

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

Кафедра німецької філології

На правах рукопису

ЛЕВЧУК ЮЛІЯ СЕРГІЇВНА

**НЕОЛОГІЗМИ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ:
СТРУКТУРНИЙ, СЕМАНТИЧНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ**

Спеціальність: 035 Філологія

Освітньо-професійна програма: Мова і література (німецька). Переклад

Робота на здобуття освітнього ступеня «МАГІСТР»

Науковий керівник:

РИСЬ ЛАРИСА ФЕДОРІВНА,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри німецької філології

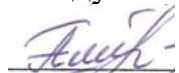
РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № **5**

засідання кафедри німецької філології

від « **20** » листопада 2025 р.

Завідувач кафедри



доц. Людмила ПАСИК

Луцьк 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ.....	6
1.1. Поняття «неологізм» і його характерні ознаки	6
1.2. Причини виникнення неологізмів	9
1.3. Типологія неологізмів.....	11
1.3.1. Новотвори як основний спосіб збагачення словникового запасу німецької мови	14
1.3.2. Запозичення як різновид неологізмів	16
1.4. Функції неологізмів	20
1.5. Лексикографічне представлення неологізмів.....	22
1.6. Методика дослідження	24
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2 СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕОЛОГІЗМІВ	29
2.1. Типологія неологізмів сучасної німецької мови	29
2.2. Морфологічні характеристики неологізмів	32
2.3. Словотвірний аналіз новотворів	36
2.3.1. Словоскладання як продуктивний спосіб творення неологізмів.....	36
2.3.2. Аббревіація, або скорочення слів	39
2.3.3. Афіксація.....	40
2.3.4 Інші способи словотворення неологізмів	41
2.4. Характерні особливості неологічних запозичень.....	41
2.4.1. Іншомовний вплив на мову через запозичення	46
2.5. Семантичний аналіз неологізмів.....	50
Висновки до розділу 2.....	57
РОЗДІЛ 3 ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ ВІДТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ.....	59
3.1. Особливості перекладу неологізмів	59
3.2. Прийоми перекладу неологізмів німецької мови	61
3.2.1. Транслітерація, транскрипція та метод включення	62
3.2.2. Калькування, модуляція та пояснення	64
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

ВСТУП

Магістерська робота присвячена дослідженню неологізмів сучасної німецької мови. Мова – це динамічна система, яка постійно змінюється під впливом зовнішніх, а також внутрішніх факторів. Часто зовнішніми чинниками стають певні зміни в суспільстві, зміни цінностей та поглядів на життя, а також вплив інших культур. Останнє можна прослідкувати через неологізми-запозичення, які приходять у мову різними способами, адаптуються до неї та відіграють важливу роль в її розвитку. Мовні запозичення стають дзеркалом іншомовного впливу, відображають сучасні тенденції та розвиток. Мова адаптується до дискурсу свого часу та актуальних подій. Проаналізувати гнучкість мови можна через дослідження нових лексем та нових значень, які з'явилися в останні роки. Серед неологізмів з'являються не тільки слова, утворені словотвірними засобами німецької мови, але й запозичені чи утворені із використанням іншомовних словотворчих формантів. Адже ми живемо в епоху глобалізації, і мова просто не може не піддаватись впливу глобалізаційних процесів. Неологізми постійно з'являються в мові через зміни в суспільстві, виникнення нових предметів, явищ, прогрес та вплив інших культур та країн.

Актуальність магістерської роботи полягає у постійному інтересі наукового загалу до питань розвитку мови. Дослідження неологізмів у німецькій мові дозволяє відстежити зміни у словниковому складі мови, проаналізувати їхні основні характеристики та простежити, як мова адаптується до нових реалій. Актуальним є також питання перекладу неологізмів для забезпечення міжкультурної комунікації.

Мета магістерської роботи – аналіз неологізмів сучасної німецької мови, виявлення їхніх семантичних характеристик і структурних особливостей, визначення основних тенденцій їхнього творення, функціонування та аналіз способів перекладу неологізмів.

Завдання магістерської роботи:

1. Розглянути поняття неологізму, його основні властивості та різновиди.
2. Проаналізувати структурні та словотвірні характеристики неологізмів.
3. Визначити роль та місце неологізмів-запозичень у сучасній німецькій мові, класифікувати їх за джерелом походження.
4. Проаналізувати семантичні характеристики неологізмів.
5. Визначити основні прийоми перекладу неологізмів залежно від їхнього походження та структурно-семантичних характеристик.

Методика дослідження. Під час написання наукової роботи було використано методи аналізу та синтезу для встановлення теоретичних основ дослідження, описовий метод – для переліку основних характеристик неологізмів-запозичень. Для збору неологізмів використовувався метод вибірки, для кількісної обробки даних та їхнього опису й інтерпретації – кількісний та якісний аналізи. За допомогою словотвірного аналізу було встановлено тип утворення нових слів.

Об’єктом дослідження є неологізми сучасної німецької мови.

Матеріалом дослідження слугували 439 неологізмів останнього десятиліття, зафіксованих у словниках OWID та Duden.

Предметом дослідження є структурні, семантичні та перекладацькі особливості неологізмів німецької мови.

Наукова новизна полягає в аналізі неологізмів сучасної німецької мови з урахуванням структурного, семантичного та перекладацького аспектів.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що дослідження дало змогу провести аналіз неологізмів сучасної німецької мови, встановити загальні тенденції в утворенні неологізмів та сфери, які найчастіше зазнають впливу, а також проаналізувати способи їхнього перекладу. Матеріали дослідження можуть бути використані в укладанні двомовних словників новітньої лексики, глосаріїв термінів, а також у викладанні курсів з перекладознавства, лексикології та стилістики. Результати роботи мають значення для вивчення динаміки мовних

процесів у німецькій мові та особливостей впливу англійської на сучасний німецький та український лексикон. Аналіз особливостей перекладу неологізмів сприяє виробленню перекладацьких стратегій і рекомендацій, що дозволяють забезпечити адекватність та зрозумілість перекладу для цільової аудиторії.

Апробація результатів та публікації. Магістерська робота була апробована на VI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку лінгвістики та лінгводидактики» та на IX Всеукраїнській науково-практичній конференції «Лінгвістичні горизонти XXI століття», за результатами яких опубліковано тези [13, 14]. Основні результати досліджень також викладено у двох статтях у фахових виданнях категорії Б [18, 20].

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг магістерської роботи становить 81 сторінку друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ

1.1. Поняття «неологізм» і його характерні ознаки

Лексична система мови найшвидше реагує на зміни, що відбуваються у світі, суспільстві, науці, світосприйнятті людини, адже всі ці зміни потребують певного найменування. Це забезпечує поява нових слів, неологізмів, дослідженнями яких займається окрема галузь мовознавства – неологія. Вона є відносно новою галуззю досліджень. Хоча термін «неологія» з'явився ще в 1801 році, коли французький письменник Л. Мерсьє опублікував свою працю, в назві якої він використав цей термін, проте сама наука розвинулась лише в XX столітті [11, с. 57]. Цьому сприяв «неологічний бум». В XXI столітті неологізми продовжують активно з'являтися у мові. Неологія як наука досліджує неологізми, процес їх появи, функції та їхній вплив на мову. Тому існує багато центрів неології по всьому світі, які досліджують неологізми німецької, англійської, української та інших мов [4, с. 13].

Поняття «неологізм» є багатогранним, тому немає визначення, з яким би однозначно погодились усі філологи. Крім того, воно є відносним, через це виникає багато питань і сумнівів щодо розуміння та дефініції неологізму. Так, учені неодностайні щодо того, яке новоутворення можна вважати неологізмом, скільки часу нове слово належить до неологізмів, чи можна вважати okazіonalіzm неологізмом, чи належать запозичення та кальки до неологізмів і т. п.

Термін «неологізм», як зауважує М. Кінне, прийшов у німецьку мову з французької в другій половині XVIII століття. Він складається з двох грецьких слів [néos] *новий* та [logos] *слово* [47, с. 68]. Т. Шіппан називає неологізми новоутвореннями, тобто словами, які утворені за певними словотвірними моделями [60, с. 247]. Однак інші науковці вважають, що неологізмом є не обов'язково нова лексема, це може бути нове значення. Такої думки дотримується М. Кінне, який

зазначає, що неологізм – це повністю нова лексема (з новою формою та значенням) або нове значення, додане до існуючої форми [47, с. 85]. Д. Ксуефу дає більш загальноприйняте визначення поняття «неологізм»: «Неологізми зазвичай розглядаються як вираження нових явищ і фактів у природі та суспільстві (переклад з нім. мови – мій. – Л. Ю.)» [66, с. 220]. Таким чином, неологізмом можна вважати не лише нове слово, а й нове значення, додане до існуючого слова, яке слугує вираженню нових явищ і фактів у природі та суспільстві.

Німецький вчений К. Геллер та інші філологи в своїй праці «Теоретичні та практичні проблеми лексикографії неологізмів» погодились на визначенні, що неологізм відрізняється від інших слів тим, що форма і зміст, або щось одне з двох, вважається новим [63, с. 7]. Однак все одно виникають питання щодо того, які слова можна назвати неологізмами, і коли слово перестає бути неологізмом. Т. Шіппан стверджувала, що неологізмами є слова, час виникнення яких відомий, і вони використовуються багатьма людьми, але все ще сприймаються як нові. Мовознавиця згідна з твердженням інших науковців, що як тільки неологізм стає звичним, і ми не сприймаємо його як щось нове, то він перестає бути неологізмом. Вона також відзначила, що неологізми не назавжди залишаються в мові, досить часто вони зникають, виходять з ужитку через те, що зникає потреба у цьому слові, як, наприклад, неологізми, що виникли в НДР зараз не використовуються в повсякденному житті [60, с. 244]. Неологізм може стати архаїзмом, і тепер ми його можемо зустріти, наприклад, у підручнику історії. Д. Ксуефу також стверджує, що неологізми є новими лише в певний період часу, але не після нього. Через деякий час неологізми стають архаїзмами або входять до основного словникового складу мови. Учений також зазначає, що неологізми обмежуються не лише часом, а й простором. Слова, які вважаються новими в одній країні, не є такими в іншій [66, с. 220-221].

Отже, влучним вважаємо визначення: «Неологізм – це лексична одиниця або значення, яке виникає на певному етапі розвитку мови в комунікативній спільноті,

поширюється, стає загальноприйнятою мовною нормою і сприймається як нове більшістю користувачів мови протягом певного періоду часу на цьому етапі розвитку (переклад з нім. мови – мій. – Л. Ю.)» [42, с. 152].

Також слід розрізняти між поняттями «оказіоналізм», «модне слово» (Modewort) та «неологізм». Т. Шіппан вказує на те, що неологізми – це слова, які виходять за межі індивідуального вжитку і увійшли до загального, тому okazіональні одиниці не є неологізмами, проте можуть ними стати, якщо їх почнуть використовувати [60, с. 244]. Німецька філологиня Г. Ельзен описує okazіоналізм як лексему, яка виникає лише в певному контексті і більше не використовується, досить часто через свою незрозумілість [34, с. 30-31]. Прикладом може слугувати okazіоналізм *fairdienen*, який є мовною грою, оскільки наближений за звучанням до дієслова *verdienen*, та був використаний копірайтеркою К. Ашман у значенні «справедливо заробляти», однак не фіксується словниками та не має широкого використання в мові [30].

Модні слова (Modewörter) на відміну від okazіоналізмів не є індивідуальними, їх використовують багато людей, але часто вони не є новими. Згідно з цифровим словником DWDS, модні слова – це слова, які є популярними в певний відрізок часу і часто використовуються [50]. Тому Г. Ельзен розмежовує між модним словом та неологізмом. Перше вона характеризує як недовговічне, і тому вважає недоцільним відносити одразу всі лексеми до неологізмів [34, с. 24]. О. Поздняков також вивчав модні слова в світлі молодіжного сленгу, і однією з характеристик цих слів теж визначає їхню недовговічність. [17, с. 242]. А. Король у підручнику «Лексикологія німецької мови» розглядає так звані «модні слова» (Modewörter) як нові доповнення до словника, але не неологізми. Ці слова характеризують актуальні суспільні явища, зазвичай використовуються в публічному мовленні або в ЗМІ [12, с. 69]. Наприклад, у 2024 році до слів року увійшло слово *Messerverbot* – заборона на ножі, воно не є неологізмом але стало модним у зв'язку з новим законом 2024 року про вдосконалення внутрішньої безпеки. [38].

Неологізми безумовно впливають на мову, а саме на її словниковий запас. З їх появою пов'язані різні зміни в мові. Німецька лексикологиня Т. Шіппан таким чином описала вплив неологізмів на лексичний склад мови [60, с. 241]:

1. У мові з'являються синоніми, як наслідок інше слово витісняється або два терміни набувають різних відтінків значення.
2. Неологізми часто виникають одразу в великій кількості, що може призвести до змін у системі словотвору.
3. Неологізми пов'язані із процесом архаїзації, якщо виникає нове слово, інше може стати застарілим.

Отже, на підставі вищезазначених визначень, неологізм — це лексична одиниця або значення, яке з'явилося в мові в певний період її розвитку, та стає загальноприйнятим і сприймається новим протягом певного часу.

1.2. Причини виникнення неологізмів

Мова — це явище динамічне, вона зазнає впливу зовнішніх факторів, що відображається на словниковому складі мови. Нові явища з'являються і, відповідно, виникають нові слова для позначення цих явищ. Д. Ксуефу зазначав: «Мова ... це також дзеркало суспільства (переклад з нім. мови — мій. — Л. Ю.)» [66, с. 218]. Суспільство змінюється, з'являються нові тенденції, і це відображається в мові. Такі зміни в словниковому складі є важливими, вони показують, що мова жива і нею користуються.

З. Іннервінклер підкреслила: «Мова, яка більше не змінюється, перебуває під загрозою вимирання (переклад з нім. мови — мій. — Л. Ю.)» [43, с. 7]. Тому, доки мова жива, вона не може залишатися незмінною, а навпаки є відображенням змін. Це означає, що через мову ми маємо можливість надати будь-якому явищу найменування, таким чином точніше висловлювати свої думки і порозумітись з

іншими людьми. Цілком закономірно зазначив К. Геллер і його колеги в монографії «Theoretische und Praktische Probleme der Neologismenlexikographie», що неологізми є свідками розвитку мови і до того ж свідки розвитку і прогресу суспільства. [63, с. 4].

Отже, неологізми напряду пов'язані із суспільством та з тим, що відбувається довкола. Відтак, вони виникають у мові нерівномірно, в певний час їх може утворитися велика кількість, тоді як в інший лише декілька. Саме потрясіння в суспільстві, часто пов'язані з катастрофами, є каталізаторами виникнення неологізмів. У своїй статті Л. Рись та Л. Пасик підкреслили цей факт, зазначивши, що утворення неологізмів в часи коронакризи значно зросло. Вони порівняли кількість словникових статей у словнику неологізмів OWID, які з'явилися з 2011 по 2019 роки та під час коронавірусу. Різниця помітна, адже за 8 років у список внесені 328 слів, тоді як на час їхнього звернення в 2020 році в словнику вже було зафіксовано понад 450 неологізмів, пов'язаних із коронавірусом [19, с. 1], а на сьогодні цей словник зафіксував біля 2500 слів до теми коронакризи.

Крім того, неологізми також не виникають рівномірно в усіх сферах. Т. Шіппан зазначала, що у галузі технологій вони з'являються значно частіше, ніж в інших сферах. Хоча, звичайно, потреба у неологізмах виникає і в галузях торгівлі, реклами, політики, культурного життя та ін. [60, с. 247].

Окрім вищезазначених факторів появи неологізмів Е. Рот виокремлює також дискурс як рушійну силу виникнення неологізмів. Неологізми, утворені в межах певного дискурсу, існують деякий час і стосуються актуальної теми, вони є обмежені часом, бо дискурс також часто є тимчасовим. Вона наголошує, що до цієї групи можна віднести неологізми часу коронакризи. Дискурс цього періоду сприяв виникненню нових слів. Вона зауважує, що слова цього часу необхідно знати, бо вони є важливими, але потім вони зникають з нашого вжитку, так як стають неактуальними. Адже проблема стала менш актуальною і про неї все менше говорять. [55, с. 27].

Отож, проаналізувавши наукові праці, можна зробити висновок, що причин для виникнення неологізмів існує багато. Д. Дубравська та Г. Сорока виділяють загалом дві групи чинників, які впливають на появу неологізмів: зовнішні та внутрішні. Зовнішні чинники – це зміни в суспільстві та технологічний прогрес. Внутрішні чинники – пов’язанні з постійною еволюцією мови, тенденцією до спрощення та економії в мові. Інтернет та соціальні мережі вимагають сьогодні від користувачів швидкої передачі інформації, як наслідок виникає потреба у лаконічних та ефективних мовних одиницях [31, с. 117].

Таким чином виникнення неологізмів напряду пов’язано з технологічним розвитком, змінами в суспільстві, виникненням нових явищ та іншими подібними факторами. Мова напряду відображає те, що відбувається навколо.

1.3. Типологія неологізмів

Існує багато класифікацій неологізмів, що пов’язано загалом з тим, що існують розбіжності, щодо визначення поняття «неологізм». К. Геллер, Д. Герберг та інші філологи розрізняють наступні групи неологізмів [63, с. 8]:

1. Нові лексеми (Neulexeme), тобто нові утворення (Neubildungen), де форма і значення є новими. Залежно від того, як вони утворені, К. Геллер розрізняє запозичення (Entlehnungen) та новоутворення (Neuprägungen).
2. Нові формативи (Neuformative), тобто перейменування (Neubezeichnungen) – слова, де лише нова форма, а факти, які вони позначають, уже відомі.
3. Нові семеми (Neusememe), тобто нові значення (Neubedeutungen), яких набувають слова, що вже існують в мові.

Т. Шіпан ставила під сумнів такий підхід. Якщо ми говоримо про нові значення, то потрібно дослідити, коли значення змінюється, бо загалом значення слів є динамічними, вони постійно змінюються, і слово не обов’язково стає

неологізмом, коли воно набуває нового значення. Також вона не вважає, що нові форми є обов'язково неологізмами, бо таким чином будь яке словотворення можна віднести до категорії «нові форми». Тому неологізми в її розумінні – це лише нові утворення (Neubildungen) [60, с. 245-246].

Проте багато філологів вважають, що нові значення, які додаються до існуючого слова, варто відносити до неологізмів. Наприклад, М. Кінне пропонує розрізняти загалом між двома типами неологізмів: нові лексеми (Neulexem) та нові значення (Neubedeutung, або Neusemem) [47, с. 82-86].

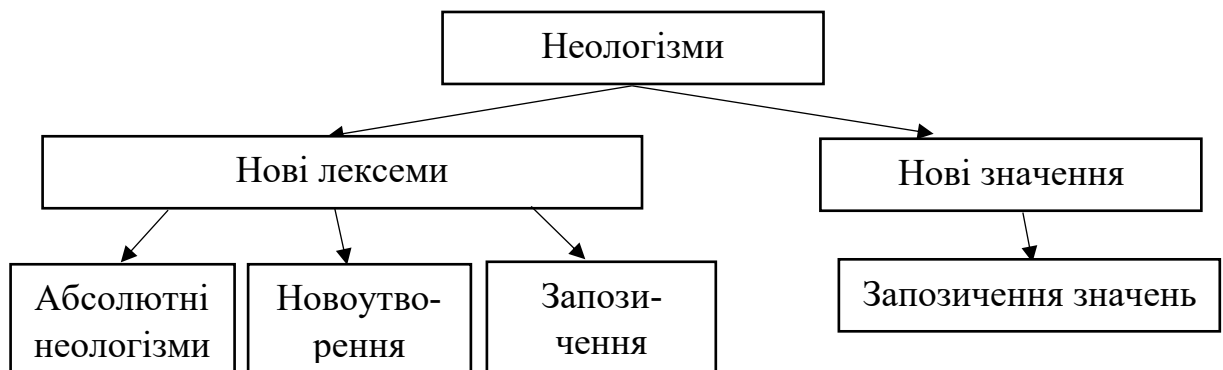
Залежно від типу утворення нових лексем, він розрізняє:

1. Абсолютні неологізми (Neuschöpfung) – нові слова без аналогічних словотвірних моделей, що досить рідко зустрічається в мові.
2. Новоутворення (Neuprägung або Neubildung) – нові слова, утворенні за існуючими в мові словотвірними моделями.
3. Запозичення (Neuentlehnung) – нові слова, запозичені з інших мов.

Нові значення виникають внаслідок семантичної зміни. В цій групі він диференціює запозичення значень (Bedeutungsentlehnung), коли слово набуває значення під впливом іноземної мови. Цю класифікацію відображено у схемі 1.

Схема 1

Класифікація неологізмів за М. Кінне



Д. Ксуефу представив обширну класифікацію неологізмів. Він поділив їх з формальної точки зору на сім груп [66, с. 222-224]:

1. Нові композити/складні слова (*neue Komposita*) – утворення нових слів унаслідок складання слів або основ слів. Наприклад, велику кількість нових слів утворено із детермінантом *Internet*.
2. Нові запозичення (*neue Entlehnungen*) – нові слова, які запозичено з інших мов.
3. Нові штучні слова (*neue Kunstwörter*): так Д. Ксєуфу називає слова, які утворились внаслідок злиття компонентів інших слів, наприклад, слово *Glokalisierung* (глокалізація) утворено поєднанням усічених слів *Globalisierung* (глобалізація) та *Lokalisierung* (локалізація).
4. Нові похідні слова (*neue Ableitungen*), вони утворені від уже існуючих основ слів за допомогою афіксів, наприклад, *probiotisch* (пробіотичний) від *Probiotikum* (пробіотик).
5. Нові значення (*Neosemantismen*) – це слова, які набули нових значень, наприклад, *Virus* (дефектна програма).
6. Нові аббревіатури та скорочення (*neue Abkürzungen und Kurzwörter*). Аббревіатури – утворення нових слів за допомогою перших літер. Скорочення – слово, яке використовується не в повній формі, наприклад, *Navi* замість *Navigationssystem* (навігаційна система).
7. Нові фразеологізми (*Neuphraseologismen*) – сталі словосполучення, значення яких не відповідає сумі значень їхніх компонентів.

О. Слаба зазначає, що германісти виділяють наступні види неологізмів: власне неологізми (*Neuwort*) – це є нові слова, яких до цього в мові не існувало; нові значення (*Neubedeutung*) – слово набуває нового значення; перейменування (*Neubezeichnung*) – нове слово, яке слугує синонімом до вже наявного слова, значення не змінюється; новоутворення (*Neuprägung*) – нові слова, які утворено за словотвірними моделями мови з уже існуючих компонентів, але мають нове значення [21, с. 111].

Проаналізувавши існуючі типології неологічної лексики, ми у своїй роботі притримуємось точки зору М. Кінне та розглядаємо такі різновиди неологізмів німецької мови, як:

- 1) нові лексеми – слова, утворені в німецькій мові від рідних та запозичених словотвірних засобів (морфем і слів), а також запозичення;
- 2) нові значення, або неосемантизми – слова, які отримали нові значення. В цій групі будемо розрізняти запозичені значення.

1.3.1. Новотвори як основний спосіб збагачення словникового запасу німецької мови.

Новотвори, або нові слова, – це слова, які з'явилися в мові, через поєднання як німецьких так і запозичених морфем. Новотвори є одним з найпродуктивніших, якщо не найпродуктивнішим способом утворення неологізмів.

Нові слова можна поділити на групи, залежно від способу словотворення. Б. Гінка в навчальному посібнику узагальнив способи словотворення німецької мови, до них можна віднести [5, с. 101-127]:

- 1) Складні слова (Zusammensetzung, Komposition) – це тип словотвору, при якому поєднуються два корені або дві основи слова зі сполучним елементом (наприклад буква *s*) або без нього. Німецька мова багата на складні слова, особливо продуктивним словоскладання є при утворенні іменників. Наприклад, іменник *der Netzpolitiker* утворений з двох іменників *das Netz* + *der Politiker*. За морфологічним принципом складні слова поділяються на:
 - складні іменники;
 - складні прикметники;
 - складні дієслова;
 - інші типи.

- 2) Афіксація, або деривація (Ableitung, Derivation) – спосіб творення слів шляхом додавання афіксів (префіксів та/або суфіксів) до кореня. Відповідно розрізняють наступні види афіксації:
- Суфіксація – утворення нових слів за допомогою суфікса. Прикметник *kassenlos* утворено від іменника *die Kasse* за допомогою суфікса *-los*.
 - Префіксація – утворення нових слів за допомогою префікса. Іменник *die Mikromobilität* утворено за допомогою префікса *mikro-* та іменника *die Mobilität*.
- 3) Зрощення (Zusammenbildung) – вид словотвору, коли нові слова утворюються одночасно за допомогою деривації і композиції: *früh* + *aufstehen* = *Frühaufsteher*.
- 4) Конверсія (Konversion, Wortartwechsel) – вид словотвору, коли слово переходить з однієї частини мови в іншу. Наприклад, слово *Vokuhila* з'явилося в німецькій мові як іменник, а потім з іменника утворився також прикметник *vokuhila*.
- 5) Аббревіатури (Abkürzungen) є також досить продуктивним способом словотворення. Сьогодні лаконічність та стислість є як ніколи потрібними: *5G* –аббревіатура від словосполучення *fünfte Generation-Netz*.
- 6) Скорочення (Kurzwörter): *Katwarn* скорочення від слова *Katastrophenwarnsystem*.

Отже, новотвори відіграють важливу роль в утворенні нових слів і є одним з головних джерел збагачення мови новими словами. В німецькій мові існує багато усталених способів, за допомогою яких утворюються нові слова. Адже досить часто неологізми є або запозиченнями або новоутвореннями. Абсолютні неологізми, тобто ті, які утворились без аналогічних словотвірних моделей, зустрічаються дуже рідко.

1.3.2. Запозичення як різновид неологізмів

Мова зазнає значного зовнішнього впливу, насамперед через процес глобалізації. Країни з різними культурами стають все більш взаємопов'язаними. Відбуваються мовні контакти між представниками різних культур, в результаті яких у мову активно проникає іншомовна лексика. Мовні контакти вже протягом тривалого часу є об'єктом наукових досліджень. С. Бурмасова підкреслила у своїй праці, що: «запозичень не може бути без мовного контакту (переклад з нім. мови – мій. – Л. Ю.)» [29, с. 19]. Н. Джава також звернула увагу на цей факт у статті «Вплив англійських запозичень на словниковий склад німецької мови». Вона охарактеризувала запозичення лексики як «закономірний» результат мовних контактів [7, с. 31]. Іншими причинами дослідники називають прискорену глобалізацію світової економіки, формування глобального інформаційного та медійного суспільства [57, с. 253]. Окрім цього В. Устінова зазначає, що існують центри глобальної лексики, серед них США, Франція, Італія, Велика Британія, де зароджуються нові модні явища та тренди, які проходять початкову комерційну перевірку то поширюються в інші мови. Тому, сфера моди є також джерелом збагачення німецької мови запозиченнями [24, с. 109]. Ще однією причиною появи запозичень, як зазначає Т. Шинкар, є виникнення всесвітньої комп'ютерної мережі [25, с. 118].

Отже, запозичення є цілком природнім процесом, тому під час аналізу неологізмів особливу увагу приділяємо дослідженню запозичень, оскільки вони відіграють важливу роль у збагаченні словникового складу мови. Незважаючи на достатню кількість літератури, присвяченої запозиченням, досі відсутня єдина думка щодо визначення цього поняття та класифікації запозичень.

Г. Глюк та М. Рьодель у словнику «Метцлер-Лексикон Мова» розглядають термін «запозичення» (*Entlehnung*) одночасно як сам процес, так і як результат процесу запозичення [41, с. 178]. Онлайн-словник німецької мови дає два значення до слова *Entlehnung*: 1. *das Entleihen* «запозичити з іншої мови або з іншого

художнього твору (переклад з нім. мови – мій. – Л. Ю.)», 2. *das Lehnwort* «запозичене з іншої мови слово, яке пристосувалось до вимови, написання та відмінювання мови, яка запозичує (переклад з нім. мови – мій. – Л. Ю.)» [35].

Запозичення є невід'ємною складовою лексичного складу німецької мови, що легко простежити у процесі дослідження неологізмів. Автори статті «Збагачення словникового складу німецької мови шляхом запозичення» Л. Рись, Л. Пасик та О. Бондарчук, здійснили аналіз 472 неологізмів останнього десятиліття, встановивши, що 60 % усіх неологізмів були запозичені до німецької мови або зазнали іншомовного впливу [57, с. 254].

Серед запозичень можна виділити різні типи. Досить часто запозичення зазнають змін, адаптуються до фонетичних норм цільової мови, набувають нових граматичних форм, іноді змінюється правопис лексеми. У вищезгаданій статті автори виділили наступні типи запозичень [57, с. 254-255]:

- 1) Неологічні лексичні запозичення (*Neuentlehnungen*) – нові лексеми, які прийшли з іноземної мови, не змінивши форми.
- 2) Неологізми-кальки (*Neue Lehnübersetzungen*) – буквально перекладена іншомовна лексема.
- 3) *Neue Lehnübertragungen* – нові слова, неповні кальки, які довільно передають іншомовну морфемну структуру.
- 4) Нові значення (*Neubedeutungen*) – наявні в німецькій мові слова набувають нового значення під впливом іншомовного слова.
- 5) Словотвірні запозичення (*Fremdwortbildungen*) – слова, які утворились в німецькій мові за допомогою іншомовних морфем, наприклад: *Fillypferdchen*.

Окрім того існують слова, до складу яких входять як німецькі, так і іншомовні морфеми. Т. Шіппан називає поєднання з німецьких та іншомовних морфем гібридними утвореннями [60, с. 264]. Такі слова можуть містити німецьку основу та іншомовний афікс і навпаки – іншомовну основу та німецький афікс, наприклад: *gamifizieren* – англійська основа *to gamify* та німецький суфікс *-ieren*.

Існують й інші класифікації запозичень. П. Дундїй систематизував типи запозичень і виділив наступні їхні категорії [8, с. 123-125]:

- 1) Пряме запозичення – це запозичення, при якому іншомовне слово зберігає свою форму та звучання. До цієї групи належать і слова, які пристосувались до фонетичних та морфологічних ознак німецької мови, наприклад: *vloggen* замість англійського дієслова *to vlog*.
- 2) Калька – буквальний переклад іншомовного слова, наприклад: *Samenbombe* є перекладом з англійської мови *seed bomb*.
- 3) Екзотизми – запозичення, які рідко використовуються в цільовій мові, бо призначені для передачі реалій іншої культури, наприклад: *der Kimono*.
- 4) Варваризми – чужі слова, які в майбутньому можуть закріпитись в мові, наприклад: *авеню*.

Багато дослідників присвятили свої праці дослідженню запозичень у певних сферах людської діяльності: С. Бартш дослідила вживання англіцизмів у галузі техніки в німецькій мові [28], С. Шефер проаналізувала новітні англіцизми в медійній сфері, а саме в радіомовленні [59], С. Шімон та інші провели порівняльне дослідження впливу англіцизмів на сферу освіти [61].

Низку досліджень присвячено дослідженню адаптації неологізмів-запозичень, зокрема англіцизмів, до норм німецької мови-реципієнта, зокрема: П. Айзенберг простежив граматичну інтеграцію іншомовних слів у німецьку мову [33], І. Краточвілова присвятила свою статтю мовній інтеграції англіцизмів у сфері словотвору [49], Г. Мунске проаналізував фонетичну та графічну інтеграцію англіцизмів у німецькій мові [51].

При дослідженні запозичень у німецькій мові неможливо не помітити, що англійська мова як мова-джерело запозичень домінує. Це не дивно, адже англійська мова – це *lingua franca* і є провідною в епоху глобалізації. Нові терміни, пов'язані з науково-технологічним розвитком, досить часто з'являються саме в англійській мові. Т. Шіппан звернула увагу на те, що вплив англійської мови на технічні науки

є суттєвим [60, с. 269]. Отже, запозичення можна розглядати як показник науково-технічного обміну. Ще в 2001 році Г. Кемпер зауважив, що сьогодні потрібно говорити не тільки про англізацію німецької мови, а й про американізацію. Адже Німеччина сприймає США як провідну світову державу і орієнтується на неї [45, с. 496]. У світі американський варіант англійської мови є більш поширеним ніж британський.

Л. Тимчишин узагальнила у своїй статті причини такої тенденції до англізації [23, с. 385]:

- 1) Фактор економії мови: досить часто англійське слово є коротшим ніж німецький відповідник.
- 2) Професійні запозичення та диференціація: англіцизми широко вживаються в науці та інших сферах, що полегшує взаєморозуміння та сприяє новим семантичним диференціаціям.
- 3) Способи висловлювання та експресія: запозичення з англійської мови можуть використовувати, щоб зробити висловлювання експресивнішим.
- 4) Фактор престижності: англіцизми можуть відображати певну соціальну характеристику, тому і мають іноді перевагу над німецькими відповідниками.
- 5) Легка інтеграція: запозичення англійського походження легко інтегруються в німецьку мову, так як англійська мова належить також до германської мовної групи.
- 6) Англійська мова – світова мова.

Під час дослідження запозичень важливо розглянути питання асиміляції. Запозичені слова адаптуються до норм німецької мови. Таким чином запозичення інтегруються в мову. Т. Шіппан описала асиміляційний процес запозичень [60, с. 265]:

- 1) Запозичення засвоюються лише в одному лексико-семантичному варіанті, а з часом можуть стати основою для утворення нових слів.
- 2) Вимова також часто адаптована до фонетичних норм німецької мови.

- 3) Запозичення пристосовуються до граматики цільової мови. Іноді вони навіть отримують нові граматичні форми, якщо таких не було в мові запозичення.

Отже, запозичення слів з інших мов є природним процесом, який відбувається внаслідок мовних контактів, глобалізації світової економіки та розвитку глобального інформаційно-медійного суспільства. Англійська мова має великий вплив на німецьку, тому більшість запозичених слів англійського походження. Існують також різні типи запозичень. У своїй роботі розрізняємо прямі запозичення, кальки, та неповні кальки. Особливу увагу приділимо їхньому походженню, визначимо їхній тип та мову оригіналу.

1.4. Функції неологізмів

Нові слова приходять в мову, тому що на них є попит. Соціально-економічні умови, постійний прогрес та зміни в світі створюють потребу в новій лексиці. Відповідно неологізми відіграють значиму роль у мові та можуть виконувати різні функції. Неологізми відрізняються від інших слів тим, що досить часто вони мають нову форму, яка до цього не існувала в мові, окрім нових значень, де форма залишається однаковою. Тому неологізми привертають увагу слухачів та читачів, їх неможливо не помітити. Проте це не єдина їхня функція. Неологізми є багатофункціональними.

Функціональний аспект неологізмів вивчало багато філологів, проаналізувавши вживання неологізмів у різних контекстах. Н. Бондар та Н. Осіпчук у статті «Роль неологізмів у сучасному англomовному та німецькомовному медійних дискурсах» на основі аналізу дискурсу виділили наступні функції неологізмів [1, с. 46]:

- 1) Номінативна – використання неологізмів для найменування нових явищ. Її вважають головною функцією нових слів. Вона притаманна лексемам, які з'явилися через необхідність позначити нові явища.
- 2) Експресивна – здатність неологізмів інтенсифікувати вплив на адресата.
- 3) Комунікативна – завдяки неологізмам можна доступніше донести думку.
- 4) Темпоральна функція полягає в тому, що нові лексеми залежать від епохи та відображають сучасність.

Безумовно, наведені функції не є вичерпними. Е. Вебер зазначила, що неологізми зберігають мову динамічною [64]. Вона акцентувала свою увагу на здатності неологізмів виконувати різноманітні функції. Окрім називання нових явищ до основних функцій неологізмів Е. Вебер відносить: творчість (здатність неологізмів бути виразними); формування ідентичності (неологізми можуть свідчити про приналежність до певної соціальної групи); судження та емоції (неологізми можуть мати конотації та викликати різні емоції); тренд (відображають зміни в поп-культурі); наука та техніка (використовуються для опису нових концепцій чи технологій); відображення змін в суспільстві (неологізми відображають рухи в суспільстві або зміни цінностей).

Л. Підкаміна дослідила у статті «Лінгвистилістика неологізмів у мові сучасних українських ЗМІ» функції неологізмів на основі аналізу матеріалів у засобах масової інформації [16, с. 148-149]. Вона виокремила, зокрема, такі функції неологізмів, як: характерологічну – це здатність неологізмів характеризувати явища; та інтегративну – ця функція полягає в тому, що неологізми стають невід'ємною частиною контексту, через відсутність еквівалентів і тому не можуть бути замінені.

Д. Козка зазначає ще дві важливі функції неологізмів: когнітивну та прагматичну [10, с. 104-105]. Когнітивна функція полягає в тому, що нові слова часто використовують, щоб правильно сформулювати думку. Не менш важливою є

прагматична функція неологізмів. Неологізми часто розкривають ставлення адресата до повідомлення.

Отже, неологізми демонструють, що мова є динамічною та адаптується до змін, пов'язаних з плином часу, розвитком та трансформаціями в суспільстві. Вони відіграють значущу роль у мові і можуть мати різні функції. Неологізми привертають увагу читачів, сприяють впровадженню нових виразів, створюють стиль, називають нові явища, формують ідентичність, відображають тренди та зміни в суспільстві, стають невід'ємною частиною мови та загалом збагачують її.

1.5. Лексикографічне представлення неологізмів

Неологізмів виникає багато, тому постає питання їх документації. Для цього існують спеціальні словники неологізмів. Укладання таких словників є кропітким, але необхідним процесом. Словники неологізмів є досить важливими під час дослідження змін у мові, фіксації нових слів та для аналізу неологізмів. Їх укладання є процесом, який вимагає ретельного дослідження. Адже не всі нові слова можна одразу вважати неологізмами, оскільки деякі з них є просто okazіоналізми, які не потрапляють у загальне використання і не належать до неологізмів. Крім того, в мові з'являється безліч нових слів унаслідок глобалізації, змін в суспільстві та постійного науково-технічного прогресу. Тому фіксація неологізмів стає своєрідним викликом.

Незважаючи на вагомість таких словників, у німецькій мові їх укладанням почали займатись лише з недавнього часу. У своїй праці А. Клоса та Г. Люнген дослідили процес виникнення словників неологізмів. Вони відзначили, що перший друкований німецький словник неологізмів був опублікований Інститутом німецької мови в Мангаймі в цьому столітті, у 2004 році [48, с. 561]. Проте Д. Штеффенс підмітив, що дослідження нової лексики насправді почалось набагато раніше. Ще в 1980-х роках під керівництвом Д. Герберга був запроваджений проєкт,

у фокусі якого лежала нова лексика в НДР 60-80-х років [62, с. 70-72]. Однак можливості для дослідження були обмежені через мовну політику НДР. Проєкт не вдалось реалізувати, через возз'єднання Німеччини його довелося призупинити. У 1997 році дослідження неологізмів продовжилось в Інституті німецької мови в Мангаймі під керівництвом Д. Герберга. Спочатку було вирішено опублікувати словник, але Г. Шмідт запропонував створити інформаційну систему, щоб документувати німецькі слова в інтернеті. Таким чином, друкована версія словника з'явилась в 2004 році, а онлайн версія в 2006 спочатку під назвою «Wissen über Wörter», потім «elexiko», згодом «OWID». Однак, на жаль в словнику OWID останні нові записи були опубліковані в грудні 2022 року [53].

А. Клоса та Г. Люнген також зазначили, що з 2000 року функціонує сайт Wortwarte, де публікують нові слова, автоматично взяті з газет та інших джерел [48, с. 561]. За січень 2024 року було опубліковано 12 нових слів. Їх вибрали з корпусу «Webmonitor», і вони не були зафіксовані до цього в корпусі DWDS [27].

Проте не тільки в спеціалізованих словниках фіксують неологізми. Тлумачні словники постійно поповнюють свій склад новими словами. Правописний словник німецької мови Дуден регулярно добавляє нові слова. 29-ий випуск Дудена, який було опубліковано 19 серпня 2024 року, налічує 3000 нових слів [54, с. 2]. У своєму інтерв'ю головна редакторка Дуден К. Кункель-Рацум пояснила, що за допомогою комп'ютерної лінгвістики вони проаналізували 15 000 нових записів з останньої редакції словника, тобто з літа 2020 року, з яких у 29-ий випуск увійшло 3000 нових слів [54, с. 8]. За її словами багато нових записів пов'язані з кризою, війною та кулінарією. Вона описує такий розвиток трьома літерами «ККК» – *Krise* (криза), *Krieg* (війна) та *Kochen* (кулінарія). Такий опис неологізмів є грою слів, адже в Німеччині три К розшифровувались як: *Kinder*, *Kirche*, *Küche* [46]. Важливими факторами при додаванні нових слів було їхнє широке використання протягом певного часу і їх наявність у різних типах текстів.

Однак, як зазначив К. Геллер та інші філологи, найкращим способом представлення неологізмів є спеціальні словники неологізмів. Адже мета загальних словників – це стандартизація, а мета словників неологізмів – фіксація розвитку і змін у мові [63, с. 17]. Вони також зазначили, що період, коли нові слова ще вважають неологізмами охоплює від 10 до 50 років. А. Клоса та Г. Люнген зауважили, що відбір неологізмів до словника відбувається завдяки корпусному виявленню неологізмів, порівнюючи поточний список слів з попереднім, таким чином утворюючи список нових слів [48, с. 561]. Проте процес є напівавтоматичним, адже після цього лексикограф аналізує список і вирішує належить слово до неологізмів чи ні.

Отже, спеціальні словники неологізмів існують у німецькій мові, насамперед через ініціативу Інституту в Мангаймі. Також загальні словники поповнюють регулярно свій склад новими словами. Нові слова відбирають за допомогою корпусного виявлення неологізмів, аналізуючи велику кількість матеріалів. Зібрані матеріали слугують матеріалом для подальших досліджень науковців, адже дають змогу виявити закономірності у збагаченні і розвитку лексико-семантичної системи мови.

1.6. Методика дослідження

У цьому дослідженні ми аналізуємо неологізми сучасної німецької мови. Для того, щоб зрозуміти, що таке неологізми, їх основні характеристики, підходи до їх класифікацій, причини їх виникнення та їхні функції, а також виявити загальні тенденції розвитку неологізмів, шляхи їх утворення, семантику та особливості перекладу були використані різні методи.

На першому етапі для написання теоретичного розділу було здійснено аналіз наукової літератури, присвяченої дослідженню теорії неологізмів. Зокрема, було вивчено статті та наукові праці, які спеціалізуються на вивченні різних аспектів

неологізмів та їхньому аналізі. Це дало змогу розглянути поняття неологізму, його основні характеристики та різновиди, дослідити їх функції. В процесі написання теоретичного розділу було застосовано описовий метод – для опису поняття неологізм та його основних характеристик, та метод узагальнення – для формування загальних висновків з проаналізованого матеріалу.

На другому етапі для формування фактичного матеріалу дослідження було використано метод суцільної вибірки. Джерелом вибірки слугували авторитетні лінгвістичні ресурси: онлайн словник неологізмів (Neologismenwörterbuch) від Інституту німецької мови імені Лейбніца (IDS) [52] (неологізми, включені до словника у 2021-2022 рр.); регулярно здійснювалась вибірка з рубрики «Нещодавно додані слова» (Neu aufgenommene Wörter) на сайті правописного словника німецької мови Дуден, які систематично поновлюються [32]; неологізми з прес-релізу нового словника Дуден від 2024 року [54]. Окрім цього неологізми було відібрано з веб-сайту Товариства німецької мови (GfdS) з розділу «Слово року» (Wort des Jahres), де публікують слова, які є значущими та популярними в певний рік, серед них було виокремлено і неологізми [65]. Загалом було відібрано 439 неологізмів останнього десятиліття.

На третьому етапі було проведено кількісну обробку даних, їх опис та інтерпретацію. Для цього застосовувались кількісний та якісний аналізи. Кількісний аналіз використано для систематизації та статистичної обробки зібраного матеріалу. Окрім того було застосовано методіку структурного аналізу для встановлення структурних характеристик неологізмів. На основі словотвірного аналізу, який включав аналіз за безпосередніми складниками, морфемний та трансформаційний аналізи, було встановлено способи творення неологізмів. Якісний аналіз дозволив класифікувати неологізми. Зокрема, їх поділено за кількома критеріями:

1. за типами неологізмів: новоутворення, запозичення;

2. за способами словотворення: словоскладання, скорочення, афіксація, контамінація, конверсія;
3. за типом запозичення: пряме запозичення, калька, неповна калька, словотвірне запозичення;
4. за частинами мови: іменники, дієслова, прикметники, словосполучення;
5. за мовою-джерелом: англійська, французька, арабська та ін.
6. за семантичними групами: соціальна сфера, харчування, політика, технології тощо.

Для кожної групи було здійснено підрахунок кількості неологізмів та визначено їхнє відсоткове співвідношення. Це дало змогу з'ясувати, які словотвірні моделі є найбільш продуктивними в сучасній німецькій мові, простежити, які сфери суспільного життя найактивніше поповнюються новою лексикою, а також встановити домінування певних частин мови, типів неологізмів та запозичень.

Якісний аналіз дозволив інтерпретувати отримані кількісні дані та таким чином виявити основні тенденції у творенні неологізмів, їхньому походженні та приналежності до семантичних груп. Поділ неологізмів за частинами мови здійснено завдяки морфологічному аналізу. Для встановлення семантичних характеристик було застосовано метод аналізу словникових дефініцій, який допоміг класифікувати неологізми за певними тематичними групами.

На останньому етапі був здійснений огляд прийомів перекладу неологізмів завдяки аналізу наукової літератури, присвяченої цій проблемі. У результаті чого було проаналізовано різні підходи до перекладу неологізмів та виокремлено основні прийоми перекладу неологізмів: транскрипція, транслітерація, калькування, метод прямого включення та описовий переклад. Окрім огляду теорії був здійснений власний переклад частини неологізмів. У процесі перекладу було виявлено певні тенденції у виборі прийомів перекладу.

Нами було опрацьовано 439 неологізмів, тому для зручності була використана програма Microsoft Excel, яка полегшила систематизацію та впорядкування матеріалу, а також кількісний аналіз неологізмів.

Отже, в магістерській роботі були використані різні методи та задіяні додаткові інструменти, що посприяло всебічному дослідженню неологізмів сучасної німецької мови.

Висновки до розділу 1

Неологізми – це лексичні одиниці або значення, які з’явилися в мові в певний період її розвитку, та стали загальноприйнятими і сприймаються новими протягом певного часу. Вони відрізняються від okazіоналізмів тим, що входять до загального вжитку, та від модних слів, які є трендовими словами у певний період часу і зазвичай не є неологізмами. Неологізми також можуть зникати з мови через відсутність потреби, як наприклад неологізми періоду НДР, які використовують зараз лише при вивченні історії.

Поява неологізмів – це результат мовних змін, доказ того, що мова динамічна і пристосовується до суспільства та подій у світі. Причин для виникнення неологізмів є багато. Насамперед це – науково-технічний прогрес, потреба в найменуванні нових явищ і об’єктів. Кризи та катастрофи можуть ініціювати появу неологізмів, оскільки спричиняють зміни у суспільстві та житті людей. Рушійною силою появи новотворів також вважають дискурс. Неологізми часто з’являються у процесі обговорення актуальних подій у суспільстві. Важливо зазначити, що існують також внутрішні фактори виникнення неологізмів. Мова еволюціонує і має тенденцію до спрощення та економії, в результаті чого з’являються нові форми.

Загалом неологізми можна поділити на нові лексеми та нові значення. До нових лексем належать абсолютні неологізми, новоутворення та запозичення.

Новоутворення виникають різними словотвірними способами, наприклад словоскладання, скорочення, деривація, контамінація та конверсія. Серед запозичень можна диференціювати прямі запозичення, кальки, неповні кальки, словотвірні запозичення, екзотизми та варваризми.

Неологізми відіграють важливу роль в мові і є багатофункціональними. Основними функціями неологізмів визначають номінативну, експресивну, комунікативну та темпоральну функції. Неологізми відображають зміни в суспільстві, стають невід'ємною частиною мови, допомагають донести думку та розкрити ставлення адресата до повідомлення.

Нові слова є свідками розвитку мови, саме тому досить важливо їх фіксувати в спеціальних словниках. Це дозволяє простежити способи творення нових слів, оглянути шляхи їх запозичення та адаптації. Укладанням словників неологізмів у Німеччині почали займатись в 1980-х роках. Філологи активно почали використовувати досягнення науки для документації неологізмів, тому створили онлайн-словники неологізмів, що значно полегшує дослідження змін в лексичному складі сьогодні.

Отже, неологізми є невід'ємною та важливою частиною мови. Вони відображають зміни в суспільстві та адаптують мову до нових реалій. Нові слова – це джерело збагачення мови, вони сприяють ефективній комунікації.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕОЛОГІЗМІВ

2.1. Основні типи неологізмів сучасної німецької мови

З метою аналізу змін у лексико-семантичній системі німецької мови, дослідження тенденцій появи нових слів, а також факторів, які впливають на розвиток словникового складу мови, було відібрано 439 неологізмів останнього десятиліття методом суцільної вибірки.

Відібрані неологізми згідно з класифікацією М. Кінне було поділено на два основні типи: нові лексеми та нові значення [47, с. 82-86]. Згідно з даними діаграми 2.1.1. серед 439 неологізмів переважна більшість (99 % або 436 одиниць) є новими лексемами та лише 1 % (3 одиниці) є новими значеннями.

Діаграма 2.1.1.



Прикладами нових лексем можуть слугувати такі слова, як *Drittanbietersperre* – блокування списань коштів іншими операторами з рахунку мобільного зв'язку, *Ampel-Aus*, що стало словом 2024 року, адже таку назву отримав розпад світлофорної коаліції, після того як О. Шольц звільнив міністра фінансів Лінднера [38]. До нових значень належить іменник *Antisemitismus*. Це слово набуло нового

значення після нападу терористичної організації Хамас на Ізраїль, який показав, що в Німеччині існує лівий антисемітизм [39].

Такий розподіл підкреслює той факт, що неологізми з'являються в німецькій мові переважно через появу нових лексем, а не через набуття нових значень уже існуючими словами. Адже до нових лексем належать і запозичення, яких в німецькій мові виявлено чимало. Отже, притримуючись класифікації М. Кінне, серед нових лексем визначаємо такі три види: абсолютні неологізми, новоутворення та запозичення. У дослідженій вибірці представлені лише 2 види: новоутворення та запозичення, що відображено на діаграмі 2.1.2.

Діаграма 2.1.2.



Дані діаграми 2.1.2 демонструють, що серед 436 нових лексем переважають новоутворення, нараховуючи 242 одиниці, що становить 56 %. До цієї групи належать слова, які утворились з наявного матеріалу в німецькій мові за існуючими способами словотворення, наприклад, *Extremwetterereignis* – екстремальне погодне явище, *Fahrstuhlmusik* – фонові музика чи *Jugendgarantie* – обіцянка забезпечити роботу чи освіту молоді. Водночас значну частку становлять запозичення – 194 одиниці, що складає 44 % від загальної кількості нових лексем, наприклад *vulnerabel* – вразливий, піддатливий до небезпек або пошкоджень; *Salsiccia* – італійська сира ковбаса зі свинини; також *Neurodiversität* – калька з англійської

neurodiversity. Лексема з'явилась внаслідок виникнення концепції нейророзмаїття, яка полягає в тому, що такі патології, як СДУГ, аутизм чи синестезія розглядають як природне розмаїття, а не захворювання.

Абсолютні неологізми, тобто такі, які не мають аналогічних словотвірних моделей, не представлені серед відібраних неологізмів.

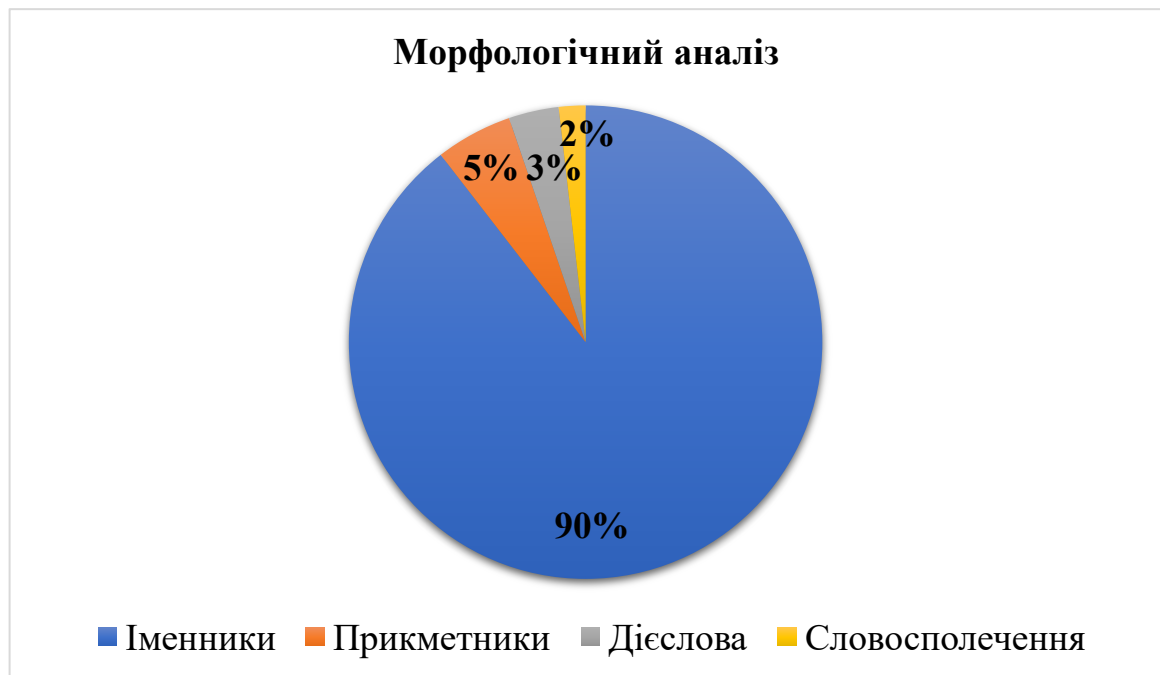
Згідно з М. Кінне серед нових значень можна виділити власне нові значення та запозичені значення. Серед трьох нових значень встановлено, що дві лексеми набули нових значень під впливом англійської мови. Лексема *safe* була раніше запозичена з англійської мови із значенням «захищений від зараження хворобою», пізніше вже усталене в німецькій мові слово *safe*, набуло нового значення під впливом англійської «безпечний, надійний», таким чином воно отримало нове запозичене значення [58]. Також слово *queer* (квір), яке в німецькій мові мало значення «дивний», набуло нового значення. Раніше, як зазначено у статті «Історія слова «квір» (переклад з англ. мови – мій. – Л. Ю.)», це слово мало в англійській мові негативну конотацію, та використовувалось як образливий термін для позначення гомосексуальних людей [44]. Проте в 21-му столітті це слово набуло символу гордості й поширилось у німецьку мову саме з позитивною конотацією та використовується для позначення людей іншої орієнтації, або ж які не орієнтуються на бінарні норми, сформовані суспільством і культурою.

Отже, ці дані свідчать, що сучасна німецька мова для розширення словникового складу активно використовує наявні словотвірні механізми та запозичення, тобто піддається іншомовному впливу. Наявність великої кількості запозичень серед неологізмів свідчить про значний вплив глобалізації та культурного обміну на німецьку мову.

2.2. Морфологічні характеристики неологізмів

Завданням практичної частини дослідження є аналіз структурних характеристик неологізмів, визначення способів їхнього утворення у сучасній німецькій мові та вивчення їхніх семантичних аспектів. Частиномовний аналіз неологізмів, як відображено на діаграмі 2.2., показав, що неологізми не з'являються в однаковій кількості у всіх частинах мови. Серед відібраних 439 неологізмів безперечно переважають іменники. Їх виявлено 395 одиниць, що становить 90 % від усієї кількості. Усіх інших частин мови значно менше, а саме 23 прикметники та 15 дієслів. Окрім цього серед неологізмів виявлено також словосполучення, хоча і небагато, 6 одиниць.

Діаграма 2.2.



Іменники домінують серед неологізмів, що є характерним для німецької мови, адже вони використовуються для точного позначення нових явищ, реалій, предметів чи концепцій. Головною функцією неологізмів вважають номінативну, яка забезпечує найменування нових явищ. У німецькій мові найпродуктивнішим

способом утворення неологізмів є словоскладання, велика кількість іменників утворена саме складанням кількох слів. У неологізмах нерідко спостерігається повторюваність окремих складників. Так, через процеси цифровізації серед неологізмів представлені іменники, які мають в структурі прикметник *digital*: міністерство цифровізації – *Digitalministerium*; відповідно фонд підтримки цифровізації – *Digitalfonds*; цифровий саміт – *Digitalgipfel*. Окрім того, через цифровізацію з'явилися електронні платіжні засоби – *Digitalgeld* та *Digitalwährung*.

В останні роки присутнє занепокоєння в суспільстві через зміни клімату. Тому серед іменників є ті, які мають компонент *Klima*, та використовуються для позначення різних явищ, наприклад *Klimatarier* – людина, яка уникає неекологічних продуктів; *Stadtklimatologe* – урбаніст-кліматолог, досліджує вплив міста на зміни клімату; *Klimagerechtigkeit* – кліматична справедливість; *Klimaangst* – тривога через зміни клімату. Проте не завжди прагнення турбуватися про клімат мають позитивні конотації, серед неологізмів є такі слова, як *Klimaschönfärberei* – прикрашання інформації про кліматичні заходи, щоб здаватися більш екологічно відповідальним; *Klimakleber*, *Klimachaoten*, *Klimaterroristen*, *Klima-RAF* – терміни, якими називають радикальних кліматичних активістів.

Швидкий науково-технологічний розвиток зумовив появу багатьох іменників як номінантів нових винаходів, продуктів. Серед них: *Bioprinter*, чи калька *Biodrucker*, – біопринтер; *Wearable* – пристрій, вбудований в одяг для збору даних; *Videobrille* – відеоокуляри; *Kaffeevollautomat* – автоматична кавоварка чи *Siebträgermaschine* – кавоварка з портафільтром, *Wallbox* – настінна зарядна станція для електромобілів, *Tauchroboter* – підводний робот. Серед іменників є також аббревіатури, наприклад *NFT* – цифровий сертифікат автентичності; 5G – п'яте покоління мобільного зв'язку.

Окремі іменники відображають нові реалії, в яких ми живемо, серед них: *Ukrainekrieg* – війна, яку проти України розпочала Росія, *Russlandsanktion* – санкція проти Росії, *Vorkrisenniveau* – докризовий рівень, *Preisdeckel* – цінова стеля.

Цікавим є іменник *SolidAHRität* утворений злиттям слів *Solidarität* + *Ahr* – кампанія з надання допомоги виноградарям після повені в долині річки Ар, пізніше це слово стало характеризувати велику готовність допомогти [40].

Прикметники (5 %) зустрічаються набагато рідше серед відібраних неологізмів ніж іменники, але відіграють важливу роль, адже виникають для позначення нових характеристик, які з'являються внаслідок виникнення різних тенденцій в суспільстві, нових поглядів на життя та змін цінностей. Багато прикметників пов'язані зі сферою харчування, адже в останні роки суспільство по-особливому цікавиться своїм раціоном та прагне до свідомого споживання. Такі прикметники, як *frugan* – харчування фруктами, *ovo-lakto-vegetarisch* – лакто-ово-вегетаріанський, *ovovegatarisch* – ово-вегетаріанський, *rohvegan* – сирोїд-веган, *biovegan* – біо веганський, *freegan* – фріган, показують, наскільки детально в мові відображені нові концепції.

Прикметники виникають також через потребу позначення нових поглядів на життя. Тому в німецькій мові можна зустріти такі прикметники, як *woke* – уважний до соціальної нерівності, *queer* – квір, *nichtbinär* – небінарний, не вписується у традиційну бінарну систему «чоловік – жінка».

Деякі нові прикметники виникають для характеристики людей: *oberhell* – жартівливо «надзвичайно розумний», *meinungsstark* – той, хто відстоює думку, *nerdig* – занадто захоплений чимось, «занурений» в деталі.

Дієслів менше, ніж прикметників, всього 3 %. Вони виникають для позначення нових видів діяльності людей, серед них ті, які пов'язані з розвитком нових технологій, наприклад *gamifizieren* – гейміфікувати; *vloggen* – вести відеоблог. Деякі дієслова відображають тенденції в соціальній сфері: *framen* – створювати наратив, *teasern* – зацікавлювати для стимулювання до подальшого переходу. Ці дієслова є запозиченими, проте серед неологізмів є також власне німецькі дієслова, наприклад *angstsparen* – економити зі страху; *scholzen* – описує ухильну манеру мовлення, приписувану канцлеру Шольцу.

Нові дієслова утворюються також для позначення сучасних видів дозвілля: *fatbiken* – кататись на фетбайку; *batteln* – змагатися в музичному, танцювальному або словесному поєдинку; *couchsurfen* – переночувати як член певної онлайн-спільноти у когось під час подорожі.

Словосполучення є найменшою групою серед відібраних неологізмів, та становлять 2 % від всієї кількості. П'ять словосполучень мають структуру іменникових словосполучень, та одне – речення. *Digital Wellbeing* або калька *digitales Wohlbefinden* – психічне і фізичне благополуччя, завдяки меншому використанню цифрових медіа; *generative Wende* – перелом у використанні генеративного ШІ; *urbaner Gartenbau* – міське садівництво; *mobiler Unterrichtsraum* – мобільне навчальне приміщення та *Sharing is Caring* – ділитися краще, ніж купувати.

Таким чином, морфологічний аналіз вибраних неологізмів показав, що іменники займають найвагомішу частку серед неологізмів, та їх значно більше ніж інших частин мови. Вони позначають нові явища, концепції, реалії та предмети, які з'являються у зв'язку з постійним розвитком та змінами сьогодні. Далі слідують прикметники, які описують нові характеристики людей, відображають зміну цінностей в суспільстві та детально відображають нові стилі харчування. З незначним відривом за кількісними показниками ідуть дієслова, які репрезентують нові види людської діяльності, пов'язані як із розвитком сучасних технологій, так і з появою нових форм проведення дозвілля. Останнє, але не менш важливе місце посідають словосполучення. Вони відображають нові концепції, які виникли в суспільстві.

2.3. Словотвірний аналіз новотворів

Новоутворення займають серед неологізмів останніх років найбільшу частку. Ці слова утворені за наявними в німецькій мові типами словотворення, як словоскладання, скорочення, афіксація, контамінація та конверсія, що відображено на діаграмі 2.3.

Діаграма 2.3.



2.3.1. Словоскладання як продуктивний спосіб творення неологізмів

Найпродуктивнішим способом, як показує діаграма 2.3, є словоскладання. Таким чином утворено 216 неологізмів, що становить більше 89 % від виокремлених нами новотворів. Таким чином це ще раз підтверджує, що словоскладання є найпродуктивніший спосіб творення слів в німецькій мові, адже у такий спосіб, як зазначають філологи, можна точно та лаконічно передати складні поняття [15, с. 121].

Неологізми-композиції можна поділити за структурою на два види, які, зокрема, розрізняє Б. Гінка [5, с. 102-103]:

- 1) Власне складні слова – це композити, утворені без допомоги сполучних елементів. Наприклад: композит *Hasskriminalität* (злочини через ненависть до певної групи або статі) складається з двох іменників *Hass* + *Kriminalität*, об'єднаних разом; *Schockanruf* (телефонний дзвінок з метою залякування або шахрайства) складається з іменників *Schock* + *Anruf*; чи *Netzpolitiker* (політик, який займається питаннями інтернет-політики) – *Netz* + *Politiker* тощо.
- 2) Умовно складні слова – це композити, об'єднані між собою за допомогою сполучних елементів. До сполучних елементів належать:
 - -(e)n: складне слово *Selektorenliste* (список пошукових параметрів для збору даних у розвідці) утворене шляхом поєднання іменників *Selektor* + *Liste* та *en* сполучний елемент; *Herrendutt* (чоловіча зачіска) складається з *Herr* + *en* + *Dutt*; *Insektenprotein* (білок, що міститься в комах і використовується як харчова або кормова добавка) утворений поєднанням *Insekt* + *en* + *Protein*.
 - -(e)s: композит *Lebensleistungsrente* утворений завдяки поєднанню *Leben* + *s* + *Leistung* + *s* + *Rente*; *Migrationspakt* (міграційний пакт); *Ortskraft* (працівник, який працює на місці: в офісі, установі).

За семантично-синтаксичним аспектом серед композитів більшість мають підрядні зв'язки, вони отримали назву детермінативних композитів. Детермінативні складні слова – це композити, де перший компонент визначає другий: *Flüchtlingskoordinator* – перший компонент (*Flüchtling*) уточнює, з якою сферою пов'язана діяльність координатора (*Koordinator*) – координатор у справах біженців; *Mizellenwasser* – компонент (*Mizellen*) уточнює вид води (*Wasser*) – міцелярна вода. *Wechselunterricht* – компонент *Wechsel* визначає, який це вид навчання – змішане навчання; *Tauchroboter* – перший компонент (*Tauch*) визначає призначення або функцію робота – підводний робот; *Blühwiese* – перший компонент *blüh-* визначає характеристику другого *Wiese* – квітучий луг.

Першим складником в детермінативних композитах можуть виступати різні частини мови:

1. Іменник: у більшості випадків перший компонент складного слова представлений іменником, що конкретизує значення головного слова: *Heizungsgesetz* – закон про опалення; *Antriebsart* – тип приводу; *Baumbestattung* – поховання під деревом; *Beitrittsperspektive* – перспектива вступу; *Dürresommer* – посушливе літо; *Gemüsebox* – ящик з овочами. Особливим є випадок з композитом *Fahrschuhmusik*, що дослівно означає – музика в ліфті, однак цей термін використовують для позначення фонові музики. Це пояснюється історичним фактом: спеціально створена непомітна музика використовувалася спочатку саме в ліфтах Нью-Йорка, щоб полегшити страх висоти. Відтак, у німецькій мові виникла лексема *Fahrschuhmusik* як позначення ненав'язливої фонові музики [36].
2. Прикметник: такі компоненти дають якісну характеристику основному слову: *Falschbehauptung* – хибне твердження, *Extremwetterereignis*.
3. Дієслово: дієслівний компонент вказує на дію чи функцію основного компонента. Як правило, в композитах зустрічаємо лише дієслівну основу: *Leihgroßeltern* від дієслова *leihen*; *Ladeschale* від дієслова *laden* – підставка для заряджання; *Tauchroboter* від дієслова *tauchen*, тобто робот, який занурюється.
4. Прислівник: зазвичай поєднується із віддієслівним іменником: *Sofortüberweisung* – миттєвий переказ.
5. Числівник: *Nullemission* – відсутність викидів шкідливих речовин у повітря.
6. Літера: *B-Promi* – знаменитість другої категорії. В цьому випадку літера *B* відображає нижчий ранг, адже літера *A* традиційно символізує найвищий рівень.
7. Словосполучення: *Zwei-Prozent-Ziel* – мета НАТО, щоб країни витрачали мінімум 2% ВНД на оборону; *Erstaufnahmeeinrichtung* – приміщення, де тимчасово розміщуються новоприбулі біженці; *Neun-Euro-Ticket* – місячний

квиток у Німеччині (червень–серпень), що дозволяв необмежено користуватися регіональним транспортом за 9 євро.

Серед неологізмів-комполітів не виявлено таких, які мають копулятивні зв'язки між семантично рівноправними компонентами.

За морфологічним аспектом серед складних слів виділяємо складні іменники, прикметники та дієслова. Найбільшу кількість серед комполітів становлять складні іменники. Адже часто складні поняття найлегше передати іменником, який передає усі деталі. Сюди можна віднести такі слова, як *Weidetierprämie* – грошова підтримка вівчарів; *Ankunftsnachweis* – тимчасове підтвердження реєстрації для біженців після прибуття до Німеччини.

Складні прикметники: *ehrfurchtheischend* – величний; *ewiggestrig* – старомодний; *klimagerecht* – кліматично справедливий; *meinungsstark* – той, хто відстоює думку.

Найменше серед сполук складних дієслів. Таким є дієслово *angstsparen*, утворено від іменника *Angst* та дієслова *sparen*.

2.3.2. Аббревіація, або скорочення слів

Інші способи словотворення виявили значно меншу продуктивність при утворенні неологізмів. Проте аналіз відібраних неологізмів показав, що серед них представлені скорочення, 9 одиниць. Такий спосіб є продуктивним, оскільки пов'язаний з тенденцією до лаконічності та економії мовних засобів. Б. Гінка узагальнив у своєму навчальному посібнику «Лексикологія німецької мови» різні типи скорочень, до них він відносить також і аббревіатури [5, с. 124-127]. Скорочення можуть зазнавати складні іменники та словосполучення, загалом серед неологізмів виокремили наступні варіанти скорочень:

- скорочення першого складника комполіта: *Infotafel* (повна форма *Informationstafel*) – інформаційна дошка; *E-Rezept* від *elektronisches Rezept* – цифровий медичний рецепт;

- скорочення обох (або й більше) складників композита: *Katwarn* (від *Katastrophenwarnsystem*) – система попередження про катастрофи; *Strabs* (від *Straßenausbaubeitragssatzung*) – комісія, яку стягують із власників сусідніх ділянок за будівництво доріг;
- скорочення композита із додаванням суфікса *-i*: *Glubschi* (від *Glubschaue*) – плюшева іграшка з дуже великими круглими очима;
- скорочення словосполучень: *Vokuhila* повна форма *vorne kurz, hinten lang* – зачіска: спереду коротко, ззаду довго (таким же чином був утворений прикметник *vokuhila*); *5G* (від *fünfte Generation-Netz*) – стандарт мобільного зв'язку з високою швидкістю передачі даних; *MUR* (від *mobiler Unterrichtsraum*) – мобільне навчальне приміщення.

У досліджуваній вибірці неологізмів зустрічаються також інші скорочення, оскільки вони прийшли в німецьку мову з англійської, ми розглядаємо їх як запозичення.

2.3.3. Афіксація

За допомогою афіксації/деривації утворено 8 неологізмів. Деривація – це вид словотвору, при якому до кореня додаються афікси, тобто суфікс та/або префікс. Залежно від того, який афікс додається до слова виокремлюємо суфіксацію та префіксацію. З додаванням суфікса утворено наступні неологізми: *Träumchen* – солодкий сон, маленька мрія, утворений поєднанням іменника *Traum* та зменшувального суфікса *-chen*; іменник *Quetschie* утворено від основи *quetsch-* із додаванням суфікса *-ie* – невеликий м'який пакет із пюре або йогуртом.

Суфіксальним способом утворено в основному прикметники: із додаванням заперечного суфікса *-los* утворені неологізми-прикметники: *kassenlos* – безкасовий; *diskussionslos* – без обговорення; *erfragbar* – доступний для запиту, основа від дієслова *erfragen* та суфікс *-bar*.

За допомогою префіксального способу утворено в основному дієслова: *einnetzen* – забити гол, префікс *ein-* та дієслово *netzen*; *mitmeinen* – включати у значення, мати на увазі разом із чимось, префікс *mit-* та дієслово *meinen*.

2.3.4 Інші способи словотворення неологізмів

У вибірці було виявлено також п'ять випадків контамінації: *Bomipel* – вбудований в проїжджу частину світловий сигнал, утворився злиттям іменників *Boden* та *Ampel*; *SolidAHRität*, злиття географічного топоніма *Ahr* із словом *Solidarität*; *Ottifant* – персонаж, придуманий німецьким коміком Отто Ваалкес, утворений шляхом злиття імені *Otto* та іменника *Elefant*. Неологізми *Öxit* та *Pflexit* утворені за аналогією до слова *Brexit*, *Öxit* – злиттям *Österreich* + *Exit*; *Pflexit* – *Pflege* + *Exit*.

Серед неологізмів зафіксовано два дієслова, утворені шляхом субстантивації: переходу з іменника в дієслово, тобто за допомогою конверсії. Дієслова *netzen* (забивати гол) та *scholzen* виникли в результаті вербалізації іменникових основ *Netz* та *Scholz* з додаванням формотворчого суфікса інфінітива *-en*.

Таким чином, переважна більшість новоутворень є складними словами, адже спосіб словоскладання є одним із найпродуктивніших способів словотворення в німецькій мові та властивий для іменників, які становлять більшість неологізмів. Композити завдяки поєднанню різних елементів забезпечують точну передачу значення. Інші способи словотворення – афіксація, скорочення, конверсія та контамінація – є значно менш поширені, але також зустрічаються.

2.4. Характерні особливості неологічних запозичень

Запозичення відіграють важливу роль у збагаченні словникового складу. Вищезазначений розподіл показав, що 44 % серед нових лексем останнього десятиліття займають запозичення, що є чималою часткою. Неологізми-

запозичення є свідками того, що мова є відкритою та гнучкою. До того ж ми живемо у глобалізованому світі, що має прямий вплив на мову, адже мови постійно перебувають в контакті між собою. Неологізми-запозичення відображають культурні, технологічні та соціальні впливи інших мов та культур на німецьку мову. Особливо помітним залишається вплив англійської, як провідної сьогодні в різних галузях. І з розвитком медіа її вплив є ще більш помітним. Проаналізувавши класифікації запозичень, виділяємо три основні типи: прямі запозичення, кальки та словотвірні запозичення – утворення нових слів за допомогою запозичених та запозичених і власних словотвірних елементів.

До прямих запозичень було віднесено 104 одиниці (54 %), вони приходять в німецьку мову майже без змін. До них належать досить часто слова, які виникли внаслідок розвитку нових технологій: наприклад, чат-бот на основі штучного інтелекту *ChatGPT*, заснований американською компанією *OpenAI*, що теж є запозиченням в німецькій мові; нова платіжна система *Ethereum*; нові соціальні мережі, наприклад, *TikTok* – ТікТок; чи платформа *X*, відома раніше як *Twitter*, хоча і не нова, але нову назву вона отримала в 2023 році після придбання її І. Маском.

Характеристикою прямих запозичень є те, що вони асимілюються в німецькій мові. Як зазначили Л. Рись, О. Бондарчук та Л. Пасик, асиміляція відбувається на різних рівнях, а саме фонетичному, орфографічному, морфологічному тощо [56, с. 108-109]. Так, на граматичному рівні англіцизми-іменники отримують артикль певного роду, категорія якого відсутня в англійській мові: наприклад, *das TikTok*, та типові граматичні форми, відмінки: *des TikTok[s]* (родовий відмінок). Іноді запозичені іменники можуть мати два роди, оскільки немає відповідних морфологічних характеристик (певних суфіксів) чи однозначних відповідників у німецькій мові, які могли б слугувати критерієм для встановлення роду запозичених іменників: наприклад, *die, der Battle*; *der, das Vlog* – відеоблог; *der, das Tahin*; *der, das X-Account* – аккаунт в соцмережі *X*; *das, die Granola*; *der, das LNG-Terminal* – LNG-термінал.

Правопис запозиченого слова теж пристосовується до норм німецької мови. Складні іменники пишуться нерозривно, або через дефіс, тому англійське слово *earlybird ticket* запозичене зі зміною правопису *Early-Bird-Ticket*, і означає «квиток куплений зі знижкою наперед», також іменник *seed bomb* пишеться в німецькій разом *Seedbomb*. Іноді запозичені складні іменники можуть мати декілька варіантів правопису, що можна пояснити періодом адаптації, становлення запозичення у німецькій мові. Так, наприклад, у німецькій мові одяг, який можна прати і носити знову без прасування, має три варіанти правопису: *das Wash and Wear*, *Wash-and-Wear*, *Wash-and-wear*. Часто зустрічаємо неологічні запозичення із двома варіантами правопису, наприклад: *downcyclen*, *downcyclen* – переробка матеріалів у виробі нижчої якості; *die Momjeans*, *Mom-Jeans* – джинси з високою талією; *Pushback*, *Push-back* – примусове повернення біженців; *Multikopter*, *Multicopter* – мультикоптер. У цих випадках словник Duden зазвичай визначає один із варіантів правопису як рекомендований, інший – як альтернативний.

Морфоологічна асиміляція дієслова проявляється передусім приєднанням до інфінітива граматичної морфеми *-(e)n*, яка є характерною для німецьких дієслів, наприклад: *framen*, *gamifizieren*, *fatbiken*, *vloggen*, *couchsurfen* або *-ern* та *-eln*, в дієсловах *teasern* та *batteln*. Їм характерні і інші граматичні форми, що притаманні граматичній парадигмі німецьких дієслів, наприклад: *couchsurfen* – *couchsurfte* (Präteritum), *couchgesurft* / *gēcouchsurft* (Partizip Perfekt). Наявність у словнику неологізмів двох варіантів утворення форми партиципу II можна пояснити невизначеністю характеру першого компонента цього дієслова. Дієслово сприймається як похідне з компонентом *couch*, котрий може функціонувати як відокремлюваний префікс, тоді маємо форму *couchgesurft* (порівняємо: *downloadet*), або ж як дієслово-комполит, у якому в німецькій мові при утворенні партиципу II цей компонент зазвичай не відокремлюється (порівняємо: *gestaubsaugt*).

У дослідженні виявлено також 23 кальки, що становить 11 %. Під калькою ми розуміємо буквальний переклад іншомовного слова, який може відбуватись на основі перекладу окремих слів, або ж морфем. Наприклад: *digitales Wohlbefinden* – від англійського *digital wellbeing*, *Klimatarier* від англійського *climatarian* – людина, що відмовляється від продуктів, що не можуть бути виготовлені нейтральним для клімату способом, чи *Triggerwarnung* переклад з англійської *trigger warning*, *Digitalwährung* від англійського *digital currency*, *Autofiktion* переклад з англійської *Autofiction* – літературний жанр, що поєднує автобіографію і вигадку. У німецькому варіанті *fiction* замінено на *Fiktion*, що є усталеним варіантом передачі латинського кореня *fictio*. Часто в процесі германізації відбувається заміна літери «с» на «к», наприклад *Faktenfinder* з англійської *Fact finder*. Також суфікси змінюються на німецькі, наприклад англійський суфікс *-ity* на німецький *-ität*: *Mikromobilität* від *micromobility* – мікромобільність, *Neurodiversität* – neurodiversity.

Найменшу частку серед запозичень займають неповні кальки – 1 % (2 лексеми). Неповні кальки (*Neue Lehnübertragungen*), як зазначають Л. Рись, Л. Пасик та О. Бондарчук, – це слова, які довільно передають іншомовну морфемну структуру [57, с. 255]. До них належать слова *Kryptogeld* від англійського *cryptocurrency*, та *Fillypferdchen* (ігрова фігурка поні), яке є довільною передачею морфемної структури англійського слова *filly pony*.

Серед запозичень виділили багато словотвірних запозичень 34 % (65 лексем). Це слова, які утворились в німецькій мові за допомогою іншомовних слів чи морфем, або ж іншомовних та рідних словотвірних засобів. Проте існують різні погляди щодо того, які слова є словотвірними запозиченнями, а які ні. У своєму підручнику В. Фляйшер та І. Барц зазначили, що словотвірні запозичення (*Fremdwortbildung*) утворюються з іншомовних елементів (*Fremdelementen*), які відрізняються від німецьких слів в тому, що вони мають іншомовну вимову чи не властиве німецькій мові написання [37, с. 61]. Тому під час дослідження ми не брали до уваги давно усталені іншомовні елементи, а лише неасимільовані, такі як,

Bleibechance, в цьому випадку *Chance* має не властиві німецькій мові написання та вимову. До словотвірних запозичень належить також *Fatbikefahren*. Цей неологізм утворений на основі поєднання запозиченого елементу *Fatbike* та німецького слова *fahren*.

До цієї групи віднесли складне слово *Life-Work-Balance*, колись запозичене з англійської як *Work-Life-Balance*, та проте, як зазначено в прес-релізі «Слова року 2024», через зміну цінностей, на перше місце було винесено слово *Life*, що означає приватне життя та дозвілля, а на другому місці тепер стоїть робота *Work* [38]. Іншими прикладами є такі неологічні слова, як *Chatnachricht* – текстове повідомлення в чаті, слова з іншомовним елементом *Video: Videosprechstunde* – відеоконсультація, *Videodolmetscher* – відеоперекладач, також є слова з елементом *Box: Wallbox, Kochbox* – набір для приготування їжі.

Іншомовний складник у гібридних утвореннях часто походить з англійської мови, як у словах *Schummelsoftware* чи *Telekommunikationsprovider* – провайдер телекомунікацій, *Digitalfonds* – фонд підтримки цифровізації. Іншомовні елементи можуть бути запозичені й з інших мов: французької – *Brotsommelier* (хлібний сомельє), *Zinszusatzreserve* (додатковий резерв страхових компаній); іспанської – *Gartenguerilla* (нелегальне висаджування рослин у публічних місцях); італійської – *Meinungskorridor*; японської – *Räuchertofu* (копчений тофу), *Sushireis* (рис, для суші); китайської – *Gojibeere* (ягода годжі); латинської – *Präsenzveranstaltung* (захід з особистою присутністю), *präkrastinieren* (виконувати справи занадто рано), *Nullemission* (відсутність шкідливих викидів) тощо. Окрім того словотвірні запозичення можуть бути утворені лише з іншомовних елементів, наприклад *Bikejöring* (вид спорту, у якому собака тягне велосипедиста) – *bike* взято з англійської та *jöring* (*Kjøring*) з норвезької. Розподіл цих типів запозичень представлено на діаграмі 2.4.

Діаграма 2.4.



Отже, запозичення відіграють важливу роль у збагаченні словникового складу німецької мови. Найчастіше слова приходять в німецьку без значних змін у формі чи вимові. Прямі запозичення адаптуються до граматичної системи та правопису німецької мови. Водночас значну частку становлять словотвірні запозичення, які свідчать про те що іншомовні елементи засвоюються в мові і потім поєднуються з іншими словотвірними елементами. Деякі іншомовні слова належать до кальок, тобто є дослівно перекладеними. Значно рідше можна зустріти неповні кальки. Таким чином аналіз запозичень показав, що німецька мова відкрита до запозичень, і вони відіграють важливу роль в її лексичному складі.

2.4.1. Іншомовний вплив на мову через запозичення

Наявність великої кількості запозичень серед неологізмів свідчить про те, що німецька мова піддається зовнішньому впливу. Щоб дослідити цей вплив ми класифікували запозичення за мовою, з якої слово прийшло. Під час аналізу ми не брали до уваги словотвірні запозичення. Цей розподіл відображено в таблиці 2.4.1.

Таблиця 2.4.1.

Розподіл запозичень за мовою-джерелом

Мова запозичення	Кількість	Процентне співвідношення	Приклади
Англійська	115	89 %	<i>Pushback</i>
Французька	7	5,4 %	<i>Balayage</i>
Арабська	2	1,6 %	<i>Bezness</i>
Італійська	2	1,6 %	<i>Panino</i>
Турецька	1	0,8 %	<i>Menemen</i>
Грецька	1	0,8 %	<i>Hyaluron</i>
Шведська	1	0,8 %	<i>Snus</i>
Усього	129	100 %	

Англійська мова домінує серед усіх мов – 115 слів (89 %), що відображає значний вплив США та англійської мови як джерела запозичень. Адже англійська мова – це *lingua franca*, тому є провідною в епоху глобалізації. Сфера технологій постійно розвивається і поповнюється новими термінами з англійської мови: *Bioprinter*, *Prompt*, *OpenAI*, *Multikopter*, *ChatGPT*, *Wearable*, *Videobrille*, *Remastering* – ремастеринг, *Clearnnet* – загальнодоступний інтернет, антонім до даркнету, *Bot* – автоматизована програма. Ці терміни свідчать про вплив англо-американського технологічного сектору на німецьку мову. Таким чином запозичення в сфері технологій підкреслюють гнучкість німецької мови до технологічних трендів.

Вплив англо-американської культури можна прослідкувати на соціальну сферу через виникнення нових концепцій. Наприклад, в останнє десятиліття в глобальному дискурсі порушується тема дискримінації, таким чином у німецьку мову прийшли слова *Wokeness* – уважність до соціальної несправедливості, та відповідно прикметник *woke*. У цій сфері з'явилися також й інші неологізми-запозичення: дієслова *framen*; *gamifizieren*; *matchen* – підходити; *Gaslighting* –

газлайтинг. Ці та інші запозичення цієї сфери свідчать про вплив та інтеграцію глобальних цінностей та концепцій.

Сфера дозвілля налічує більшість слів англійського походження, що відображає вплив англо-американської культури у сфері розваг. Наприклад, слова англомовного походження, такі як *Fatbiking*, *Fatbiker*, *fatbiken*, з'явилися для позначення катання на велосипеді з широкими шинами; від нього утворилось і словотвірне запозичення для позначення цього виду спорту *Fatbikefahren*. Іменник *Battle* означає музичний або танцювальний поєдинок, та відповідно дієслово для позначення цього виду діяльності – *batteln*. Таким чином, ці запозичення можна вважати відображенням впливу англо-американської культури та сучасних тенденцій у сфері відпочинку.

Відчутний вплив англо-американських тенденцій на німецькомовний світ і у сфері харчування, у результаті чого з'являються такі запозичення в німецькій мові, як *Nutriscore* – система маркування продуктів. Нові види веганства також проникають у німецьку мову та культуру, наприклад, прикметники *biovegan*, *freegan*. Серед запозичень є слова для позначення нових технологій у приготуванні страв, наприклад *Mealprep*, *Mealprepper* – готування страви заздалегідь. Ці запозичення підкреслюють, що німецька мова інтегрує міжнародні кулінарні інновації, харчові звички і глобальні рухи.

Окрім того серед запозичень є слова зі сфери медіа. Терміни *TikTok*, *X*, *X-Account* виникли у зв'язку з виникненням нових медіа. Зустрічаємо також дієслова для позначення видів діяльності в сфері медіа, наприклад: *teasern*, *vloggen*. Це демонструє вплив медійних інновацій та свідчить про їх значимість сьогодні.

У сфері моди теж прослідковуємо окремі запозичення. Наприклад, *Grooming* – догляд за зовнішністю для чоловіків, *Momjeans*, *Boxerbraids* – боксерські коси, *Calligraphycut* – вид стрижки.

У зв'язку з виникненням нової валюти – криптовалюти, в німецькій можна простежити такі запозичення як *Kryptogeld*, *Kryptowährung* для позначення криптовалюти, *Ethereum*, *Mining*, тощо.

В інших сферах також можна прослідкувати іноземний вплив, наприклад: *Bezness* – форма шахрайства, *Neurodiversität* – сфера здоров'я, *Kapselhotel* – капсульний готель, сфера житла тощо.

Вплив інших мов та культур значно менший. Наприклад, французька – 7 запозичень: *Pouf* – пуф, *Balayage* – балаяж, *Erzählcafé* – кафе для обміну життєвими історіями, *Frugalist*, *Salariat* – наймані працівники зі стабільною зарплатою. З арабської мови зафіксовано 2 запозичення: *Tahin* – кунжутна паста та *Bezness*. З італійської мови зафіксовано теж 2 лексеми: *Panino* – паніно та *Salsiccia*. З турецької є 1 запозичення: *Menemen* – менемен; 1 запозичення з шведської: *Snus* – снус; також 1 запозичення з грецької: *Hyaluron* – гіалуронова кислота. Хоча запозичень з інших мов значено менше, однак їх наявність свідчить про культурне розмаїття та вплив міграційних процесів, кулінарних традицій та філософських концепцій на німецьку мову.

Проаналізувавши сфери, в яких виникають неологізми-запозичення, можна побачити, що серед запозичень переважають ті, які стосуються соціальної сфери, технологій, дозвілля, моди. Більшість неологізмів-запозичень соціальної сфери мають англійське походження, відображаючи вплив англо-американської культури. Хоча в інших сферах, як встановили через дослідження, запозичень значно менше, але вони також зазнають впливу. Таким чином цей аналіз не лише ілюструє відкритість мови до іншомовних впливів, але й відображає культурний, соціальний та технологічний вплив на мову, що є невід'ємним чинником розвитку сучасної німецької мови в епоху глобалізації. Отже, більшість слів приходить з англійської мови, що свідчить про її значущий вплив, особливо в технологічній та соціальній сфері.

2.5. Семантичний аналіз неологізмів

Під час дослідження неологізмів, ми приділили також увагу семантичному аспекту. Адже дослідження тематичних груп неологізмів дозволить зрозуміти, які сфери розвиваються найбільш інтенсивно, а які зазнають значно менших змін.

Відібрані 439 неологізмів було розділено на тематичні групи відповідно до сфери їх вживання. Цей розподіл відображено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5.

Розподіл запозичень за тематичними групами

Семантична група	Кількість	Процентне співвідношення	Приклади
Соціальна сфера	95	21,7 %	<i>Familienpflegezeit, Pflegegrad</i>
Харчування	47	10,8 %	<i>Insektenprotein, Hybridfood</i>
Технології	41	9,3 %	<i>Pflegeroboter, Selektorenliste</i>
Політика	31	7 %	<i>Zwei-Prozent-Ziel, Öxit</i>
Екологія	27	6,1 %	<i>Klimagerechtigkeit, CO2-frei</i>
Здоров'я	24	5,5 %	<i>Kreidezahn, freitesten</i>
Дозвілля	23	5,2 %	<i>batteln, Glubschi, Filly</i>
Транспорт	22	5 %	<i>Antriebsart, Hyperloop</i>
Мода	20	4,6 %	<i>Blinkschuh, Boxerbraids</i>
Економіка	16	3,6 %	<i>Preisdeckel, Weizenkrise</i>
Медіа	16	3,6 %	<i>Faktenfinder, Vlog</i>
Фінанси	15	3,4 %	<i>angstsparen, Mining</i>
Житло	11	2,5 %	<i>Kapselhotel, Mietenwahnsinn</i>
Світ праці	10	2,3 %	<i>Gleitzeitvereinbarung, Pflexit</i>
Злочинність	10	2,3 %	<i>Löschzentrum, Precobs</i>
Психологія	9	2 %	<i>Mindset, Gedankenkarussell</i>

Освіта	8	1,8 %	<i>Wechselunterricht, MUR</i>
Спорт	6	1,4 %	<i>Gästefan, Bikejöring</i>
Мова	4	1 %	<i>Typo, Falschbehauptung</i>
Географія	1	0,2 %	<i>Indopazifik</i>
Музика	1	0,2 %	<i>Fahrstuhlmusik</i>
Усього	439	100 %	

Найбільш репрезентативною виявилася група «Соціальна сфера», яка об'єднала 95 одиниць (21,7 %). Це свідчить про те, що процеси в соціальній сфері залишаються одним із головних джерел мовних інновацій. До цієї групи належать неологізми, пов'язані з доглядом за іншими, наприклад *Familienpflegezeit* – час для догляду за родиною, *Pflegegrad* – ступінь потреби в догляді людини, *Familienarbeitszeit* – скорочений робочий час для догляду за дітьми або родичами. Виявлено також багато неологізмів, пов'язаних із соціальними виплатами в Німеччині: *Lebensleistungsrente* – поповнення (низької) пенсії за рахунок податків, *Mütterrente* – врахування додаткового року стажу за виховання дитини до 1992 року для пенсії, *Garantiesicherung* – гарантована соціальна допомога для нужденних без відрахувань, *Integrationspauschale* – сума державних коштів, призначена для соціальної (ре)інтеграції, *Kindergrundsicherung* – базова фінансова допомога для дітей. До того ж є нові лексеми, пов'язаних з міграцією, наприклад *Zuwanderungsgeschichte* – історія або біографія людини, що пов'язана з імміграцією.

Виокремлено неологізми, пов'язані з соціальними зв'язками: *Enkeltag* – день, присвячений онукам. Значення деяких слів цієї групи впливає не з прямого, а з переносного значення окремих компонентів: *Leihgroßeltern* утворений від дієслова *leihen* – «взяти, позичати», означає не буквально «позичання» людей, а найм літніх осіб, для виконання ролі дідусів та бабусь; *Meinungskorridor* – рамки прийнятних суспільством поглядів, тобто певний «коридор», у межах якого можна висловлювати думки, не наражаючись на критику; *Feierbiest* буквально «звір, що святкує», тобто людина, яка любить вечірки; *Schwarmintelligenz* – здатність

колективу поводитися осмислено; у цьому випадку відбувається перенесення значення від біології (поведінка рою бджіл, зграї риб) до соціології. Зазначені приклади демонструють ще одну функцію неологізмів: окрім номінативної, вони виконують творчу, надаючи мовленню виразності та образності.

Семантична група «Харчування» також налічує багато неологізмів – 47 одиниць. Це пов'язано з новими трендами в сфері харчування (*ovo-lakto-vegetarisch*, *ovovegetarisch*, *rohvegan*, *laktovegetarisch*, *frugan*, *freegan*). Окрім того з'являються нові страви, напої чи продукти, так як людство постійно прагне до чогось нового. До таких неологізмів належать: *Zwitter snack* – страва зі змішання різних продуктів; *Frappuccino*; *Fleischdrink* – напій на основі м'яса; *Filet Mignon* – філе міньйон; *Fleischersatz* – замінник м'яса; *Insektenprotein*; *Quetschie*. Значна частина неологізмів у сфері харчування виникає також під впливом кулінарних традицій інших країн, що зумовлено глобалізаційними процесами, міграцією та зростаючим інтересом до етнічної кухні: *Granola*, *Räuchertofu*, *Sushireis*; *Menemen*; *Tahin*; *Panino*; *Salsiccia*.

Останніми роками спостерігається підвищена увага до питань стійкого сільського господарства, раціонального використання ресурсів, зменшення харчових відходів та інтеграції технологій у харчову індустрію. Саме ці процеси зумовили появу нових лексичних одиниць. Таким чином сюди належать такі слова, як *Tunnelanbau* – вирощування під пластиковими тунелями; *Weidetierprämie* – допомога на утримання пасовищної худоби; *Doggybag* – пакет з ресторану для залишків їжі; *Foodcourt*; *Tomatenfisch* – аквапоніка.

До семантичної групи «Технології» належить 41 нова лексема. Ці неологізми напряму пов'язані з розвитком передових технологій, штучного інтелекту, оцифрування та автоматизації. Вони відображають появу пристроїв та винаходів, що ввійшли до загального вжитку, наприклад: *Pflegeroboter* — робот, призначений для догляду; *Balkonkraftwerk* – сонячна електростанція для домашнього використання на балконі; *Audioinhalt* – аудіоматеріал; *Ladeschale*; *Clearnet*;

Katwarn. У зв'язку з розвитком III виникли такі слова: *generative Wende*; *KI-Boom* – стрімкий і масовий розвиток і впровадження III.

Також активним є поповнення лексики сфери «Екологія», що насамперед відображає стурбованість людей навколишнім середовищем та прагненням змінити ситуацію і зупинити зміну клімату. Саме тому виникли неологізми, для позначення людей, які за це борються, інколи радикальними методами для привернення уваги: *Klimakleber*, *Klimachaoten*, *Klimaterroristen*, *Klima-RAF*, та неологізми, які позначають їхні дії: *Stalleinbruch* – насильницьке проникнення у стайні для фіксації жорстокого поводження з тваринами. До цієї групи також належать слова, пов'язані з екологічною енергією: *Bürgerenergiewende* – перехід до екологічної енергії, який здійснюють приватні кооперативи; *Bürgersolaranlage* – сонячна електростанція, якою володіють і керують приватні особи; *Bürgerwindpark* – кооператив для виробництва енергії за допомогою вітрових установок.

Неологізми з'являються й у сфері «Політика». Ця група налічує 31 неологізм, що свідчить про зміни в сфері політики. В останні роки в Німеччині відбувались зміни в парламенті, що зумовили виникнення таких слів, як *Ampelparteien* – це три партії, які утворили коаліцію; *Ampelregierung* – уряд-коаліція трьох партій; *Ampelzoff* – суперечка всередині німецької світлофорної коаліції; *Ampel-Aus* – кінець світлофорної коаліції. До цієї сфери також належать неологізми, які позначають конкретні заходи в політиці, спрямовані на вирішення нагальних проблем у суспільстві. Серед них: *Demografiestrategie* – стратегія демографічного розвитку; *Willkommenspolitik* – політичні заходи, які сприяють прийому біженців; *Migrationspaket* – комплекс законів для регулювання міграції; *Datenschutzgrundverordnung* – закон ЄС, що регулює обробку персональних даних громадян, *Familienentlastungsgesetz* – закон, що фінансово полегшує становище сімей, через податкові пільги; *Integrationspflichtgesetz* – правове регулювання для швидшої соціальної інтеграції біженців.

Сфера «Здоров'я» також зазнає впливу, адже через її постійний розвиток з'являються нові винаходи, такі як: *E-Rezept*; *Faszienrolle* – ролик для масажу фасцій; *Mizellenwasser*; *Hyaluron*. Окрім того, помітний вплив коронакризи на лексичний склад мови через такі слова, як: *Coronainfektion* – зараження коронавірусом; *Coronakrise* – криза, спричинена пандемією коронавірусу; *Coronaleugner/-in* – людина, яка заперечує COVID-19; *Coronapandemie* – пандемія, спричинена коронавірусом.

Сфера «Дозвілля» поповнюється новими словами із появою нових занять у вільний час чи трендів, наприклад: *Fatbikefahren*, *fatbiken*, *Fatbiker*, *Fatbiking*, *Battle*, *batteln*, *Feierabendlauf* – вечірній пробіг для аматорів, зазвичай близько 9,7 км. Цікавим є новий тренд у подорожуванні. Люди поєднують подорож з волонтерською допомогою, в результаті виникли наступні слова: *Voluntourismus*, *Voluntourist*, *Freiwilligentourismus*.

У сфері «Транспорту» з'являються неологізми через модернізацію та технологічний прогрес, наприклад *Bompel*; *Duplexgarage* – двоповерхове паркомісце з підйомником для двох авто; *S-Pedelec* – швидкий електровелосипед із швидкістю до 45 км/год.

Також є чимало неологізмів, котрі належать до семантичної групи «Мода». Адже з'являються нові тренди, наприклад, нові види зачісок: *Herrendutt*, *Männerdutt*, *Boxerbraids*; стрижок: *Calligraphycut*, *vokuhila*, *Vokuhila*; новий одяг та взуття: *Blinkschuh*, *Momjeans*, *Onepiece*, *Zehenschuh*.

Інші групи рідше поповнюються новими словами. Наприклад до семантичної групи «Економіка» належить 16 неологізмів, деякі з них пов'язані з кризовою ситуацією, наприклад *Weizenkrise* – криза через нестачу або високі ціни на пшеницю; *Lieferkettenkrise* – криза в системі постачання товарів через перебої та затримки; *Halbleiterknappheit* – нестача напівпровідників; *Chipmangel* – нестача електронних чіпів.

У сфері «Медіа» поява нових слів обумовлена виникненням соціальних мереж та їх розвитком, наприклад *Vlog*, *vloggen*, *TikTok*, *X*, *X-Account*. У зв'язку з розповсюдженням фейків виник неологізм *Faktenfinder* – журналіст, що перевіряє факти і спростовує фейки.

Семантична група «Фінанси» також поповнилась неологізмами, насамперед через стрімкий розвиток цієї сфери та переходу до безготівкової фінансової системи. Таким чином виникли такі слова як: *Digitalgeld*, *Digitalwährung*, *Kryptogeld* та *Kryptowährung* – електронні платіжні засоби; *Mining* – майнінг; *Ethereum*; *Echtzeitüberweisung* та *Instant Payment* – миттєвий переказ коштів.

Ще меншою кількістю неологізмів представлені семантичні групи «Житло», «Світ праці», «Злочинність», «Психологія». У сфері житла спостерігаємо трансформацію цієї сфери, виникнення нових видів житла, наприклад: *Kapselhotel* – капсульний готель; *Mikroappartement* – дуже маленька квартира-студія; *Schlafwürfel* – маленька кімната для ночівлі з місцем лише для ліжка.

У сфері праці з'являються такі тенденції, як: *Präsentismus* – прийти на роботу хворим або в нездатному стані; *Salariat*; *Ortskraft*. Також останніми роками в Німеччині можна спостерігати масовий вихід працівників зі сфери догляду – *Pflegexit*.

Окрім того, виникають нові види злочинів, тому до семантичної групи «Злочинність» належать неологізми: *Bezness*, *Hasskriminalität*; *Seedbomb* та *Samenbombe* – куля з насінням і ґрунтом для посадки рослин (часто незаконно); *Schockanruf*; *Gartenguerilla*.

Семантична група «Психологія» відображає зростання уваги до психічного здоров'я, тому виникають такі слова, як: *Selbstfürsorge* – самодопомога; *Mindset* – майндсет; *Triggerwarnung* – попередження про тригер. Нові лексеми цієї групи виникають також на позначення явищ, пов'язаних із стресом, тривожністю, наприклад: *vulnerabel* – вразливий; *Antiaggressionstraining* – тренінг для контролю та зменшення агресивної поведінки. Цікавим є неологізм *Gedankenkarussell*

(буквально «карусель думок»), у якому метафора каруселі надає образності слову та передає стан постійного обертання думок у голові.

Неологізми у сфері освіти також з'явилися у зв'язку з впровадженням нових технологій, наприклад *Distanzunterricht* – дистанційне навчання; *mobiler Unterrichtsraum*, *MUR*, *Schulcontainer* та *Unterrichtscontainer* – мобільне навчальне приміщення.

До семантичної групи «Спорт» належать, наприклад, нові види спорту: *Bikejöring* та *Canicross* – вид спорту, у якому собака тягне велосипедиста; *Dogscooter* – катання на самокаті, запряженому собакою, яка тягне його вперед.

У зв'язку з науково-технологічним розвитком у сфері мови виникають такі слова як: *Sprachmodell* – модель мови для розпізнавання чи генерації тексту; *Typro* – опечатка або помилка при друкуванні/наборі тексту.

Лексика семантичної групи «Погода» стосується погодних явищ *Dürresommer*; *Extremwetterereignis*. До сфери «Географія» належить один неологізм, для позначення стратегічно важливого регіону від Індійського до Тихого океану – *Indopazifik*. До сфери «Музика» було віднесено одну нову лексема – *Fahrstuhlmusik*.

Таким чином, семантичний аналіз неологізмів показав, що найчастіше нові слова виникають в соціальній сфері, що напряму пов'язано зі змінами в суспільстві, новими тенденціями та явищами. Через особливу увагу до харчування ця сфера часто поповнюється новими словами. Окрім того, нові лексеми виникають у галузі технологій, що напряму пов'язано з технологічним прогресом. У сфері політики особливу увагу приділяють сьогодні соціальному забезпеченню та екології. При цьому є й такі галузі, які зазнають менше впливу та не так часто поповнюються новими словами.

Висновки до розділу 2

Неологізми інтенсивно з'являються сьогодні в мові. Дослідження неологізмів сучасної німецької мови дозволило встановити тенденції в їхньому утворенні та їхні основні характеристики.

Частиномовний аналіз неологізмів показав, що найбільше серед них іменників, адже вони використовуються для найменування нових явищ та понять. Значно менше серед неологізмів представлено серед інших частин мови, проте вони теж присутні. Прикметники – характеризують нові явища, людей, дієслова – утворились для позначення нових видів діяльності та словосполучення – відображають нові концепції в суспільстві.

Переважна більшість неологізмів є новими словами, лише незначна кількість – це нові значення, що підкреслює тенденцію до виникнення нових слів у мові, а не набуття нових значень існуючими словами. Серед нових значень є запозичені.

Новоутворення домінують серед нових лексем. Вони утворені за існуючими моделями словотворення. Найбільше неологізмів утворено методом словоскладання. Менш продуктивними виявились такі способи творення неологізмів, як афіксація, скорочення, конверсія та контамінація.

Значну частку неологізмів становлять неологізми-запозичення, що свідчить про відкритість мови до іншомовного впливу. Неологізми-запозичення відіграють важливу роль у збагаченні словникового складу німецької мови. Дослідження форм запозичень показало, що найбільша кількість є прямими запозиченнями, які приходять у мову без змін та адаптуються до граматичної та орфографічної системи мови. Значно менше серед запозичень кальок, неповних кальок та словотвірних запозичень. Найчастіше запозичення приходять з англійської мови.

Аналіз семантики новітньої лексики показав, що неологізми відображають зміни в суспільстві та є дзеркалом впливу інших культур, соціальних тенденцій,

нових технологій та процесів глобалізації на німецьку мову. Найчастіше неологізми можна зустріти в соціальній сфері, сфері харчування, нових технологій, політики, екології, здоров'я, дозвілля та транспорту. Інші сфери, такі як мода, економіка, фінанси, медіа, світ праці також поповнюються новими термінами. Семантичний розподіл демонструє, як німецька мова адаптується до нових реалій, інтегруючи терміни, що відображають актуальні тенденції в суспільстві.

Отже, неологізми в німецькій мові виникають різними способами та збагачують лексичний фонд німецької мови. Вони є свідками того, що мова змінюється та зазнає постійного впливу через різні процеси в суспільстві.

Основні положення другого розділу відображені в трьох публікаціях автора [13, 14, 18].

РОЗДІЛ 3

ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ ВІДТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ

3.1. Особливості перекладу неологізмів

Проблематика перекладу неологізмів німецької мови українською не є ґрунтовно дослідженою. Певні аспекти цієї теми розглянуто в роботах окремих науковців. Так, у статті «Новоутворення в німецькій лексиці: природа, функціонування та особливості перекладу» Ю. Стежко підкреслює, що перекладач, працюючи з новоутвореннями, повинен мати глибоке розуміння культури країни мови оригіналу, бути обізнаним з актуальною соціально-політичною ситуацією в країні мовця, адже неологізми є відображенням змін у суспільстві та утворюються у відповідь на необхідність називання нових явищ та реалій життя [22, с. 124]. Так, наприклад, для адекватного перекладу неологізму *Ampelparteien* перекладачу необхідно чітко розуміти політичний устрій Німеччини та перекласти лексему, додавши пояснення: партії світлофорної коаліції, яка отримала свою назву через таку послідовність кольорів партій: СДП – червоний, ВДП – жовтий та Союз 90/Зелені. Таким чином, цей неологізм буде зрозумілим для цільової аудиторії. Як бачимо, складні слова німецької мови вимагають їхнього ґрунтовного аналізу, тому їх зазвичай перекладають за допомогою опису.

Складність перекладу німецьких композитів відзначають й українські науковці А. Шишко та О. Пономаренко, які досліджували переклад неологізмів англійської та німецької мов українською. Вони виділяють наступні стратегії перекладу неологізмів [26, с. 71]:

1. Калькування – дослівне відтворення неологізму.
2. Адаптація – пристосування неологізму до норм цільової мови. Може здійснюватися на графічному, фонетичному або семантичному рівні.

3. Транскрипція – передача звучання неологізму за допомогою фонетичних засобів цільової мови.
4. Транслітерація – передача написання неологізму шляхом заміни його літер літерами цільової мови.
5. Гібридне запозичення – часткове запозичення, коли один елемент неологізму перекладається, а інший залишається іншомовним.
6. Описовий переклад – переклад неологізму через пояснення його значення.

У розвідці, присвяченій дослідженню особливостей перекладу неологізмів у сфері моди, А. Гудманян та І. Баклан запропонували алгоритм перекладу неологізмів, що складається з трьох етапів [6, с. 56]:

- перший етап – передперекладацький, що полягає у з'ясуванні значення неологізму з урахуванням контексту та невербальних засобів.
- другий етап – технологія перекладу. На цьому етапі перекладач обирає найкращий прийом перекладу неологізму, аби зробити переклад адекватним.
- третій етап – постперекладацьке редагування, що включає в себе перевірку якості та адекватності перекладу.

Окрім того, ці ж автори пропонують розмежовувати поняття стратегія, спосіб та прийом перекладу. До стратегій перекладу належать очуження та одомашнення. Під час перекладу неологізмів краще надавати перевагу стратегії очуження. Є два способи відтворення неологізмів: власне переклад та перенесення слова без змін в цільову мову. До перекладацьких прийомів вони відносять: лексичне запозичення (шляхом калькування чи транскрипції), модуляція – передача змісту через зміну форми на основі вербалізації інших ознак, експлікація – розгорнуте представлення змісту лексеми (описовий переклад), імплікація – стискання до коротшої форми шляхом вилучення семантично надлишкових елементів [6, с. 56].

При дослідженні труднощів перекладу англomовних неологізмів Л. Власюк виокремлює наступні можливі трансформації: підбір відповідника; калькування; транскрипція та транслітерація; описовий переклад; пряме включення [2, с. 39-40].

Останній означає передачу неологізму в оригінальній формі. Такий спосіб застосовується у випадку, якщо ніякий із способів перекладу не є доречним, наприклад під час перекладу назви бренду, аббревіатури тощо.

Дослідженням перекладу неологізмів займалась також І. Гаврилова [3]. Її наукова розвідка присвячена перекладу неологізмів у сфері медицини, кількість яких особливо зросла у зв'язку з пандемією COVID-19. Авторка статті охарактеризувала поширені способи передачі неологізмів українською, серед них калькування, описовий переклад, транслітерація, транскрипція та наближений переклад [3, с. 127].

Таким чином, переклад неологізмів – це не просто передача нових слів, а відтворення явищ, пов'язаних з культурою та суспільством. Неологізми – це слова, які активно з'являються в нашій мові та стають викликом для перекладачів. Тому перекладач повинен добре знати мову, культуру та розуміти, у якому контексті вживається слово, аби якнайточніше та адекватно передати значення слова. Існує багато прийомів перекладу неологізмів. Їх вибір залежить від того, яким є цей неологізм, до якої сфери належить та чи має культурне забарвлення. Адже перекладач залежно від неологізму обирає відповідний прийом перекладу, який найбільше підходить для його адекватного відтворення. Отже, під час перекладу необхідно приділяти увагу кожному окремому випадку та аналізувати усі нюанси.

3.2. Прийоми перекладу неологізмів німецької мови

Як показує аналіз останніх публікацій, неологізми можна перекладати за допомогою різних прийомів. Вибір перекладацького прийому залежить від самого неологізму, його структури та семантики, виду тексту, в якому він вживається, цільової аудиторії тощо. Нижче розглянемо найпоширеніші способи перекладу неологізмів.

3.2.1. Транслітерація, транскрипція та метод включення

Першими розглянемо прийоми транслітерацію та транскрипцію. Оскільки ці способи є досить поширеними під час відтворення неологізмів засобами іншої мови. Транслітерація та транскрипція – це передача іншомовного слова за допомогою звукових (транскрипція) або графічних (транслітерація) засобів цільової мови. Ці прийоми застосовують, як зазначає Л. Власюк, для передачі термінів та власних назв [2, с. 39].

Серед проаналізованих нами неологізмів останнього десятиліття прикладами транслітерації можуть слугувати *Menemen* – менемен; *Panino* – паніно. Варто зазначити, що ці слова запозичені в німецьку мову з інших мов внаслідок набуття популярності страв інших народів, тому під час передачі їх засобами української мови доцільно використовувати саме транслітерацію, адже позначувані страви відсутні як в українській, так і в німецькій культурі харчування. Однак запозичення назв разом із позначуваними речами дозволяє розуміти їх як особливий вид страви та її характерні ознаки. Прикладами транслітерації також виступають *Battle* – батл; *Canicross* – канікрос; *Bot* – бот; *Snus* – снус; *Granola* – гранола; *Vlog* – влог. Неологізм *Vlog* утворений шляхом контамінації, злиттям лексем *video* + *blog*, тому його можна перекласти також калькуванням, використовуючи повні варіанти вихідних морфем: відеоблог.

За допомогою транскрипції перекладено терміни з різних сфер, зокрема:

- дозвілля: *Fatbiker* – фетбайкер, *Fatbike* – фетбайк;
- технології: *Hackathon* – хакатон, *Multikopter* – мультикоптер, *Bioprinter* – біопринтер;
- соціальна сфера, *Line-up* – лайн-ап, *queer* – квір;
- та інші, наприклад: *Balayage* – балаяж, *Frappuccino* – фрапучіно, *Mealprep* – мілпреп, *Prepping* – препінг, *Ecobrick* – екобрік, *Foodcourt* – фудкорт, *Pouf* – пуф, *Hyaluron* – гіалурон, *Filet Mignon* – філе міньйон.

Оскільки немає повних звукових та графічних відповідників у системах німецької/англійської та української мов, передача слова мови оригіналу мовою перекладу може бути неточною: *Grooming* – грумінг; *Mining* – майнінг; *Clearnet* – клірнет. Іноколи транскрипцію поєднують з транслітерацією: *Gaslighting* – газлайтинг; *Remastering* – ремастеринг; *Lifhack* – лайфхак, тому науковці іноколи послуговуються ще терміном «транскодування», під яким розуміють транскрипцію, транслітерування, або ж їхнє поєднання при передачі іншомовного слова [8, с. 17]. Ці прийоми також використано при передачі неологічних власних назв: *TikTok* – ТікТок (із збереженням особливостей написання); *Ethereum* – етеріум.

Основна кількість наведених прикладів є термінами, які називають новинки у певних сферах, або ж є власними назвами, які в німецькій мові є неологізмами-запозиченнями з англійської чи інших мов. Через глобалізаційні процеси у світі нові тренди, технології, суспільні явища швидко набувають поширення у всьому світі, і їхні назви можуть ставати інтернаціональними, оскільки часто запозичуються одночасно в різні мови, особливо великий вплив на інші мови відіграє сьогодні англійська. Тому при відтворенні таких неологізмів-запозичень часто можемо послуговуватися транслітерованим чи транскрибованим неологічним запозиченням з англійської, уже наявним в українській мові.

У деяких випадках доцільно зберігати оригінальну форму неологізму без перекладу. Такий прийом називається методом прямого включення. Він застосовується переважно під час перекладу назв компаній, сервісів, застосунків або аббревіатур. Наприклад, власна назва ШІ *ChatGPT*; назва компанії *OpenAI*; власна назва системи маркування харчових продуктів *Nutri-Score*; назва соцмережі *X*; власна назва технічного обмеження *SIM-Lock*; аббревіатури: *NFT*; *5G*. У таких випадках перекладач може надати коротке пояснення або розшифрування при першому вживанні, або ж, якщо текст не є технічним, а призначений для широкої аудиторії, то можна надати більш широке пояснення читачам: *SIM-Lock* – блокування телефону для використання лише з певним оператором; *NFT* (*non-*

fungible token) – невзаємозамінний токен. Проте в подальшому в тексті доречно використовувати лише оригінальне написання. Також неологізм *ChatGPT*, перекладають, використовуючи вже наявний еквівалент до компонента *Chat* – чат GPT. Варто зазначити, що таким чином передаємо лише неологізми-запозичення з англійської мови, вони зберігають своє оригінальне написання в інших мовах з можливою незначною адаптацією написання, таке перенесення назви без змін може мати за мету збереження пізнаваності продукту чи торгової марки серед споживачів різних країн.

3.2.2. Калькування, модуляція та пояснення

Ще одним поширеним прийомом перекладу неологізмів є калькування – буквальний переклад складників слова. Цей прийом застосовується у випадках, коли слова не мають культурного забарвлення. Наприклад, складні слова німецької мови перекладаємо відповідними словосполученнями української: *Betrugssoftware*, *Schummelsoftware* – шахрайське програмне забезпечення; *Schnellladestation* – станція швидкої зарядки; *Digitalgeld* – цифрові гроші або ж електронні платіжні засоби; *Digitalwährung* – цифрова валюта; *KI-Boom* – бум штучного інтелекту; *Kapselhotel* – капсульний готель; *Klimaterroristen* – кліматичні терористи; *Chipmangel* – дефіцит мікрочипів; *Fleischersatz* – замінник м'яса; *Falschbehauptung* – неправдиве твердження; *Tattooeffekt* – тату-ефект, ефект татуювання; *Boxerbraids* – боксерські коси; *Hybridfood* – гібридна їжа; *Samenbombe* – насіннева бомба. Рідше вдається утворити в українській мові відповідне складне слово: *Videobrille* – відеоокуляри. Зазвичай способом калькування передаються і словосполучення: *urbaner Gartenbau* – міське городництво; *digitales Wohlbefinden* – цифровий добробут; похідні слова з префіксоїдами: *Kryptowährung* – криптовалюта; *Biodrucker* – біопринтер; *Mikromobilität* – мікромобільність; із заперечною часткою не: *nichtbinär* – небінарний; *Digitalministerium* – міністерство цифровізації; *Digitalgipfel* – цифровий саміт; *Klimagerechtigkeit* – кліматична справедливість;

Klimaangst – кліматична тривога; *Tauchroboter* – підводний робот; *Vorkrisenniveau* – докризовий рівень; *Preisdeckel* – цінова стеля; *ovo-lakto-vegetarisch* – лакто-ово-вегетаріанський; *ovovegatarisch* – ово-вегетаріанський.

Інколи калькування не забезпечує повного розуміння позначуваного поняття, як от дослівний переклад оксиморонного композита *Barfußschuh* – босоноге взуття, босо-взуття (взуття, призначене для імітації відчуття ходьби босоніж), однак видається вдалим прийомом, оскільки зберігає стилістичне маркування неологізму. Оскільки цей неологізм прийшов у німецьку мову з англійської *barefoot shoes*, то в українській мові є ще й інший варіант перекладу – барефут/ *barefoot* взуття.

Як бачимо, калькування можна застосувати як до неологізмів, утворених різними способами словотворення в німецькій мові з німецьких та іншомовних словотвірних компонентів, так і для передачі неологізмів-запозичень. Інколи при цьому вдається зберегти і спосіб творення слова, як от при передачі неологізмів *Voluntourismus*, *Voluntourist* в українській мові слова-контаміанти волонтуризм, волонтурист зберігають розпізнавану морфемну структуру, асоційовану із інтернаціональними словами «волонтер» та «туризм», що дозволяє використати українські відповідники морфем та утворити контаміновані конструкції, хоча при потребі можна перекласти словосполученнями волонтерський туризм, волонтер-турист відповідно.

Іншим способом перекладу неологізмів є модуляція: це прийом перекладу, при якому змінюється формулювання, а зміст залишається без змін. Цей прийом дозволяє, зробити переклад насамперед адекватним, а також природним. Прикладом модуляції є переклад неологізму *Umweltspur*, що буквально означає смуга довкілля. Однак такий варіант не відповідає звичному вживанню в українській мові. Тому термін перекладається як екологічна смуга, тобто смуга на дорозі, призначена для екологічного транспорту (електромобілів, велосипедів тощо). Іншими прикладами модуляції є: *Digitalgipfel* – саміт із цифровізації; *Servicehelfer* – соціальний помічник; *Klimachaoten* – кліматичні хулігани; *Indopazifik*

– Індо-Тихоокеанський регіон; *Fachperson* – фахівець; *vloggen* – знімати влоги. Таким чином, модуляція забезпечує адаптацію неологізму, адже ми зберігаємо значення слова мови оригіналу, однак зміна його форми сприяє його кращій інтеграції у лексико-семантичну систему української мови.

У випадках, коли неологізм є реалією або позначає поняття, яке не має точного відповідника в українській мові, застосовується описовий переклад. Цей прийом полягає у передачі значення через розгорнутий опис. Описовий переклад дозволяє пояснити нове явище, навіть якщо воно незнайоме україномовним читачам. Наприклад, *E-Rezept* – електронний медичний рецепт; *Superrecogniser* – людина з надзвичайною здатністю розпізнавати обличчя; *Vokuhila* – стрижка, при якій волосся спереду коротке, а ззаду довге; *Bompel* – вбудований у тротуар світловий індикатор для пішоходів; *Strabs* – плата, яку власники ділянок сплачують за будівництво або ремонт дороги; *Glubschi* – плюшева іграшка з дуже великими круглими очима; *Quetschie* – упаковка з пюре або йогуртом для дітей; *Fillypferdchen* – колекційна іграшка у вигляді поні рожевого кольору; *Träumchen* – образне позначення приємного моменту, маленької мрії; *Klimatarier* – людина, яка уникає неекологічних продуктів у раціоні; *Fitnesszelt* – тимчасова конструкція на відкритому повітрі для занять спортом; *Netzpolitiker* – політик, який займається питаннями інтернет-політики; *Life-Work-Balance* – баланс між особистим життям та роботою; *Selektorenliste* – список пошукових параметрів для збору даних у розвідці; *Klimakleber* – кліматичні активісти, які приклеюють себе до асфальту; *Sammelquartier* – збірний притулок для біженців; *Pflexit* – вихід з доглядової сфери; *Pflegeroboter* – робот, який використовується в догляді за хворими та літніми людьми.

Описовий переклад є доцільним у випадках, коли перекладаємо терміни, пов'язані з політичною ситуацією в країні, наприклад: *Ampel-Aus* – розпад «світлофорної» коаліції; *Ampelzoff* – суперечка в «світлофорній» коаліції; *Deutschlandkoalition* – урядова коаліція, яка складається з трьох партій. Більш

поширеного опису вимагають окремі німецькі складні слова, що є скороченим варіантом назви, який не передає усієї інформації про найменоване поняття, наприклад: *Digitalministerium* є скороченою назвою новоутвореного міністерства ФРН: Bundesministerium für Digitales und Staatsmodernisierung – Федеральне міністерство цифрової та державної модернізації; *Pflegestärkungsgesetz* (скорочене найменування повної назви закону Gesetz zur Stärkung der pflegerischen Versorgung und zur Änderung weiterer Vorschriften) – закон, спрямований на реформування та зміцнення системи догляду; *Krankenhausstrukturgesetz* – закон про реформу німецької системи охорони здоров'я щодо медичного забезпечення в лікарнях. Пояснення вимагають і складні слова, які є метафоричним найменуванням певного поняття, та які не завжди можна передати із збереженням метафоричного перенесення значення одного із складників. Так, у наступних композитах основний складник *Bremse* (гальмо) використано у переносному значенні «гальмування, стримування чогось»: *Migrationsbremse* – заходи зі стримування міграції; *Gaspreisbremse* – механізм стримування цін на газ; *Mietpreisbremse* – регулювання орендної плати за квартири. За допомогою описового перекладу можна зберегти зрозумілість неологізму для цільової аудиторії.

Іноді неологізм перекладають, поєднуючи різні прийоми, особливо у випадку його передачі за допомогою транскрипції чи транслітерації можна додати ще коротке пояснення, поєднавши таким чином два прийоми перекладу. Таке поєднання прийомів є доречним, коли слово не є відомим широкій аудиторії, наприклад: *Gaslighting* – газлайтинг, психологічне насильство; *Line-up* – лайн-ап, список учасників; *Mikromobilität* – мікромобільність, пересування містом за допомогою електросамокатів, велосипедів; *Bezness* – безнесс, шахрайство, що полягає в імітації романтичних стосунків на курортах з метою отримання грошей; *Frugalist* – фругаліст, людина, яка заощаджує, щоб раніше вийти на пенсію.

Неологізми, які в німецькій мові складаються з поєднання іншомовного та власне німецького компонентів, часто перекладаємо поєднанням калькування та

транскрипції чи транслітерації, наприклад: *Chatnachricht* – повідомлення в чаті; *Lockdown-Kinder* – діти локдауну; *Momjeans* – джинси мом; *Friendzone* – френдзона; *Videosprechstunde* – відео консультація; *Videodolmetscher* – відеоперекладач. Під час перекладу українською мовою запозичений з англійської компонент відтворюється шляхом транскрипції, що свідчить про великий вплив англійської мови на німецьку та українську, оскільки саме з англійської обидві мови отримують найбільшу кількість прямих запозичень.

Таким чином неологізми можна перекладати різними прийомами, що залежить насамперед від структури неологізму, його семантики, сфери застосування, його походження, культурного забарвлення. Власні назви, терміни з різних сфер, зазвичай запозичені з англійської мови в німецьку, перекладають на українську транскрипцією, транслітерацією або методом включення, часто їхні еквіваленти вже є в українській мові, так, як вже були запозичені в українську мову з англійської. Неологізми, які мають культурне, стилістичне забарвлення чи є реаліями перекладають в основному описовим методом, так як інакше значення не буде зрозумілим цільовій аудиторії. Складні слова, якщо вони не відображають культурні особливості країни, можна перекласти калькуванням, утворюючи зазвичай відповідні словосполучення в українській мові.

Висновки до розділу 3

Отже, переклад неологізмів – це складний процес, який вимагає особливої уваги до значення нової лексичної одиниці, її структури, сфери вживання, культурного забарвлення та правильного вибору прийому перекладу лексеми. Неологізми часто позначають нові поняття, явища чи реалії, тому перекладач має не лише знайти відповідник у цільовій мові, а й забезпечити його зрозумілість для аудиторії.

Аналіз перекладацьких прийомів засвідчив, що неологізми можуть передаватися різними способами: калькуванням, транскрипцією, транслітерацією, методом прямого включення, модуляцією, описовим перекладом, а також шляхом комбінування кількох прийомів. Вибір конкретного прийому зумовлений значенням неологізму, типом позначуваного поняття (власна назва, термін), сферою вживання, культурною та стилістичною маркованістю. Значна кількість термінів відтворюється шляхом транскрипції та транслітерації. Для передачі власних назв простежується тенденція до використання методу прямого включення, тобто збереження неологізму в оригінальному вигляді. Переважна більшість термінів і власних назв досліджуваної вибірки є англійськими запозиченнями, які функціонують і в українській мові, тому в перекладі застосовуються усталені в українській мовній практиці неологічні англіцизми-запозичення. Модуляція дає змогу адаптувати неологізм до граматичних норм мови перекладу із збереженням його змісту. Описовий переклад особливо поширений під час відтворення реалій, що потребують додаткового пояснення. У низці випадків неологізм доцільно передавати шляхом поєднання двох перекладацьких прийомів, зокрема коли йдеться про малопоширені лексичні одиниці, які не будуть повністю зрозумілими цільовій аудиторії за умови використання лише транскрипції чи транслітерації.

Аналіз відтворення неологізмів засвідчує, що для досягнення адекватності перекладу необхідно обирати такий перекладацький прийом, який забезпечить зрозумілість для реципієнта та відповідність вимогам певного виду дискурсу. Лише за цих умов можливо точно й доступно передати неологізм мовою перекладу.

Основні положення третього розділу відображені в публікації автора у фаховому журналі категорії Б [20].

ВИСНОВКИ

Неологізми є важливою частиною лексичного складу мови, вивченням яких займається наука неологія, яка розвинулась лише в 20-му столітті після так званого «неологічного буму». В останні роки дослідженню неологізмів приділяють велику увагу, адже вони відіграють важливу роль у збагаченні лексичного фонду мови та відображають її розвиток.

Неологізми з'являються в мові в певний період розвитку, сприймаються новими протягом певного часу та можуть бути як новими лексемами, так і вже існуючими словами, але з новим значенням. Мова поповнюється новими словами досить інтенсивно, їх виникнення зумовлено різними причинами, серед них: нові тенденції та зміни в суспільстві, науково-технічний прогрес, іншомовний вплив, глобалізаційні процеси. Світ не стоїть на місці і нові слова є відображенням того, що все змінюється.

Неологізми є багатофункціональними, основною їхньою функцією є номінативна – називання нових явищ, предметів та процесів. Проте не менш важливою є і комунікативна функція, яка сприяє досягненню взаєморозуміння. Крім того, неологізми виконують і низку інших функцій: експресивну – підсилюють вплив на адресата; творчу – відображають виразність; трендову – відображають зміни в суспільстві; формування ідентичності – свідчать про належність до певної соціальної групи; характерологічну - характеризують явища, тощо. Дослідження неологізмів допомагає прослідкувати як розвивається мови та дослідити іншомовний вплив, тому й існують спеціальні словники, які фіксують нові слова.

У результаті морфологічного аналізу вибірки неологізмів було встановлено, що найбільше серед неологізмів є іменників, що зумовлено потребою у позначенні нових об'єктів і явищ. Однак у мові також з'являються нові прикметники для опису нових характеристик, дієслова для позначення нових видів діяльності людей,

словосполучення, що свідчить про розширення тематичних і функціональних можливостей неологізмів.

Аналіз неологізмів за типами показав, що нових значень досить мало серед неологізмів, більшість неологізмів є новими лексемами. Серед нових лексем переважають новоутворення. Найбільш продуктивним способом творення неологізмів залишається словоскладання, що дозволяє лаконічно й точно позначити складні поняття. Словоскладання домінує при утворенні іменників німецької мови, адже дає можливість виразити різноманітні характеристики позначуваного поняття за допомогою означуваного слова, яким може виступати будь-яка частина мови, літери і словосполучення. Разом із цим деякі слова утворені також за допомогою афіксації, скорочення, конверсії та контамінації.

Серед нових лексем значну частку складають неологізми-запозичення, що свідчить про відкритість німецької мови до лексичного збагачення під впливом глобалізаційних процесів та зростаючої ролі англійської мови як мови міжнародного спілкування. Найчастіше запозичення є прямими, вони приходять майже без змін та адаптуються до правопису, граматичних норм та вимови німецької мови. Окрім цього серед запозичень є словотвірні запозичення, кальки та неповні кальки. Неологізми-запозичення є свідками того, що німецька мова піддається зовнішньому впливу. Найбільше запозичень зафіксовано з англійської мови, адже це світова мова, тому нові терміни зі сфери технологій, соціальної сфери та інших приходять саме з англійської.

У ході дослідження також був проведений семантичний аналіз, який демонструє, що найчастіше неологізми виникають у соціальній сфері, сферах харчування, технологій, політики, екології, здоров'я, дозвілля й транспорту. Вони відображають нові тенденції в суспільстві, нові явища та нові предмети. Меншу частку складають неологізми, що належать до таких семантичних груп як мода, економіка, фінанси, медіа, світ праці, освіта, спорт, мова, погода, географія та музика, однак і ці сфери демонструють здатність мови до швидкої адаптації.

Переклад неологізмів є викликом для перекладача, так як ці слова є новими і їх передача вимагає уваги до деталей, адже вони позначають нові поняття, можуть мати культурне чи стилістичне забарвлення. Аналіз перекладу неологізмів показав, що існують різні прийоми їхнього відтворення засобами української мови. Перекладач обирає найбільш підходящий прийом перекладу. До найпоширеніших належать: транскрипція, транслітерація, метод прямого включення – для передачі власних назв, термінів; калькування – при перекладі складних слів, які не є словами-реаліями; описовий переклад – для перекладу неологізмів, які відображають явища, притаманні для країни мови-джерела; модуляція – для передачі змісту поняття, але із змінами у формі найменування. Іноді доцільним є поєднання двох методів перекладу, аби неологізм був зрозумілим для цільової аудиторії.

Таким чином, дослідження допомогло встановити загальні характеристики неологізмів сучасної німецької мови та дослідити прийоми їх перекладу. Неологізми є важливим джерелом оновлення та збагачення словникового складу німецької мови. Вони відображають, як мова змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар, Н. В., Осіпчук, Н. В. Роль неологізмів у сучасному англomовному та німецькомовному медійних дискурсах. *Нова філологія*, (89). 2023 С. 43-49. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2023-89-6> (дата звернення: 13.02.2025).
2. Власюк Л. С. Труднощі перекладу англomовних неологізмів. *Актуальні проблеми функціонування мови та літератури в полікультурному суспільстві: матеріали науково-практичної конференції*. Полтава : Молодий вчений, 2023. С. 38-40.
3. Гаврилова І. Переклад неологізмів у сфері медицини (на матеріалі німецької мови). *Актуальні питання гуманітарних наук*. 1(40), 2021. С. 125–130. URL : <https://doi.org/10.24919/2308-4863/40-1-19> (дата звернення: 28.07.2025).
4. Гафурова Л. С. Неологізми в мікросистемі термінів зі сфери інформаційних технологій (на матеріалі тлумачних і тлумачно-перекладних словників англійської та німецької мов): магістерська робота. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2020. 93 с.
5. Гінка Б. І. Лексикологія німецької мови: лекції та семінари: навч. посібн.: вид. 4-те, переробл. і доп., 2015. 420 с.
6. Гудманян А. Г., Баклан І. М. Лексико-семантичні аспекти перекладу німецьких неологізмів галузі «МОДА». *Нова Філологія*. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2021. № 83. С. 52–58. URL : <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-83-7> (дата звернення: 28.07.2025).
7. Джава Н. А. Вплив англійських запозичень на словниковий склад німецької мови. *Держава та регіони. Сер. : Гуманітарні науки*. 2012. № 4. С. 31–35. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/37854> (дата звернення: 10.02.2025).

8. Дундїй П. Н. Класифікація лексичних запозичень у німецькій мові. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. К. : Логос, 2011. С. 120–126. URL : <http://dspace.nbuu.gov.ua/handle/123456789/37854> (дата звернення: 10.02.2025).
9. Зацний Ю. А., Запольських С. П. Лінгвальні, соціолінгвальні та перекладацькі параметри нової лексики та фразеології англійської мови. *Модуси сучасного перекладознавства*, за ред. С. О. Швачко. Суми : Сумський державний університет, 2021. С. 13–41.
10. Козка Д. В. Функційно-стилістичні особливості неологізмів в українськомовному сегменті соціальної мережі "Твіттер". *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2024. № 48. С. 96–110. URL : <https://doi.org/10.17721/APULTP.2024.48.96-110> (дата звернення: 23.02.2025).
11. Колоїз Ж. В. Українська неологія: здобутки та перспективи. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер. : Філологія. Мовознавство*. 2009. Т. 105, Вип. 92. С. 57-62. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdufm_2009_105_92_13 (дата звернення: 17.01.2025)
12. Король А. А. *Lexikologie der deutschen Sprache : Lehrbuch* – Лексикологія німецької мови : навч. посіб. Чернівці, 2017. 112 с. URL : https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/814/Korol%20A_Lexikologie%20der%20deutschen%20Sprache_2017.pdf?sequence=3&isAllowed=y (дата звернення: 13.02.2025).
13. Левчук Ю. С. Неологізми як відображення змін в суспільстві. *Сучасні тенденції розвитку лінгвістики та лінгводидактики*: зб. матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (30 квітня 2025 р.). [Електронне видання]. Рівне: НУВГП, 2025. С. 47–49. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/34492> (дата звернення: 10.11.2025).

- 14.Левчук Ю. С. Словотвірні характеристики неологізмів сучасної німецької мови. *Лінгвістичні горизонти XXI століття*: зб. матеріалів IX Всеукр. науково-практ. конф. молодих науковців (04 листопада 2025 р.). Луцьк, ВНУ ім. Лесі Українки, 2025. С.254-256. URL : <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/29553> (дата звернення: 27.11.2025).
- 15.Пасик Л. А., Рись Л. Ф. Іменникові композити-метафори як особливий вид словоскладної номінації. *Актуальні питання іноземної філології*. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2016. № 4. С. 120–128. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/akrif_2016_4_24 (дата звернення: 25.05.2025).
- 16.Підкамінна Л. В. Лінгвостилістика неологізмів у мові сучасних українських ЗМІ. *Лінгвостилістичні студії*. 2019 С. 144-153. URL : <https://doi.org/10.29038/2413-0923-2019-10-144-153>. (дата звернення: 23.02.2025).
- 17.Поздняков О. В. Лексико-семантичні особливості німецького молодіжного сленгу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. 2012. Вип. 24. С. 242–244. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2012_24_76 (дата звернення: 13.02.2025).
- 18.Рись Л. Ф., Левчук Ю. С. Неологізми-запозичення в сучасній німецькій мові як дзеркало впливів. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 2(214), С. 180–187. URL : <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-214.2-23> (дата звернення: 27.10.2025).
- 19.Рись Л. Ф., Пасик Л. А. Неологізми німецької мови у час коронакризи. *Кременецькі компаративні студії*. 2020. Вип. X. С. 289–299. URL : <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/18676> (дата звернення: 12.02.2025).
- 20.Рись Л. Ф., Пасик Л. А, Левчук Ю. С. Особливості перекладу неологізмів сучасної німецької мови. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія* 2(74), С. 152–156. URL : <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2025.74.2.30> (дата звернення: 10.11.2025).

21. Слаба О. В. Актуальні проблеми розвитку неологічної лексики в сучасній німецькій мові. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Сер. Філологія, педагогіка, психологія*. 2014. Вип. 29. С. 110–114. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkyu_2014_29_17 (дата звернення: 12.02.2025).
22. Стежко Ю. Новоутворення в німецькій лексиці: природа, функціонування та особливості перекладу. *Наукові записки*. Кіровоград, 2012. № 12 ч. 1. С. 115–120.
23. Тимчишин Л. С. Англіцизми в сучасній німецькій мові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна*. 2013. Вип. 35. С. 384–386. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2013_35_119 (дата звернення: 13.02.2025).
24. Устінова В. О. Роль запозичень у сучасній німецькій мові моди. *Філологічні студії : зб. наук. пр.* Кривий Ріг, 2015. Вип. 12. С. 106–113.
25. Шинкар Т. С. Актуалізація англіцизмів у сучасному медіатексті. *Соціум. Документ. Комунікація. Серія : Філологічні науки*. 2019. Вип. 7. С. 109–122. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/sdc_2019_7_9. (дата звернення: 23.07.2025).
26. Шишко А. В. Пономаренко О. О. Порівняльний аналіз перекладу неологізмів у сучасних англомовних та німецькомовних медіа текстах українською мовою. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Том 36 (75) № 2 ч. 2. С. 71–76. URL : <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/11> (дата звернення: 28.07.2025).
27. Auswahl Januar 2024. *Wortwarte. Wörter für heute und morgen*. URL : <https://wortwarte.org/2024/02/03/auswahl-januar-2024/> (дата звернення: 12.03.2025).
28. Bartsch S., Siegrist L. Anglizismen in Fachsprachen des Deutschen. Eine Untersuchung auf Basis des Darmstädter Corpus Deutscher Fachsprachen. *Muttersprache*. 2002. Nr. 4. S. 309–323.

29. Burmasova S. Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen am Material der Zeitung Die WELT (Jahrgänge 1994 und 2004). University of Bamberg Press, 2010. 291 S.
30. Cornelia Aschmann Wörterbuch. Fairdien – Neu im Wörterbuch. URL : <https://aschmann.com/woerterbuch-fairdien/> (дата звернення: 20.08.2025).
31. Dubravka D., Soroka H. Linguistic and Extralinguistic Factors of Creating Neologisms in Modern English. *Світ наукових досліджень*, 2024. URL : <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/5312/> (дата звернення: 16.02.2025).
32. Duden – Wörterbuch Duden online. Berlin: Bibliographisches Institut GmbH. URL : <https://www.duden.de/woerterbuch> (дата звернення: 01.04.2025).
33. Eisenberg P. Die grammatische Integration von Fremdwörtern. Was fängt das Deutsche mit seinen Latinismen und Anglizismen an? G. Stickel. Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel. Berlin, New York, 2001. S. 183–209.
34. Elsen H. Neologismen: Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen. 2. überarb. Auflage. Tübingen: Narr, 2011. 350 S.
35. Entlehnung. *Duden – Wörterbuch Duden online*. Berlin: Bibliographisches Institut GmbH. URL : <https://www.duden.de/rechtschreibung/Entlehnung> (дата звернення: 20.02.2025).
36. Fahrstuhlmusik. Musik zum Weghören. *Deutschlandfunk Kultur*. URL : <https://www.deutschlandfunkkultur.de/fahrstuhlmusik-musik-zum-weghoeren-100.html> (дата звернення: 31.08.2025).
37. Fleischer, W., Barz, I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache unter Mitarbeit von Marianne Schröder. 3., unveränderte Aufl. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2007. S. 382.
38. Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS). Wörter des Jahres 2024. 2024. URL : <https://gfds.de/wort-des-jahres-2024/> (дата звернення: 15.02.2025).

- 39.GfdS wählt »Krisenmodus« zum Wort des Jahres 2023. Die Wörter des Jahres 2023. 2023. *Gesellschaft für deutsche Sprache e. V.* URL : <https://gfds.de/wort-des-jahres-2023/> (дата звернення: 15.02.2025).
- 40.GfdS wählt »Wellenbrecher« zum Wort des Jahres 2021. Die Wörter des Jahres 2021. *Gesellschaft für deutsche Sprache e. V.* URL : <https://gfds.de/wort-des-jahres-2021/> (дата звернення: 25.03.2025).
- 41.Glück H., Rödel M. Metzler Lexikon Sprache. 5., aktualisierte und überarbeitete Auflage. J. B. Metzler Verlag, 2016. 814 S.
- 42.Herberg D., Kinne M., Steffens D. Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen. Lang, 2006. S. 151-164
- 43.Innerwinkler S. Neologismen. Band 1. Universitätsverlag Winter GmbH, Heidelberg, 2015. 72 S.
- 44.Jones T. W. The history of the word 'queer'. 2023. URL : <https://www.latrobe.edu.au/news/articles/2023/opinion/the-history-of-the-word-queer> (дата звернення: 19.03.2025).
- 45.Kämper H. Die Amerikanisierung der deutschen Sprache. In: Junker D. u. a. Die USA und Deutschland im Zeitalter des Kalten Krieges: 1945 – 1990. Stuttgart; München: Dt. Verl.-Anst., 2001. S. 496–507.
- 46.Kinder, Küche, Kirche. *Wikipedia – Die freie Enzyklopädie*. URL : https://de.wikipedia.org/wiki/Kinder,_Küche,_Kirche (дата звернення: 12.03.2025).
- 47.Kinne M. Der lange Weg zum deutschen Neologismenwörterbuch. In: Neologismus und Neologismenlexikographie im Deutschen: Zur Forschungsgeschichte und zur Terminologie, über Vorbilder und Aufgaben. Neologie und Korpus. Tübingen: Gunter Narr, 1998. S. 63–110.
- 48.Klosa A., Längen H. New German Words: Detection and Description. *Proceedings of the XVIII EURALEX International Congress: Lexicography in Global Contexts*. Ljubljana: Ljubljana University Press, Faculty of Arts, 2018. P. 559–569. URL :

- <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:mh39-77188> (дата звернення: 12.03.2025).
49. Kratochvílová I. Zur sprachlichen Integration der englischen Entlehnungen im Deutschen im Bereich der Wortbildung. *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*. 2001. № 15. S. 21–38.
50. Modewort. *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS)*. URL : <https://www.dwds.de/wb/Modewort?o=Modew%C3%B6rter> (дата звернення: 30.01.2025).
51. Munske H. H. o.k. [oˈke:] und k.o. [kaˈo:]. Zur lautlichen und graphischen Integration von Anglizismen im Deutschen. C. Scherer, A. Holler. *Strategien der Integration und Isolation nicht-nativer Einheiten und Strukturen*. Berlin : De Gruyter, 2010. S. 31–50.
52. Neologismenwörterbuch. In: OWID – Online Wortschatz Informationssystem Deutsch, hrsg. vom Institut für Deutsche Sprache, Mannheim. URL : <https://www.owid.de/docs/neo/start.jsp> (дата звернення: 13.02.2025).
53. Neologismenwörterbuch: Neue Wörter – kurz und knapp. *OWID*. URL : <https://www.owid.de/docs/neo/listen/kurzartikel.jsp> (дата звернення: 12.03.2025).
54. Pressemitteilung zur 29. Auflage von Duden. Dudenredaktion. Digitale Ausgabe. *Duden – Wörterbuch Duden online*. 2024. URL : https://cdn.duden.de/public_files/2024-08/Pressemappe_D1_29_Aufl_digital.pdf (дата звернення: 12.03.2025).
55. Roth E. Meaning through Context – The Case of Discourse Neologisms: A Lexicological Approach to the Semiotic Nature and Function of Discourse Neologisms as an Extension to the Lexicographical Approach of Discourse Glossaries for COVID-19. Berkeley, 2020. 112 p. URL : https://escholarship.org/content/qt8cs8w9dp/qt8cs8w9dp_noSplash_f1e67f6d7c50a03304fba6d1647d4f02.pdf (дата звернення: 15.02.2025).

56. Rys L. F., Bondarchuk O. Y., Pasyk L. A. Angleichung der Neuanglizismen an das System der Deutschen Gegenwartssprache. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2021. Вип. 50(1). С. 107–111. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2021_50\(1\)__27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2021_50(1)__27) (дата звернення: 12.02.2025).
57. Rys L. F., Pasyk L. A., Bondarchuk O. Yu. Ausbau des Deutschen Wortschatzes durch Entlehnung. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 13(81). С. 252–258.
58. safe. *Neologismenwörterbuch in OWID*. URL : <https://www.owid.de/artikel/408487> (дата звернення: 13.03.2025).
59. Schaefer S. J. English on air: Novel anglicisms in German radio language. *Open Linguistics*. 2021. Vol. 7, № 1. P. 569–593. URL : <https://doi.org/10.1515/opli-2020-0174> (дата звернення: 23.07.2025).
60. Schippan Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. 2., unveränderte Auflage. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2002. 306 S.
61. Şimon S., Stoian C. E., Dejica-Carţiş A., Kriston A. The Use of Anglicisms in the Field of Education: A Comparative Analysis of Romanian, German, and French. *SAGE Open*. 2021. Vol. 11, № 4. 8 p. URL: <https://doi.org/10.1177/21582440211053241> (дата звернення: 23.07.2025).
62. Steffens D. Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg. Das erste größere Neologismenwörterbuch für das Deutsche. *Deutsche und polnische Lexikographie nach 1945 im Spannungsfeld der Kulturgeschichte*. Lang, 2011. S. 69–80.
63. Theoretische und praktische Probleme der Neologismenlexikographie: Überlegungen und Materialien zu einem Wörterbuch der in der Allgemeinsprache der DDR gebräuchlichen Neologismen. Heller K. und andere. Berlin, 1988. 137 S.

64. Weber E. Was ist ein Neologismus? So erkennst du dieses Stilmittel. *UNICUM ABI*. URL : <https://abi.unicum.de/deutsch-im-abi/neologismus> (дата звернення: 23.02.2025).
65. Wort des Jahres. *Gesellschaft für deutsche Sprache e. V.* URL : <https://gfds.de/aktionen/wort-des-jahres/> (дата звернення: 15.02.2025).
66. Xuefu D. Neologismen, Archaismen – deutsche Sprache im Wandel. In: *Deutsch: lokal – regional – global*. Tübingen: Narr Francke Attempto, 2017. S. 217–231.

АНОТАЦІЯ

Левчук Ю. С. «Неологізми сучасної німецької мови: структурний, семантичний та перекладацький аспекти»

Магістерську роботу присвячено аналізу неологізмів сучасної німецької мови в межах трьох аспектів: структурного, семантичного та перекладацького. Матеріалом дослідження є 439 неологізмів, зафіксованих в онлайн словнику неологізмів OWID, правописному словнику німецької мови Дуден та на веб-сайті GfdS в розділі «Слово року».

В результаті аналізу встановлено, що 99 % є новими лексемами, 1 % – нові значення; серед нових лексем 56 % є новоутвореннями та 44 % – запозиченнями. Частиномовний аналіз показав домінування іменників (90 %). Переважна більшість новоутворень утворена словоскладанням, а більшість запозичень є прямими. Наявність значної кількості запозичень є свідченням іншомовного впливу на німецьку мову.

Дослідження семантики неологізмів показало, що вони часто з'являються у соціальній сфері, сфері харчування, новітніх технологій, політики, екології, здоров'я, дозвілля тощо, що відображає інноваційні процеси у цих галузях.

У роботі розглянуто основні прийоми перекладу неологізмів: транскрипцію, транслітерацію, калькування, модуляцію, пряме включення та описовий метод, і встановлено основні закономірності вибору перекладацького прийому. Власні назви та спеціалізовані терміни здебільшого перекладають засобами транскрипції/транслітерації; пряме включення застосовують при відтворенні назв компаній, сервісів, застосунків або аббревіатур. З огляду на граматичні відмінності між німецькою та українською мовами перекладачі вдаються до модуляції. Калькування поширене при перекладі неологічних композитів німецької мови українськими словосполученнями. Реалії та культурно марковані неологізми

найчастіше передають описовим перекладом, що дозволяє зберегти зміст і зробити його зрозумілим для цільової аудиторії.

Наукова новизна полягає у поєднанні структурного, семантичного та перекладацького аспектів під час аналізу неологізмів сучасної німецької мови.

Практичне значення полягає у можливості використання отриманих результатів для укладання двомовних словників і глосаріїв новітньої лексики, на курсах з перекладознавства, лексикології та стилістики, а також у подальшому вивченні динаміки мовних процесів у німецькій мові та впливу англійської на лексикон сучасної німецької та української мов.

Ключові слова: неологізм, словотворення, запозичення, семантика, переклад.

ABSTRACT

Levchuk Yu. S. “Neologisms in contemporary German: structural, semantic, and translation aspects”

The master's thesis is devoted to the analysis of neologisms in contemporary German within three aspects: structural, semantic, and translational. The research material consists of 439 neologisms recorded in the online dictionary of neologisms OWID, the German orthographic dictionary Duden, and on the GfdS website in the “Word of the Year” section.

The analysis revealed the main structural characteristics: 99 % are new lexemes, 1 % are new meanings; among the new lexemes, 56 % are new formations and 44 % are borrowings. A part-of-speech analysis showed the dominance of nouns (90 %). The significant number of borrowings attests to the impact of foreign languages on German.

The study of semantics showed that neologisms often emerge in the social sphere, nutrition, modern technologies, politics, ecology, health, leisure, and so forth, reflecting innovative processes in these areas.

The thesis examines the main techniques for translating neologisms: transcription, transliteration, calquing, modulation, direct inclusion, descriptive method, and establishes the main regularities in choosing a translation technique. Proper names and specialised terms are mostly rendered through transcription/transliteration; direct inclusion is used when reproducing names of companies, services, applications, or abbreviations. Due to grammatical differences between German and Ukrainian, translators often resort to modulation. Calquing is widespread when translating German neological compounds into Ukrainian word combinations. Realities and culturally marked neologisms are most often conveyed through descriptive translation, which preserves the meaning and makes it comprehensible to the target audience.

The scientific novelty lies in combining the structural, semantic, and translational aspects in the analysis of neologisms in contemporary German.

The practical value lies in the possibility of applying the obtained results to the compilation of bilingual dictionaries and glossaries of recent vocabulary, in courses on translation studies, lexicology, and stylistics, as well as in further research on the dynamics of linguistic processes in German and the influence of English on the lexicon of contemporary German and Ukrainian.

Keywords: neologism, word formation, borrowing, semantics, translation.

ABSTRACT

Levchuk Yu.S. „Neologismen der modernen deutschen Sprache: strukturelle, semantische und übersetzungsbezogene Aspekte“

In der Masterarbeit werden Neologismen der modernen deutschen Sprache in struktureller, semantischer und übersetzungstechnischer Hinsicht analysiert. Das Forschungsmaterial umfasst 439 Neologismen, die im Neologismenwörterbuch OWID, im Rechtschreibwörterbuch Duden sowie auf der Website der GfdS im Abschnitt „Wort des Jahres“ verzeichnet sind.

Die Analyse ergab die wichtigsten strukturellen Merkmale: 99 % betragen neue Lexeme, 1 % sind neue Bedeutungen; unter den neuen Lexemen sind 56 % Neubildungen und 44 % Entlehnungen. Die Wortartenanalyse zeigte die Dominanz der Substantive (90 %). Die überwiegende Mehrheit der Neubildungen entstand durch Zusammensetzung, während die meisten Entlehnungen direkte Entlehnungen sind. Die Vielzahl an Entlehnungen bestätigt den Einfluss anderer Sprachen, besonders des Englischen auf das Deutsche.

Die semantische Untersuchung ergab, dass Neologismen häufig in den Bereichen Gesellschaft, Ernährung, neue Technologien, Politik, Ökologie, Gesundheit, Freizeit usw. auftreten, was die Innovationsprozesse in diesen Bereichen widerspiegelt.

In der Arbeit werden die wichtigsten Übersetzungsverfahren für Neologismen betrachtet: Transkription, Transliteration, Lehnübersetzung, Modulation, direkte Übernahme und beschreibende Übersetzung. Dabei werden die wichtigsten Gesetzmäßigkeiten bei der Wahl der Übersetzungsverfahren aufgezeigt. Eigennamen und Fachbegriffe werden überwiegend durch Transkription/Transliteration übertragen; direkte Übernahme findet sich vor allem bei der Wiedergabe der Namen von Unternehmen, Diensten, Apps oder Abkürzungen. Aufgrund der grammatischen Unterschiede zwischen dem Deutschen und dem Ukrainischen greifen Übersetzer häufig zur Modulation. Lehnübersetzungen sind weit verbreitet bei der Übertragung deutscher neologistischer

Komposita ins Ukrainische. Realien und kulturell geprägte Neologismen werden am häufigsten durch beschreibende Übersetzung wiedergegeben, wodurch der Inhalt erhalten bleibt und für die Zielgruppe verständlich wird.

Die wissenschaftliche Neuheit besteht in der Verbindung struktureller, semantischer und übersetzungsbezogener Aspekte bei der Analyse der Neologismen der modernen deutschen Sprache.

Der praktische Wert besteht in der Möglichkeit, die erzielten Ergebnisse für die Erstellung zweisprachiger Wörterbücher und Glossare der neuesten Lexik, in Lehrveranstaltungen zu Übersetzungswissenschaft, Lexikologie und Stilistik sowie für die weitere Untersuchung der Dynamik sprachlicher Prozesse im Deutschen und des Einflusses des Englischen auf den Wortschatz des modernen Deutschen und Ukrainischen zu nutzen.

Schlüsselwörter: Neologismus, Wortbildung, Entlehnung, Semantik, Übersetzung.