

3. Кубрякова Е. С. К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков. – М. : Институт языкознания; Тамбов : Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина, 2007. – № 4. – С. 8-16.

4. Степанов Ю. С. Константы : Словарь русской культуры : 3-е изд / Ю. С. Степанов. – М. : Академический проект, 2004. – С. 42-67.

5. Учайкина Е. Н. Концептосфера БОГАТСТВО в англосаксонской картине мира : концептуализация и категоризация / Е. Н. Учайкина // Дис. ... кандидата филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Евгения Николаевна Учайкина. – Владивосток, 2005. – 197 с.

6. Фрумкина Р. М. Есть ли у современной лингвистики своя эпистемология? / Р. М. Фрумкина // Язык и наука конца XX века. – М., 1995 – С. 74-117.

7. Johnson M. Why cognitive linguistics requires embodied realism / M. Johnson, G. Lakoff // Cognitive Linguistics. – 2002. – Vol. 13. – №3. – P. 245-263.

**Солдатенко В. Д. Языковые средства выражения концепта «настоящая любовь» в современной американской лирике.**

*Современные лингвистические исследования направлены на изучение особенностей представления знаний в речи, анализа концептов на фоне англоязычного пространства. Статья посвящена исследованию языковых средств выражения концепта «настоящая любовь» на материале американской песенной лирики.*

**Ключевые слова:** концептуальный анализ, микрополе, макрополе, языковая картина мира, концепт.

**Soldatenko V. Language means of expression of the concept of TRUE LOVE in modern American lyrics.**

*Modern linguistic researches focus on the analysis of peculiarities of representation of knowledge in speech, the analysis of concepts against the background of English-language space. The article is devoted to research of language means of expression of the concept TRUE LOVE in American lyrics.*

**Key words:** conceptual analysis, microfield, macrofield, linguistic world – image, concept.

**С. В. Торгачова**

## **МІСЦЕ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ**

*У статті розглянуто проблему збагачення словникового складу сучасної німецької мови новими лексичними одиницями – неологізмами в таких сферах, як інформаційні технології, економіка, соціум, спорт, транспорт, робота, медицина, мода та ін. Збагачення здійснюється шляхом запозичення та словотворення. У праці особливу увагу приділено місцю англіцизмів у сучасній німецькій мові.*

**Ключові слова:** неологізм, запозичення, словотворення, англіцизм.



**Постановка проблеми.** Увага лінгвістики до вивчення неологізмів сучасної німецької мови почалася в другій чверті XX століття і зростає з кожним днем. Саме з кінця XX століття почали відбуватися радикальні зміни в політичних умовах життя носіїв мови, в економіці, в науково-технічній і в багатьох інших сферах. За цей період в німецькій мові накопичилося багато нових слів, лексика збагатилася новими значеннями, а інші слова втратили свою актуальність. Поява нових слів та необхідність їх дослідження призвели до створення особливого розділу лексикології – неології – науки, яка вивчає неологізми [3, с. 34].

**Аналіз актуальних досліджень.** Проблемі дослідження неологізмів присвячена низка робіт багатьох вчених та лінгвістів, таких як: Є. В. Гулига, Є. В. Розен, М. Д. Степанова, В. Фляйшер та ін.

Дослідження присвячене проблемі збагачення словникового складу сучасної німецької мови неологізмами в таких соціальних сферах, як економіка, наука і техніка, освіта, інформаційні технології (комп'ютер та Інтернет), транспорт, телебачення, медицина, спорт. Збагачення складу мови здійснюється шляхом запозичення, словотворення і зміни значення слова.

**Мета дослідження** полягає у визначенні та систематизації неологізмів сучасної німецької мови, що збагачують німецьку мову.

**Об'єктом даного дослідження** є неологізми сучасної німецької мови.

**Матеріалами дослідження** є німецькі журнали "Neue Welt für die Frauen" і "Lisa", соціальні мережі «Facebook» і «Twitter» та новини в мережі Internet. Також детального розгляду піддалися публікації новинного Інтернет-порталу «Deutsche Welle» за період серпень – вересень 2017 року.

**Виклад основного матеріалу.** Неологізми – це нові лексичні одиниці, що виникли в певний момент часу, які часто вживаються в ЗМІ, і, що мають семантичну самостійність, тобто незалежність від певного контексту і, як правило, володіють словотвірною активністю [1, с. 5].

Неологізми активно вживаються молоддю, що більшу частину свого вільного часу «зависає» у соцмережах. У результаті дослідження мережі Internet виявлено наступні неологізми: *usability* (зручний для використання), *altrubidding* (відданий на благодійність), *Computerwitwe* (жінки, чий чоловіки мають комп'ютерну залежність), *App-Zocke* (додаток для телефону), *Fanboy* (фанат), *Dreikantebreit* (людина зі спортивною статурою, «качок»), *Hirnfurz* (недоброзичливий хід думок), *Cerealien* (люди,



що аплодують артисту), *simsen* (відправляти СМС-повідомлення), *Wohlstandsmüll* (покидьки суспільства), *fremdschämen* (соромитися іноземців), *Scheißhaus-Parole* (пароль від особистого кабінету в Інтернеті), *Sprechkäse* (марна балаканина), *Netiquette* (правила поведінки в мережі Інтернет, мережевий етикет), *flowlich* (багатій), *Aufhübschen* (красуня), *Reiseboom* (велика подорож), *Ausreisezentrum* (посольство).

У ході дослідження було виявлено, що особливістю німецьких неологізмів є те, що вони утворюються, переважно, шляхом складання декількох слів, тим самим створюючи нову мовну одиницю. При цьому більшість з них є іменниками (72%), рідше зустрічаються прикметники (16%) і дієслова (12%). Крім того, результати дослідження вказують на те, що багато неологізмів було утворено за допомогою іноземних запозичень – 61%. Проаналізовані неологізми можна розділити на такі групи за способом утворення за наступною класифікацією неологізмів сучасної німецької мови, яку пропонує Патрікеєва А. О. [2, с. 131]:

Таблица 1.

1.	Неологізми, утворені складанням двох або кількох німецьких слів	<i>Sprechkäse, Raucher kneipe, Dreikantebreit, Hirnfurz, Wohlstandsmüll, fremdschämen, Scheißhaus-Parole, Aufhübschen, Ausreisezentrum</i>
2.	Неологізми, утворені за допомогою одного англомовного компонента	<i>Reiseboom, App-Zocke, altrubidding, Computerwitwe, Cerealien, simsens, flowlich</i>
3.	Неологізми, утворені складанням двох або кількох англійських слів	<i>usability, Image-Center, Fanboy, Netiquette,</i>

Проаналізувавши мовний матеріал, можемо класифікувати представлені неологізми за наступними тематико-понятійними сферами:

1) **«Комп'ютер»:** *die Datenautobahn* (канал даних), *der Doppelklick* (подвійний клік мишкою);

2) **«Засоби масової інформації»:** *das Bezahlfernseher* (платне телебачення), *die Dailysoap* (телесеріал по буднях), *das Multiplexkino*



(кінокомплекс з кількістю залів від 9 і вище, оснащений сучасною проекційною та звуковою технікою);

3) **«Суспільство»:** *die Erlebnisgesellschaft* (стиль життя, при якому суспільство зосереджене на розвагах), *das Mobbing* (бойкот);

4) **«Спорт»:** *das Bungeespringen* (банджі-джампінг), *walken* (ходити пішки);

5) **«Економіка»:** *E-Commerce* (продаж через Інтернет), *der Globalspieler* (підприємство, концерн); *das Outsourcing* (аутсорсинг – залучення сторонніх співвиконавців до виконання робіт на контрактній основі), *das Direktbanking* (директ-банкінг – дистанційне банківське обслуговування);

6) **«Розваги / відпочинок»:** *abhängen* (зависати, тусуватися), *Konsolenspiele* (ігри для приставок);

7) **«Робота»:** *das Assessmentcenter* (кастинг, конкурсний відбір), *die Mobilzeit* (мобільний графік роботи), *das Telelearning* (дистанційне навчання);

8) **«Мода»:** *das Basecap* (бейсболка), *die Outdoorjacke* (куртка для активного відпочинку), *piercen* (робити пірсинг);

9) **«Транспорт»:** *der Elchtest* («лосиний» тест – тестування автомобіля), *das Jobticket* (квиток для проїзду в транспорті), *die Wegfahrsperre* (імобілайзер);

10) **«Телефон / телефонний зв'язок»:** *call by call* (телефонний виклик з безоплатної телекомунікаційної мережі);

11) **«Здоров'я»:** *die Knopflochchirurgie* (мінімальна інвазивна операція), *die Wellness* (оздоровлення).

Дослідження показало також, що більшість неологізмів в німецькій мові є англіцизмами (61%), які вживаються та зустрічаються в різних сферах життєдіяльності німецького суспільства.

Так, як засоби масової інформації, а саме періодичні видання, є найрепрезентативнішими джерелами дослідження сучасної німецької мови, адже саме в них зустрічається найбільше неологізмів, ми обрали два автентичних журнали німецькою мовою "Neue Welt für die Frauen" і "Lisa", і методом суцільної вибірки склали групи англіцизмів, які займають значну частину серед неологізмів сучасної німецької мови. Проаналізувавши семантичне значення слів і словосполучень, ми поділили їх за сферою вживання на такі групи:



Таблиця 2.

<b>Forschung, Wissenschaft</b>	<i>Equipment, Know-how, Service, Standart</i>
<b>Natur und Umwelt</b>	<i>Greenpeace, Smog</i>
<b>Sport, Spiel, Freizeit</b>	<i>Baseball, Beach-Volleyball, Cross, dribbeln, Jogging, Start, Team</i>
<b>Staat, Recht, Politik</b>	<i>Check point, Holocaust, killen, Law and Order</i>
<b>Wirtschaft, Handel, Finanzen</b>	<i>Boom, Chipkarte, Discountgeschäft, Eurocard, Holding</i>
<b>Verkehrswesen, Seefahrt</b>	<i>Crash, Jeep, Truck</i>
<b>Schaugeschäft und Unterhaltung</b>	<i>Musical, Actionfilm, Cast, Personality-Show, Star</i>
<b>Jugendjargon</b>	<i>crazy, cool, O.K., Punk, Tattoo, Trouble</i>
<b>Tätigkeit</b>	<i>Babysitter, Bodyguard, jobben, managen</i>
<b>Nahrungs- und Genussmittel, Gastronomie</b>	<i>Bar, Brandy, Chips, Cream, grillen, Fast Food</i>
<b>Kultur und Bildung, Literatur und Kunst</b>	<i>Bestseller, Essay, Love-Story, Promoter</i>
<b>Informationstechnik</b>	<i>Bit, Byte, CD-Rom, USB, editieren, Hacker</i>
<b>Gesundheit, Medizin, Kosmetik</b>	<i>Aids, Conditioner, Body Lotion, Make-up, relaxen</i>
<b>Foto und Optik</b>	<i>Disc-Kamera, Flash, Shutter</i>

**Висновки.** Аналіз показав, що неологізми використовуються в німецькій мові досить широко. Часто новоутворення стають іменниками і позначають якийсь предмет або дію, пов'язане з діяльністю в мережі Інтернет. Неологізми відображають соціальні процеси, збагачують німецьку мову, але, разом з тим, надають і негативний вплив, оскільки традиційні слова і стійкі вирази використовуються все рідше. Особливо чітко це помітно в мовленні молоді та підлітків, в їхніх коментарях в соцмережах. Більш того, часто зустрічаються серед неологізмів англomовні запозичення, які вже досить міцно увійшли в німецьку мову.

Отже, можна сказати, що на даному етапі розвитку німецька мова переживає неологічний бум.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Михеева Е. И. Неологизмы современного немецкого языка : автореф. дис ... канд. филол. наук. / Е. И. Михеева. – Курск, 1998. – 41с.
2. Патрикеева А. А. Англоязычные заимствования в современном немецком языке / А. А. Патрикеева // Актуальные проблемы лингводидактики и теории языка : сб. науч. ст. аспирантов и соискателей. – Вып. 1. – Коломна : КГПИ, 2008. – С. 217.
3. Herberg D. Neologismen in der deutschen Gegenwartssprache. Probleme ihrer Erfassung und Beschreibung / D. Herberg // Sprachwissenschaft, Didaktik, Methodik, Pädagogik und Unterricht. Heidelberg, 1998.
4. Junge Magazin "Lisa". – № 46, 04.11.2015.
5. Junge Magazin "Lisa". – № 29, 16.07.2016.
6. Junge Magazin "Lisa". – № 6, 09.02.2017.
7. Junge Magazin "Lisa". – № 32, 28.08.2008.
8. Wochenschrift "Neue Welt für die Frauen". – № 44, 25.10.2017.
9. Wochenschrift "Neue Welt für die Frauen". – № 44, 25.10.2017.
10. Wochenschrift "Neue Welt für die Frauen". – № 44, 25.10.2017.

### ***Торгачёва С. В. Место неологизмов в современном немецком языке.***

*В статье рассмотрена проблема обогащения словарного состава современного немецкого языка новыми лексическими единицами – неологизмами в таких сферах, как информационные технологии, экономика, социум, спорт, транспорт, работа, медицина, мода и др. Обогащение осуществляется путем заимствования и словообразования. В работе особое внимание уделено месту англицизмов в современном немецком языке.*

**Ключевые слова:** неологизм, заимствования, словообразования, англицизм.

### ***Torhachova S. The place of neologisms in modern german language.***

*The article reveals the problem of enriching the vocabulary of modern German by new lexical items – neologisms in such spheres as information technology, economics, society, sport, transport, work, medicine, fashion, etc. Enrichment occurs by word-borrowing and derivation. Special attention is paid to the place of Anglicisms in modern German language.*

**Key words:** neologism, word-borrowing, derivation, Anglicism.

**К. С. Турчина**

## **НЕВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ В АНГЛОМОВНОМУ ДІЛОВОМУ ДИСКУРСІ**

*У статті розглянуто особливості невербальної репрезентації вищого та нижчого соціального статусу особи в англомовному діловому дискурсі. Встановлено кінесичні, просодичні та проксемічні засоби, що маркують соціальний статус в англомовному діловому дискурсі.*

**Ключові слова:** діловий дискурс, вищий та нижчий соціальний статус, невербальні засоби, проксемічні, просодичні, кінесичні засоби.