.

Запозичені англійські іменники відмінюються за правилами німецької граматики: „*Auf digitalem Wege haben bis zu 30 Kanäle Platz auf einer Frequenz*” [3, с. 15].

Усі дієслова запозичені з англійської мови отримують в інфінітиві флексію -en, -ern, -eln, -ieren: *scannen, bloggen, surfen, checken, googeln, downloaden, scrollen* та належать до слабкої дієвідміни: *mailen–mailte–hat gemailt; chatten–chattete– geschattet*.

Англіцизми утворюють дієприкметники: *gestoppt, gecheckt*. Запозичені англійські дієслова при відмінюванні отримують особові закінчення: „*Wir kommen hier leicht mit unseren Professoren ins Gespräch. Wenn wir Probleme haben, können wir ihnen jederzeit mailen und bekommen eine Antwort*” [3, с. 15].

Англіцизми, входячи в українську мову підпорядковуються її графічній, звуковій та граматичній системам. Найбільшою проблемою в українській мові є впорядкування правопису іншомовних слів. Серед дослідників немає єдиного принципу відтворення іншомовних слів – фонетичного чи фонетично-графічного. Англійська мова має складну орфографію і тому немає єдиного підходу передачі англійських літер українською. Велика кількість іншомовних слів в процесі запозичення набувають українського графічного оформлення: *to scan* – сканувати, *megapixel* – мегапіксель, *kilobyte* – кілобайт, *decoder* – декодер. Іноді графічне освоєння англійських слів відбувається не відразу. Протягом певного часу слова можуть вживатися в іншомовному оформленні: *MSIL (Microsoft Intermediate Language), AGP, компанія AMD, API*.

2.2.3. Німецькі COVID-неологізми.

Під дією формування глобального інформаційного простору, розвитку технологій, міжнародних культурних та економічних контактів, взаємини та відкриття у галузі медицини тощо, відбувається збільшення словникового складу сучасних мов. Пандемія коронавірусу позначилася на всіх сферах

людської діяльності (політичній, економічній, соціальній та ін.), що вплинуло на розширення словникового складу німецької мови.

У період пандемії коронавірусу відбувається процес збагачення лексичного складу німецької мови за рахунок лексичних одиниць тематики Covid-19. Товариство німецької мови (*GfdS*) назвало термін «*Corona-Pandemie*» («коронавірусна пандемія») словом року у 2020 році.

На другому місці в рейтингу «слів року» опинився термін «*Lockdown*» («локдаун») [43].

Як свідчить аналіз публікацій, науковці досліджують лінгвістичні фактори появи неологізмів у сучасній німецькій мові (Устінова В.О.) [36], їх функціонування (А.Р. Шелепко) [38], типологію неологізмів німецької мови (Н.М. Гордієнко) [6], способи їх утворення (А.О. Патрікеєва) [27], тематико-понятійні сфери вживання неологізмів (С.В. Торгачова) [35], особливості перекладу неологізмів (Ю.Г. Стежко, Н.Ф. Клименко) [33, 17] та ін. При цьому, більшість досліджень із проблематики неологізмів, присвячена запозиченням англо-американського походження (Г.Л. Лисенко) [23], Н.А. Джава [10], В.А. Котвицька [20], О.В. Слаба [31] та ін.

Дослідження процесів розширення словникового складу німецької мови часів коронакризи є предметом уваги як українських, так і зарубіжних науковців, Ф.де Соссюра, [32], В.фон Гумбольдта, [7] О.Потебні, [28] А. Шлейхера [39].

Інститут німецької мови імені Лейбніца (м. Мангайм) що займається вивченням сучасного стану та розвитку німецької мови, склав онлайн-словник неологізмів періоду пандемії коронавірусу COVID-19, який налічує понад 1 500 лексичних одиниць та містить контекстуальні ілюстрації, що дозволяє проаналізувати функціонування неологізмів у сучасній німецькій мові.

Поняття «неологізм» набуває в сучасних умовах широкого змісту, оскільки, крім новизни у літературній мові, є велика кількість одиниць, які перебувають на «периферії» її системи (терміни, професіоналізми, сленгізми,

жаргонізми тощо). Перетворення подібних одиниць на одиниці загальної мови робить їх інноваціями як із позиції розвитку словникового складу, так і у зв'язку з їх сприйняттям як неологізмів більшістю носіїв, оскільки вони були відомі лише незначній частині.

Кількість нововведень на лексичному рівні не піддається точним підрахункам, оскільки неологізми виникають не в мові загалом як у системі реально дійсних, соціально закріплених знаків, а в реалізації цієї системи, тобто в мовленні конкретних носіїв. Далеко не всі вони закріплюються в мові, а ті одиниці, що передають поняття, пов'язані з важливими проблемами сучасних часів. Дослідження нових варіацій німецької мови свідчить про те, що дуже часто їх інтеграція в лексико-семантичну систему залежить від безпосереднього зв'язку з актуальними суспільними діями [36, с. 155].

Розширення лексичного складу німецької мови відбувається як за рахунок утворення нових значень уже відомих слів, так і шляхом запозичень з інших мов. Крім того, серед основних способів збагачення лексичного складу німецької мови у час коронакризи виокремлюють перехід фахової спеціалізованої лексики з галузі епідеміології та медицини до загальноновживаної [29, с. 290].

Як відомо, основними лінгвістичними причинами запозичень є заповнення термінологічних дефектів, нейтралізація полісемії, необхідність використання евфемізмів, експресивних синонімів тощо. Причини появи неологізмів корелюють із функціями, які вони виконують у мові-реципієнті. У межах дослідження ми скористались класифікацією функцій запозичених слів, запропонованою З.В. Бандурко (номінативна, експресивна, оцінна, урізноманітнення висловлювання, термінологічна, «економії мови») [1, с. 577]. Проте номінативно-дефінітивна функція, притаманна термінологічним одиницям, на наш погляд, дає підстави не виокремлювати термінологічну функцію та розглядати неологізми з точки зору їх номінативної функції в німецькій мові.

Проаналізувавши матеріали німецького інтернет-видання «Tagesschau» на тему пандемії коронавірусу за період із 17.07.20 до 07.07.21, матеріали інтернет-сторінки Інституту німецької мови імені Лейбніца (м. Мангайм) [48], а також онлайн-словник неологізмів періоду пандемії коронавірусу COVID-19, спостерігаємо розширення словникового складу німецької мови за рахунок термінологічних одиниць, які виконують визначальну та називну функції, при цьому найбільшу кількість лексичних одиниць (понад 300) становлять композити з компонентом “*Corona*”, наприклад: *Coronainfektion* – коронавірусна інфекція, *Coronainfizierung* – інфікування коронавірусом, *Coronamutation* – мутація коронавірусу, *Coronaschnelltest* – швидкий тест на коронавірус, *Coronainfektionsgeschehen* – випадок інфікування коронавірусом, *Coronainfizierte* – інфікований коронавірусом, *Coronascreening* – тестування на коронавірус, *Coronastatus*, *Coronasterblichkeit*, *Coronavakzine*, *Coronawelle*, *CoronaAusbruch*, *Corona-Impfung*, *Corona-Pandemie*, *Coronastress*, *Coronatest*, *Coronatestung*, *Coronatoter*, та ін.

Якщо звернути увагу на функції слів «*Corona*», «*Virus*» і «*Pandemie*», то можна окреслити два напрямки їх розвитку: термінологічний (порівн.: *Virus* (лат. *virus* – отрута) – медичний термін, *Pandemie* – медичний термін) і функціональний (порівн.: *Corona* (лат. *corona* – вінець) – розмовний стиль) [48].

Слід зазначити, що в період пандемії коронавірусу функціонування термінів визначається сферою та особливостями їх використання. Пандемія COVID-19 сприяла використанню медичних термінів, тема медицини вийшла на передні рядки всіх засобів масової інформації. Широкий ужиток медичних термінів у масмедіа впливає на їх пропагандою та перехід до системи загальноживаної літературної мови. Адже не лише фахівцям сьогодні знайомі такі поняття з галузі епідеміології, як *Reproduktionszahl (R-Wert)* – індекс репродукції, коефіцієнт відтворення вірусу; *PCR-Test* – ПЛР-тест; *Herdenimmunität* – колективний імунітет, *Inkubationszeit* – інкубаційний

період, *Restimmunität* – залишковий імунітет, *Immungedächtnis* – імунна пам'ять та ін. [29, с. 293].

Отже, збільшення словникового складу сучасної німецької мови у період пандемії коронавірусу відбувається за рахунок професійних медичних термінів та термінів галузі епідеміології, які переходять у повсякденне використання, оскільки пандемія коронавірусу зачепила всі сфери людської діяльності.

У процесі формування нових слів і понять, що увійшли до складу сучасної німецької мови, важливу роль відіграють англіцизми коронавірусної тематики (*Corona-Anglizismen*). Ми знаходимо такі похідні з англійської, як: «*tracken, tracen*» (відслідковувати); типові для англійської мови двокомпонентні сполучення «*fist bump*» (удар кулаком), що має німецький відповідник «*Faust-an-FaustGruß*» (привітання кулаками); «*foot shake*» (привітання ступнями).

Крім того, зустрічаються трикомпонентні композити, як-от фразові композити, як *Stay-Home-Sticker* (наклейка «залишайся вдома»), *After-Corona-Body* (тіло людини, яка є неспортивною після пандемії COVID-19 (через відсутність фізичних вправ, нудьги, стресу тощо під час пандемії), *Corona-Fake-Shop* (магазин фальшивих товарів, призначених для боротьби з коронавірусом); контамінація та гра слів, наприклад: «*Holistay*» (похідне від «*holiday*», означає «*Stay at Home Holiday*» – відпустка, яку проводять вдома), «*Mask-have*» (похідне від «*Must-have*»).

Англіцизми виникають тоді, коли має місце мовно-творча діяльність, як-от „*Jo-Jo-Lockdown*“ (закриття на певний період громадських об'єктів під час пандемії коронавірусу). Запозичення з англійської мови у Глосарії пандемії коронавірусу наведені прагматичними потребами німецької мови найточніше відобразити ті зміни, до яких призвела пандемія в повсякденному житті [18, с. 63]. Отже, номінативна функція англійських запозичень полягає у реалізації прагматичних потреб німецької мови. Крім номінативної, неологізми періоду коронакризи виконують експресивну, виразну функцію.

В умовах соціального напруження, що стала наслідком пандемії коронавірусу, активізувалася мовотворчість. Так, прослідковується креативний підхід як щодо плану вираження, так і плану змісту словесних знаків, актуальних для сьогодення, адже мовна гра – один зі способів адаптації до психологічно складного періоду життя суспільства. Стресові ситуації провокують, зумовлюють креативність носіїв мови, внаслідок чого розкривається потенціал мови в породженні нових слів, вивільняються її глибинні сили. Окремі нові слова спочатку виникли в медіапросторі як меми, жарти, інші неологізми забезпечували відображення або ситуації, що склалася внаслідок пандемії і локдауну, або емоційного стану людей чи ставлення до ситуації, тобто через них ілюстрували, називали, оцінювали реалії під час пандемії [37, с. 106]. Виходом із ситуації психологічного напруження в суспільстві є іронічне ставлення носіїв мови до подій та явищ, що викликають занепокоєння, внаслідок чого виникає численна група експресивних неологізмів.

Виразні неологізми коронавірусної тематики характеризуються дослідниками як емоційні та образні, серед яких трапляються оцінні: “*Klopapierhysterie*” (істерія туалетного паперу) або “*Nacktnase*” (голий ніс); неологізми, що виражають позитивну оцінку, як-от “*Alltagsheld*” (герой повсякденності) або “*Knuffelkontakt*” (особа, з якою контактують під час локдауну), “*Maskentrottel*” (ідіот у масці). Але трапляються й кумедні терміни, як-от “*Nasenpimmel*” (назва носа, який видно над неправильно одягненою захисною маскою) [48].

Таким чином, експресивні неологізми, крім номінативної функції, яку вони виконують, надають висловлюванню додаткових відтінків значення, виразності, емоційної експресивності, а також сприяють мовній економії завдяки смислового та емоційному навантаженню.

Поряд із розповсюдженими утвореннями з компонентом *Welle* – хвиля (*Coronawelle, Pandemiewelle zweite Welle* та ін.) в німецькій мові є не тільки інші абстрактні образні вирази на позначення стану, а й конкретні образні

вирази на позначення осіб, у яких часто прослідковується власне ставлення, виражається настрій або передається емоційний стан за допомогою лінгвістичних засобів (*Coronatsunami, Virus-Wolke, Wellenbrecher, Glutnest, Hygienie-ritter, MaskenFlickenteppich, Quarantäneblase, Seuchensheriff, Antikoronaschutzwall, Virenfront* та ін.) [51].

Отже, неологізми тематики коронакризи часто містять образний компонент задля вербального вираження додаткових сенсів, почуттів та емоційного стану під час пандемії Covid-19.

Висновки до другого розділу

Розгадкою до логіко-філософського аналізу мови й мовлення, їх природи та співвідношення має стати бачення лексичних новоутворень в системі мова - мовлення як збудника відхилень - випадкового втручання в становлення закономірностей та розвитку мови.

Неологізми становлять ті випадковості, які обумовлюють збагачення мови – відмирання старого та народження нових лексичних одиниць нормативної мови. У розрізі синхронії це свідчить про те, що лінгвістика стикається як із окремими проявами випадковості - застосування слів в просторіччі, так і із закономірностями їх входження в літературний вжиток.

Розширення словникового складу сучасної німецької мови у період пандемії коронавірусу відбувається за рахунок переходу термінологічної лексики медичної та епідеміологічної тематики до лексики широкого вжитку.

Значну роль у поповненні термінологічного словника німецької мови відіграють запозичення з англійської мови.

Уважаємо що, на сучасному етапі необхідно звернути увагу на створення нового шару термінів-інтернаціоналізмів англійського походження.

Аналізуючи, що під час запозичення англійських термінів у німецькій і українській мовах спостерігаємо багато спільного, а саме:

- англіцизми інтегруються в українську і німецьку фонетичні системи;
- у процесі запозичення з англійської мови іменники в порівнюваних мовах відмінюються і змінюють категорію роду іменників;
- запозичені дієслова в українській і німецькій мовах утворюються за допомогою суфіксів і префіксів, які відмінюються;
- англійські запозичені прикметники в порівнюваних мовах змінюються за родами, числами і відмінками.

Форма прикметника визначається тим іменником, від якого він залежить у словосполученні чи реченні.

Отримало подальший розвиток питання функціонування неологізмів у сучасній німецькій мові.

Дослідження мовного розвитку у період коронакризи дозволяє простежити зміни у житті, світобаченні німецькомовної спільноти у цей час. Велика кількість утворених під час пандемії коронавірусу лексем свідчить про нерозривний зв'язок мови і суспільства. І чим вагоміші зміни відбуваються у світі, тим більше дискусій і обговорень вони викликають і потребують нових засобів для вираження як самих явищ, так і ставлення до них.

Словниковий склад німецької мови виявився чутливим до змін, які виникли у різних сферах життя людей під час пандемії, як то медицина, економіка, комунікація, відносини у спільноті тощо.

Поповнення лексико-семантичної системи відбулося за допомогою різних типів морфологічного словотворення: словоскладання, афіксації, скорочення і контамінації; на основі семантичних змін, внаслідок яких деякі слова набули нових значень або почали використовуватися переважно у своєму термінологічному значенні; та запозичень переважно з англійської мови.

ВИСНОВКИ

Провівши теоретичне та практичне дослідження, ми можемо зробити висновки.

Німецька мова, завдяки своєму статусу, як і раніше, надзвичайно чутливо реагує як на зміни у соціумі, так і на трансформації у навколишній дійсності, що пов'язані насамперед з науковим та технічним прогресами, забезпечуючи всі види інформаційно-комунікативних контактів та відображаючи динаміку людської думки. Будучи одночасно динамічною та статичною за своєю природою, німецька мова є зосередженням протилежних тенденцій, різноспрямована дія яких ускладнюється ще й тим, що у німецькій мові потужні імпульси внутрішніх законів багаторазово не співпадають з тими впливами, яким мова піддається ззовні.

Було проаналізовано, що для німецької мови сучасний етап характеризується ще одним видом протиріч: з одного боку, як і суспільство, що розмовляє цією мовою, вона прагне зберегти свою етнічну своєрідність, а з другого – мова все більше стає частиною єдиного комунікативного та культурного простору, у межах якого здійснюється наразі взаємодія та взаємозв'язок зі світом.

Найбільш сильні зміни відбуваються саме останніми роками – з розвитком процесу глобалізації та посиленням запозиченням слів з інших мов, зокрема англійської. Доведено, що поняття «неологізм» – це науково-лінгвістична проблема. Новостворені слова, нові значення займають не те ж саме місце в лексиконі, що і вже існуючі, оскільки не всі слова набувають загального вжитку. Деякі залишаються лише словами на певні випадки. Дослідження інновацій німецької мови свідчить, що дуже часто їх інтеграція в лексико-семантичну систему залежить від безпосереднього зв'язку з актуальними суспільними діями, зумовлюється висуванням на перший план певних соціальних груп, особливо тих, у яких саме й народжуються нові слова та словосполучення.

Проведене нами дослідження показало, що завдяки постійному утворенню нових лексем словниковий склад німецької мови поповнюється великою кількістю неологізмів.

Нові лексеми позначають реалії, події, явища у різних сферах життя людини (житло, соціальні медіа, їжа, навколишнє середовище та ін.), утворюючись шляхом словотвору, запозичення тощо.

Було виявлено, що 10% неологізмів є псевдоангліцизмами. Найбільша кількість неологізмів (93%) є власне неологізмами, а незначна кількість одиниць (7%) є новими значеннями.

Новітні лексеми широко вживаються мовцями, виконуючи номінативні, синтаксичні та прагматичні функції літератури. Досліджено функціонування активної лексики німецької мови в масмедіа, сфері політики та інтернет. Таким чином, сучасний німецький медіадискурс постійно поповнюється лексичними інноваціями, насамперед німецькими неологізмами-композиціями, які є домінуючими серед інших новоутворень. Продуктивним є також деривативний спосіб утворення неологізмів. Набувають поширення змішані композиції-неологізми, а також неуподібнені англійські запозичення, що виконують у дискурсі прагматичну функцію. Низка неологізмів зазнає семантичних перетворень і виконує роль образних стилістем.

Було визначено основні тенденції та закономірності розвитку неологізмів німецької мови періоду коронавірусу. Мова як соціальне явище дуже швидко реагує на зміни, пов'язані з громадським життям. Коронавірусна пандемія стала великою загрозою для здоров'я населення. Тільки в березні 2020 року, проте за станом на 31.08.2020 словник неологізмів тематичної групи «Пандемія коронавірусу» офіційного сайту Інституту німецької мови (м. Мангейм), налічує вже 474 лексеми, пов'язані з різними особливостями суспільства і коронавірусу.

Матеріалом нашого дослідження послужили лексичні одиниці зі словника Інституту німецької мови в м Мангейм «Neologismen – Neuer

Wortschatz rund um die Coronapandemie», який збирає і документує неологізми, пов'язані з коронавірусною пандемією. Детальний аналіз словосполучень утворених у період коронакризи, показав, що найбільш чисельною групою є словосполучення типу іменник + прикметник.

Неологізми з компонентом «Covid», «Corona», а також неологізми одним з компонентів яких є аббревіатура чи запозичення є популярними та широко розповсюджуваними групами лексичного складу сучасної німецької мови. При аналізі нашого словника ми виявили, що доцільним прийомом перекладу є прийом калькування без збереження структури вихідного терміна. Що стосується перекладу безеквівалентних термінів-комполітів то найбільш продуктивним є описовий переклад.

Здійснений нами аналіз нової лексики зі сфери комп'ютерних технологій показав, що зазначена терміносистема є однією з найбільш активних з огляду на кількість нових одиниць, що поповнюють словниковий склад англійської та німецької мов, та разом з тим можна виокремити своєрідні риси, характерні особливості, а саме:

1. переважання складних одиниць;
2. активність префіксальної словотворчої моделі, зокрема особливо актуалізується префікс *cyber-*;
3. належність значної частини розглянутих лексичних новотворів до тематичної групи «Інтернет та інтернет-комунікація».

Нами були проаналізовані результати, отримані на основі аналізу двох порівнюваних мовах, то можемо спостерігати, що для творення неологізмів німецької мови, що містяться в авторській картотеці, було виявлено менше розмаїття способів словотворення, ніж для інновацій англійської мови. Так, досліджені лексичні неологізми англійської мови були створені шляхом словоскладання (40 %), префіксації (6,5 %), суфіксації (9,7 %), телескопії (11,3 %), усічення (8 %), конверсії (4,8 %), семантичного утворення / метафоризації (4 %). У картотеці, що містить приклади з німецькомовного матеріалу, способи словотворення щодо виокремлених одиниць

арактеризуються так: словоскладання (33 %), метафоризація (32,1 %), уфіксація (22 %), префіксація (11 %), телескопія (1,8 %).

Розвиток комп'ютерних технологій передбачає появу нових мовних найменувань, а, оскільки цей процес невинний, матеріал для дослідження безперервно збільшується. Саме тому, вважаємо дослідження перспективним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бандурко З. Особливості функціонування запозичених слів у складі сучасної німецької мови: наукові записки. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. С. 576-579.
2. Барановська Л. До теоретичних засад формування культури мовлення: академічні студії. Луцьк: Комунальний заклад вищої освіти «Луцький педагогічний коледж» Волинської обласної ради, 2022. № 2. С. 33-37.
3. Барнич І. Англійські запозичення в комп'ютерній термінології німецької та української мов. Львів: Львівський філологічний часопис, 2022. С. 13-18.
4. Богачик М. Особливості перекладу комп'ютерних скорочень в англійських текстах. Острог: наукові записки. Національного університету «Острозька академія», 2014. №49. С. 8-11.
5. Бондар М. Англіцизми в сучасній українській мові. Харків: вісник. ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2005. №659. С. 213-215.
6. Гордієнко Н. Особливості виникнення лексичних інновацій. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» . 2017. № 3(2). С. 45-46.
7. Гумбольдт В. фон. Вибрані роботи за мовознавством. «Прогрес», 1984. 397 с.
8. Данілюк Е., Кійко Ю. Неологізми в німецькій мові ХХІ ст.: тематичний аспект: вчені записки. ТНУ імені В. І. Вернадського, 2022. №2. С. 80-85.
9. Демченко Н. Шляхи утворення неологізмів в англійській мові: збірник наукових праць. Херсон: 2002. С. 123-130.
10. Джава Н. Вплив англійських запозичень на словниковий склад німецької мови. Держава та регіони: Гуманітарні науки: нак.-виробн. журнал 2012. С. 31-36.
11. Дорошенко А. Утворення неологізмів сучасної німецької мови під впливом світової пандемії коронавірусу та їх переклад. Ніжин, 2021. 143 с.
12. Драченко С. Специфіка перекладу неологізмів у мові засобів масової інформації (на матеріалі англійської та німецької мов). Дніпро, 2018. URL:

- <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/151563?show=full> (дата звернення: 12.10.2022).
13. Єрмоленко М. Неологізми в сфері «військова справа». URL: <https://studall.org/all2-165488.html> (дата звернення 1.10.2022).
14. Карабан В. Порівняльно-типологічне дослідження мовлення українською та англійською мовами: деякі особливості формування пропозицій: Харків нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. 2000. № 471. С. 108-118.
15. Кирпиченко О. Інновації у словниковому складі німецької мови. Держава та регіони. Серія «Гуманітарні науки». 2016. № 1–2. С. 26–30.
16. Кірієнко А. Структурно-семантичні особливості неологізмів-запозичень у медіа сфері сучасної німецької мови. Кривий Ріг, 2020.
17. Клименко Н. Вибрані праці. Київ, 2014 URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Klymenko_Nina/Vybrani_pratsi_zbirnyk.pdf?PHPSESSID=960tgqne99h84mfnfhqegbdok6 (дата звернення: 1.10.2022).
18. Кобзар О. Особливості запозичень з англійської в німецькомовному глосарії часу пандемії КОВИД-19. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Луганськ, 2020. №4 С. 59–66.
19. Колбешкін П. Специфіка неологізмів сучасної німецькомовної періодики (перекладацький аспект). Київ, 2020. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34732/1/Kolbeshkin_bakalavr.pdf (дата звернення: 05.10.2022).
20. Котвицька В. Англiцизми в сучасній німецькій мові: розширення та звуження значень. матеріали IV Міжнародної науково-методичної конференції (Київ, Березень 27, 2013). Київ, 2013. С. 133-134.
21. Кочерган М. Вступ до мовознавства. – К.: “Академія”, 2002. – 368с.
22. Курило Т. Неологізми суспільно-політичної сфери (на матеріалі політичних промов Дж. Буша). Перекладацькі інновації: матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (м. Суми, 12-13 березня 2015 р.). Суми, 2015. С. 20-22.

23. Лисенко Г. Специфіка неологізмів сучасної німецькомовної періодики (перекладацький аспект). Київ, 2020. С. 4-70.
24. Мостовий М. Лексикологія англійської мови: підручник. Харків: «Основа», 1993. 256 с.
25. Неня Я. Лексичні новотвори німецької мови як соціологічний показник суспільного життя. Старобільськ, 2021. 111 с. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8765> (дата звернення: 10.10.2022).
26. Пастух І. Німецький сленг: інтегративні особливості неологізмів сьогодення: наукові записки. Тернопіль: «Мандрівець» №4. 2010. С.76-79.
27. Патрикєєва А. Англломовні запозичення у сучасній німецькій мові. наукові записки: Київ, 2008. С. 217-225.
28. Потебня О. Про зв'язок деяких уявлень у мові. 1864.
29. Рись Л., Пасик Л. Неологізми німецької мови у час коронакризи: науковий часопис. Кременецькі компаративні студії: 2020. С. 289–299.
30. Романова Н. Коронавірус і німецька мова: збірник наукових праць. Науковий вісник Південноукраїнського НПУ імені К.Д. Ушинського: № 32. С. 94–105.
31. Слаба О. Англоамериканізми в лексико-семантичній системі сучасної німецької мови. Автореферат. Київ, КНЛУ, 2003. 213 с.
32. Соссюр Ф. де. Праці по мовознавству. Київ: «Прогрес», 1977. 695 с.
33. Стежко Ю. Новоутворення в німецькій лексиці: природа, функціонування та особливості перекладу: наукові записки. 2012. №12 ч. 1 с. 115-120.
34. Сучасна українська літературна мова: підручник. Київ, 1997. 379 с.
35. Торгачова С. Місце неологізмів у сучасній німецькій мові. URL: https://repository.sspu.sumy.ua/bitstream/123456789/7517/1/Torghachova_Mistse_neolohizmiv.pdf (дата звернення: 18.10.2022).
36. Устінова В.О. Лінгвістичні фактори появи неологізмів у сучасній німецькій мові: науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Одеса, 2015. № 15 том 2. С. 154–156.

37. Харченко С. Новотвори періоду коронавірусної пандемії в медійному просторі України. «Міжнародний філологічний часопис». 2020, С. 104–110. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Filol/article/view/philolog2020.04.104/12892> (дата звернення: 08.10.2022).
38. Шелепко А. Німецькі лексичні інновації у сучасному публіцистичному дискурсі Німеччини та України: перекладознавчий аспект. Київ, 2019. 132 с. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/459> (дата звернення: 18.10.2022).
39. Шлейхер А. Sprachvergleichende Untersuchungen. / Zur vergleichenden Sprachgeschichte. Bonn, H. B. König. 1848.
40. Auto J. Longman Register of New Words. Longman, 1987. 384 p.
41. Bussmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. 2., völlig neu bearb. Aufl. Stuttgart: Kröner, 1990. S. 904.
42. Corona-Pandemie – aktuelle Nachrichten. Tagesschau. URL: <https://www.tagesschau.de/thema/coronapandemie/> (дата звернення: 07.10.2022)
43. Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/uk/u-frn-vyznachylisia-zi-slovom-roku-2020/a-55769020> (дата звернення 5.10.2022).
44. Duden 1. Rechtschreibung: Das umfassende Standardwerk auf der Grundlage der amtlichen Regeln. 27. Aufl. Berlin: Duden, 2017. S. 1264.
45. Elsen H. Neologismen: Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen . 2. überarb, Auflage. Tübingen: Narr, 2011. S. 350.
46. Gierz J. Das Institut für Deutsche Sprache nennt 51 neue Wörter. URL: https://www.pnp.de/nachrichten/kultur/kultur/3192749_Das-Institut-fuer-Deutsche-Sprache-nennt-51-neue-Woerter.html (дата звернення 01.09.2022).
47. Gordon E., Krilova I., A Grammar of Present-Day English. 1974. 448 p.
48. Klosa-Kückelhaus, Anette. Bilder und Metaphern im Wortschatz rund um die Coronapandemie.
49. Longman Dictionary of Contemporary English
URL: <https://www.ldoceonline.com> (дата звернення 5.10.2022).

50. Neologismenwörterbuch. URL: [http:// https://www.owid.de/service/stichwortlisten/neo_neuste](http://https://www.owid.de/service/stichwortlisten/neo_neuste) (дата звернення: 01.09.21).
51. Neuer Wortschatz rund um die Coronaepidemie. URL: <https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp#> (дата звернення: 08.10.2022).
52. Sprachforschung: Über 1.500 neue Worte durch Corona. URL: <https://www.br.de/nachrichten/kultur/durch-corona-sprachforschung-sammelt-ueber-1500-neue-worte,SaU7z9x> (дата звернення 07.10.2022).
53. Zifonun, Gisela. Anglizismen in der Coronakrise. URL: https://www.ids-mannheim.de/fileadmin/aktuell/Coronakrise/zifonun_anglizismen.pdf (дата звернення 07.10.2022).