

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОЛОГИИ
И ЖУРНАЛИСТИКИ**

Научный журнал

№ 4(27) 2017

- Лингвистика
- Методика преподавания языков
- Аспекты изучения художественного текста
- Лингвокультурология
- Межкультурная коммуникация
- Концептология
- Журналистика в историко-теоретическом аспекте
- Язык СМИ
- События, обзоры, рецензии

**ACTUAL ISSUES
OF MODERN PHILOLOGY
AND JOURNALISM**

Scientific journal

№ 4(27) 2017

- Linguistics
- Methods of teaching languages
- Literary text: aspects of study
- Language and culture studies
- Intercultural communication
- Concept studies
- Journalism in historical and theoretical aspect
- Language of mass media
- Events and reviews

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Научный журнал

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-70532 от 25.07.2017.

Журнал выходит четыре раза в год.

Ранее журнал издавался под названием «Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация».

Ответственность за содержание статей несут авторы. Мнение редколлегии может не совпадать с точкой зрения авторов материалов.

Редакционная коллегия:

Главный редактор – Л.В. Ковалева, доктор филологических наук

Заместитель главного редактора – Н.Н. Лапынина, кандидат филологических наук

Ответственный секретарь – С.А. Скуридина, кандидат филологических наук

Члены редакционной коллегии:

Л.М. Кольцова – доктор филологических наук – Воронеж, Россия; **Л.П. Клобукова** – доктор педагогических наук – Москва, Россия; **В. Гладров** – доктор филологических наук – Берлин, Германия; **С. Менгель** – доктор филологических наук – Халле Виттенберг, Германия; **Раджешвар Раджу А.** – доктор PhD по русскому языку – Рева, Индия; **Д. Лесневска** – доктор кафедры иностранных языков и прикладной лингвистики – София, Болгария; **Томтогтох Гомбо** – доктор PhD – Улан-Батор, Монголия; **С.М. Белякова** – доктор филологических наук – Тюмень, Россия; **О.В. Загоровская** – доктор филологических наук – Воронеж, Россия; **Н.Н. Коростылева** – доктор социологических наук – Москва, Россия; **Г.Ф. Ковалев** – доктор филологических наук – Воронеж, Россия; **В.В. Катермина** – доктор филологических наук – Краснодар, Россия; **А.В. Полонский** – доктор филологических наук – Белгород, Россия; **Н.В. Цымбалистенко** – доктор филологических наук – Салехард, Россия; **Н.В. Борисова** – доктор филологических наук – Елец, Россия; **Н.Б. Бугакова** – кандидат филологических наук – Воронеж, Россия; **Т.А. Воронова** – кандидат филологических наук – Воронеж, Россия; **О.В. Сулемина** – кандидат филологических наук – Воронеж, Россия.

Технический редактор – Т.Ю. Кудрявцева.

Дизайн обложки – М.В. Саратова.

Учредитель и издатель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный технический университет».

Юридический адрес издателя: 394026, г. Воронеж, Московский проспект, 14.

Фактический адрес издателя: 394006, г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, д. 84.

Адрес редакции: 394006, г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, д. 84, ауд. 5203; тел.: (473) 271-50-48.



© ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», 2017

ACTUAL ISSUES OF MODERN PHILOLOGY AND JOURNALISM

Scientific journal

The journal is registered by Federal service for supervision in the sphere of connection, information technologies and mass media (Roskomnadzor)

Certificate of registration: PI № FS77-70532 from 25.07.2017.

The journal is published four times a year.

The journal was published as “Scientific newsletter of Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering. Series: Linguistics and cross-cultural communication”.

The authors are responsible for the content of the articles. The opinion of the editorial committee may not coincide with the authors’ point of view.

Editorial committee:

Chief editor – L.V. Kovaleva, doctor of philology

Deputy chief editor – N.N. Lapynina, PhD in philology

Executive secretary – S.A. Skuridina, PhD in philology

Members of the editorial committee:

L.M. Koltsova – doctor of philology – Voronezh, Russia; **L.P. Klobukova** – doctor of pedagogy – Moscow, Russia; **V. Gladrov** – doctor of philology – Berlin, Germany; **S. Mengel** – doctor of philology – Halle Witternberg, Germany; **Rajeshvar Paju A.** – PhD in Russian language – Rewa, India; **D. Lesnevska** – PhD – Sophia, Bulgaria; **Tomtogtogkh Gombo** – PhD – Ulaanbaatar, Mongol; **S.M. Belyakova** – doctor of philology – Tyumen, Russia; **O.V. Zagorovskaya** – doctor of philology – Voronezh, Russia; **N.N. Korostyleva** – doctor of sociology – Moscow, Russia; **G.F. Kovalev** – doctor of philology – Voronezh, Russia; **V.V. Katermina** – doctor of philology – Krasnodar, Russia; **A.V. Polonsky** – doctor of philology – Belgorod, Russia; **N.V. Tsymbalistenko** – doctor of philology – Salekhard, Russia; **N.V. Borisova** – doctor of philology – Elets, Russia; **N.B. Bugakova** – PhD in philology – Voronezh, Russia; **T.A. Voronova** – PhD in philology – Voronezh, Russia; **O.V. Sulemina** – PhD in philology – Voronezh, Russia.

Technical editor – T.J. Kudryavtseva.

Cover design - M.V. Saratova.

Founder and publisher: Federal state budget editorial institution of higher education «Voronezh State Technical University».

Legislative address of the publisher: 394026, Voronezh, Moskovsky avenue, 14.

Factual address of the publisher: 394006, Voronezh, 20-letiya Oktyabrya street, 84.

The address of the editorial office: 394006, Voronezh, 20-letiya Oktyabrya street, 84, room 5203; tel.: (473) 271-50-48.



© Voronezh State Technical University, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Ковалева Л.В. Вступительное слово главного редактора.....	8
---	---

Лингвистика

Воронова Т.А. Автобиографизм ономастического пространства лирики Арсения Тарковского	10
Зубкова Е.Н. Особенности функционирования номинаций европейских фантастических птиц в русском языке.....	15

Методика преподавания языков

Шавва Т.Ю. Целевая ориентация в преподавании иностранного языка в современном вузе	23
--	----

Аспекты изучения художественного текста

Елисеев С.Л., Мацько Д.С. Окопная поэзия как отражение художественной реальности начала XX века	28
Папшева Г.О., Струкова Т.А. Экологическое сознание в творчестве М.А. Осоргина 20-х годов XX века	34
Плахтиенко О.П., Коровкина Ю.А. Феномен нелинейного текста в художественной литературе: история развития и современные формы. Роман М. Павича «Семь смертных грехов».....	39
Безатосная О.М. Образ России в воспоминаниях К.А. Коровина «То было давно... там... в России...».....	48
Белова А.В. Эпистолярный, документальный и литературный жанры и их взаимопроникновение.....	53

Лингвокультурология

Буркова С.С. Речевое поведение и принципы организации текста в гендерном аспекте	60
Румянцева Е.В. Лингвокультурологический аспект обучения американских учащихся русскому коммуникативному поведению в ситуации просьбы	65

Межкультурная коммуникация

Токмачева М.А., Кормильченко Ю.Э. Особенности ольфакторной лексики для выражения аромата во французском языке	71
---	----

Концептология

Токмачева М.А., Медяник Е.А. «Savoir-vivre» как один из основных концептов вежливости во французском языке.....	76
---	----

Журналистика в историко-теоретическом аспекте

Дистерло Г.В. Соответствие современного журналистского образования запросам потенциальных работодателей.....	82
--	----

Скуридина С.А., Масленникова И.А. Рекламные тексты в художественной литературе	88
--	----

Язык СМИ

Стасевич Ю.Ю., Шульженко А.С. К вопросу об употреблении неологизмов в СМИ (на материале немецкой прессы).....	97
---	----

Правила оформления статей.....	104
--------------------------------	-----

ЯЗЫК СМИ **LANGUAGE OF MASS MEDIA**

УДК 811.112.2 `373.43 : 070 (430)

<i>Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко преп. кафедры романо-германской филологии Стасевич Ю.Ю. Луганск, +380660316666 e-mail: yuliya.stasevich139@gmail.com</i>	<i>Luhansk Taras Shevchenko National University The department of Roman and German Philology lecturer Stasevich Yu.Yu. Luhansk, +380660316666 e-mail: yuliya.stasevich139@gmail.com</i>
--	---

<i>Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко студентка филологического факультета, 2 курса магистратуры специальность: Язык и литература (немецкий, английский) Шульженко А.С. Луганск, +380951641651 e-mail: anuta.shulzhenko@gmail.com</i>	<i>Luhansk Taras Shevchenko National University student of philological faculty, 2nd year Master student specialty: language and literature (German, English) Shulzhenko A.S. Luhansk, +380951641651 e-mail: anuta.shulzhenko@gmail.com</i>
---	--

Ю.Ю. Стасевич, А.С. Шульженко

К ВОПРОСУ ОБ УПОТРЕБЛЕНИИ НЕОЛОГИЗМОВ В СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЫ)

В данной статье рассматривается понятие «неологизм», причины его проникновения в словарный состав языка, определяются источники заимствований новых слов, обозначаются сферы употребления неологизмов в немецкой речи. Актуальность исследования предопределена быстрым изменением современного мира под воздействием разных факторов, что становится причиной возникновения новых понятий, явлений и предметов, которые отображаются в языке. В работе представлены разные взгляды исследователей на понятие неологизма. Поясняются характерные особенности неологизмов, их цель внедрения в словарный состав языка. Определяется роль неологизмов в современных немецких средствах массовой информации, сферы их использования и основные источники заимствования. Статья содержит примеры использования неологизмов-заимствований в определенных областях человеческой жизни, полученные в ходе исследования периодических немецких изданий. Цель работы состоит в детальном рассмотрении понятия «неологизм», изучении различных мнений лингвистов о неологизмах, классификации неологизмов по сферам употребления и определения их роли в средствах массовой информации. В результате исследований было выявлено, что не существует однозначного определения понятия «неологизм». Также были установлены основные причины появления новых слов в языковом пространстве, обозначены мотивы заимствования слов с английского языка, а также названы распространенные сферы употребления неологизмов. В процессе работы были использованы следующие методы и подходы: метод сравнения при рассмотрении различных взглядов исследователей на понятие «неологизма»; метод теоретического анализа при работе с немецкими периодическими изданиями. Результаты данного исследова-

ния могут быть использованы при дальнейшем анализе функционирования неологизмов в художественных и публицистических текстах.

Ключевые слова: неологизм, заимствования, новообразования, новые лексические единицы, обновление лексики, средства массовой информации.

Yu.Yu. Stasevich, A.S. Shulzhenko

TO THE QUESTION OF THE USE OF NEOLOGISMS IN THE MASS MEDIA (ON THE MATERIAL OF GERMAN MEDIA)

In this article the concept of «neologism» and thereasons of its penetration in the vocabulary of the language are researched, the sources of borrowings are determined; the areas of use of neologisms in the German language are designated. The actuality of the research is predetermined by the rapid change of the modern world under the influence of different factors that causes appearance of the new concepts, phenomena and subjects which are reflected in the language. The article presents different views of researchers on the concept of neologism. The article explains the characteristic features of neologisms, their purpose of introduction into the vocabulary of the language. The article defines the role of neologisms in modern German media, the scope of their use and the main sources of borrowing. The article contains examples of the use of neologisms-borrowings in certain areas of human life which were obtained during the study of the German periodical publications. The aim of this article is to examine in detail the concept of «neologism», to study the different opinions of linguists on neologisms, to classify neologisms in the fields of use and determine their role in the mass media. The studies revealed that there is no clear definition of «neologism». Also the main reasons of the emergence of new words in the linguistic space were identified, the motives of borrowing words from English were determined, and also were named common areas of use of neologisms. In the process of work, the following methods and approaches were used: the method of comparison by considering the different views of researchers on the concept of «neologism»; the method of theoretical analysis by working with German periodicals. The results of this study can be used in the further analysis of the functioning of neologisms in fiction and nonfiction texts.

Key words: neologism, borrowings, new formations, new lexical part, the updating of the vocabulary, mass media.

Языкознание на разных этапах своего существования постоянно задавалось вопросом, какими средствами пользуется человек для описания окружающего мира, который находится в непрерывном движении и нуждается в новых номинациях.

В XX веке происходит расширение старых и возникновение новых сфер номинаций, чему способствует развитие науки, техники и средств массовой информации. Следует обратить внимание, что развитие номинативной функции языка находит свое отражение как в расширении и обновлении словарного состава, так и в изменениях способов номинации. В разные периоды языкового развития и в разных языках отдается предпочтение определенным моделям именительных процессов.

Изменения, которые происходят в обществе, непосредственно отображаются во всех языках мира и получают соответствующее словарное оформление в виде названий. Постоянство или недолговечность новых слов обуславливается внешними обстоятельствами. Новые слова отражают динамичность окружающего мира, отмеченную индивидуальным или коллективным сознанием.

По мнению А.А. Уфимцевой фиксация концептуального мира человека, основным источником которого является окружающий мир, происходит благодаря языку. С помощью лексических единиц человек выражает свои чувства, эмоции и ощущения по

отношению к объектам реального мира. Отношение к действительности, в первую очередь, заложено в словах как в номинативных единицах языка, что позволяет идентифицировать реальные и идеальные сущности [9; с.120].

Процесс обновления лексики происходит постоянно, однако в некоторые периоды времени он наиболее интенсивен. Как считают многие современные языковеды, вторую половину двадцатого столетия можно ознаменовать периодом «неологического бума» в языке. Это способствовало появлению абсолютно новой отрасли лингвистики – неологии – науки, которая занимается изучением неологизмов. Неология занимается выявлением новообразований, поиском причин и факторов их появления, изучением способов их образования, разработкой принципов отношения к ним, а также их лексикографической отделкой. Объектом неологии считается новое слово, у которого нет конкретного и четкого названия.

Учитывая множество работ, которые касаются вопроса дефиниции новых слов, нет единства в понимании содержания нового слова. При обозначении новообразований чаще всего в языкознании используют термин «неологизм». В словаре иностранных языков неологизм трактуется как слово или оборот речи, которые созданы для обозначения нового предмета или для описания нового явления [10; с.246]. По мнению Д. Э. Розенталь, неологизмами являются новые слова, которые еще не стали привычными и повседневными названиями соответствующих предметов и понятий [7, с.98]. В.В. Лопатин считал, что неологизмы это новые слова, которые усваиваются в языке. И каждое такое слово считается общественным явлением, так как возникло оно с потребностями общества [4; с.20]. В.В. Виноградов, в свою очередь, характеризует неологизмы, как «не просто новые, а очень новые, новенькие, совсем недавно появившиеся слова, новизна и свежесть которых ощущается говорящими. Пребывание слова в «неологизмах» обычно непродолжительно. Если слово образовано удачно, а явление, которое им обозначается, прочно вошло в язык, название этого явления перестает быть неологизмом, становясь обычным словом языка» [1; с.205].

Неологизмы возникают в разных сферах человеческой жизни, из-за чего они могут использоваться во всех функционально-речевых стилях, а также в языке современной художественной литературы. Неологизмы обусловлены общественными изменениями и необходимостью обозначения новых аспектов и сторон жизни человека. Актуальными могут стать как новообразования, заимствования из других языков, так и уже существующие языковые единицы, подогнанные под позицию новых реалий.

Процесс появления новых слов выражает приспособление языка к повседневной жизни и является необходимым для дальнейшего функционирования языка как средства общения и взаимопонимания между людьми. Обновление языкового состава любого языка является непрерывным процессом, который связан с изменениями, происходящими в различных отраслях: в технике, науке, политике, медицине, спорте, экономики и в повседневной жизни.

Для наглядного примера обратимся к немецкому обществу и рассмотрим основные сферы использования неологизмов. Ежегодные обзоры Общества немецкого языка, которые осуществляются в течение многих лет и каждый раз вызывают большой интерес общества и всех ученых, заинтересованных развитием и обогащением современного немецкого языка, позволяют выявить популярные сферы использования неологизмов. Отобранная лексика, в результате ежегодного анализа периодических изданий то-

го или иного года, является предметом всеобщего внимания с точки зрения языка. С ее помощью определяются актуальные темы, которые существуют в обществе в конкретный период времени. Соглашаясь с мнением Е.В. Розен, рассматривая актуальную лексику немецкого языка, ориентируясь на ее понятийное содержание, можно составить своего рода социологический диагноз современного немецкоязычного общества [6; с.150].

Изменение тысячелетий (1999 и 2000) привлекло к себе всеобщее общественное внимание и актуализировало в немецком языке слово *Jahrtausend* с его производными *Jahrtausendwende*, *Jahrtausendfieber*, *Jahrtausenddrummel*, *Jahrtausendbaby*. Серьезную конкуренцию этим немецким лексическим единицам составило иноязычное слово *Millennium* или *Millenniumswende* с его производным впечатляющим разнообразием слов, от торговых предложений: *Millenniumangebote und -Sonderangebote*, *-Sekt*, *-Salami*, *-Konfitüre*, *-Schokolade*, *-Krawatten und-Socken* [11; с.18-21].

Политические изменения в стране, такие как смена правительства или власти, вызывают оживление в обществе, а также неоднозначную реакцию. Эти события требуют от вещания создания специальных терминов и выражений, наиболее часто они выступают в роли окказионализмов. Несмотря на кратковременность своего существования, они соотносятся с языком, соответствуют законам, правилам и тенденциям словообразования. Так слово «канцлер» часто становится основой для создания неологизмов, представляя характеристику определенному стилю руководства главы правительства Германии.

Оценивая продолжительное или наоборот непродолжительное пребывание политика у власти, можно услышать такие слова: *Noch-Kanzler*, *Bald-Kanzler*. По отношению к Гельмуту Колю использовались следующие понятия: *Anderkanzler*, *Bargeldkanzler*, *Ewigkeitskanzler*, *Nachkohlzeit*, *Nach-Kohl-Ära*. Имя и фамилия высокого чиновника Герхарда Шредера стали основами для следующих новообразований: *Es hat geschrödert im Schröderland*, *Schröderrausch*, *Schröder-Effekt* или *die Schröder / Fischer-Ära* [11; с.23-25].

Избрание федеральным канцлером Германии женщины Ангелы Меркель вызвало появление слова *Bundeskanzlerin*, которое стало словом 2005 года по версии Общества немецкого языка [11; с.1-3]. Также в языковом пространстве возникает вопрос о форме обращения к канцлеру-женщине. По аналогии с обращением к министру-женщине: *Frau Minister*, это должно выглядеть как: *Frau Bundeskanzler*. Так, во внутригосударственном протоколе используется обращения *Frau Bundeskanzlerin*, а официальное обращение на межгосударственном уровне предполагает нейтральное *Exzellenz (Ihrer Exzellenz Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschland Frau Dr. Angela Merkel)*. А учитывая государственные и международные инициативы нынешнего канцлера ФРГ, направленные на поддержку глобализационных процессов, ее называют в прессе *Globalisierungsgestalterin*, *Aussenkanzlerin* или *Auswärts-Kanzlerin* [3; с.53-57].

В последние годы США и Англия активно влияют на различные области жизни других стран, в том числе и Германии. Английский язык по праву считается международным, с его помощью в любой стране достигается взаимопонимание между людьми. На английском языке ведутся переговоры, публикуются доклады, проходят научные конференции, производится обучение во многих странах мира. В связи с этим в немец-

кой речи появилось большое количество англицизмов, которые также считаются неологизмами.

В современном мире ведущую роль занимает информация и пути ее распространения. Самым быстрым и популярным способом распространения информации являются средства массовой информации. Лексическая система языка средств массовой информации – это динамическая система любого языка. Известным фактом является то, что в сфере СМИ находят свое отражение процессы жизни языкового организма общества, именно в этой области сосредоточены все инновации, ведь основными функциями средств массовой информации является информативность и новизна. Проанализировав два периодических издания «Neue Welt» и «Lisa», можно сказать, что большинство неологизмов, в основном неологизмов-заимствований из английского языка, появляется в таких сферах человеческой деятельности [12, 13]:

- Здоровье, медицина, косметика: *Aids, Conditioner, Body Lotion, Make-up, relaxen*;
- Информационные технологии: *Bit, Provider, Know-How, Jostick, Hacker*;
- Культура и образование, литература и искусство: *Bestseller, Essay, Love-Story, Promoter*;
- Продукты питания: *Coke, Brandy, Chips, Cream, grillen*;
- Окружающий мир: *Greenpeace, Smog*;
- Свободное время, спорт: *Fan, Beach-Volleyball, Airbag, Match, Jogging, Start*;
- Политика и история: *Holocaust, killen, Law and Order*;
- Молодежный сленг: *cool, Punk, Fail, Trouble*;

Язык является основным средством, инструментом, орудием для реализации намерений и целей в процессе познания мира и общей коммуникации. Именно понимание языка как динамической системы, находящейся в постоянном развитии, составляет теоретическую основу функционализма [8; с.112].

Газета является средством коммуникации, в связи с чем она реагирует на все изменения и потребности читателей и принимает участие в культурном развитии. Каждый текст печатных изданий содержит неологизмы-заимствования. Некоторые из них помогают читателям понять основную мысль написанного, вызвать чувство уверенности и осознанности, поскольку эти слова являются общеупотребительными и известными большому количеству людей. Другие, наоборот, могут запутать и сбить с толку даже носителя языка, и поэтому существует потребность в дальнейшем объяснении автором этого заимствования. Употребление заимствованных слов удовлетворяет коммерческие интересы газеты. Применение совершенно новой лексики вместо простой и эмоционально нейтральной лексики усиливает внимание и заинтересованность читателя.

Заглавие имеет особое влияние на читателя, когда после ознакомления с текстом происходит сравнение изложенной информации с названием статьи. Поэтому можно считать, что заглавие настраивает читателя на определенный смысл, понимание которого чаще всего возможно только после полного ознакомления с содержанием текста, а целостное раскрытие происходит посредством связи текста с заголовком.

Так как газетные заглавия в целом выполняют номинативно-информативную, графическую, рекламную и в первую очередь функцию убеждения и агитации, основной особенностью выразительных средств в газете является их социально-оценочные качества и возможности целенаправленного воздействия на аудиторию. Таким образом,

неологизмы являются наиболее подходящим инструментом воздействия на социум из-за их экспрессивно-эмоциональной окраски, а также современного образования. Часто журналисты собственноручно изобретают новые слова с помощью уже существующих форм. Такие неологизмы можно считать окказиональными (авторскими). Неологизмы могут создаваться в результате естественного стремления говорящего к новизне, когда образуются так называемые языковые излишки [5; с.215], например: *Superduperities* (Forbes, 15.03.93) – новообразования *super-duper* – очень красивый, высшего сорта.

Газетная речь склонна к внедрению «модных слов». К таким словам относятся экспрессивно-эмоциональные слова и выражения, стереотипные, стандартные обороты речи – языковые штампы, выражения, словосочетания, клише, являются популярными в определенный период времени как в языке, так и в прессе.

Подводя итог, можно сделать вывод, что обновление словарного состава языка – это непрерывный процесс, происходящий под воздействием общих изменений настоящего времени. В современном обществе происходит постоянное развитие разнообразных сфер человеческой жизни. В первую очередь это касается современной информационной культуры, экономической и политической жизни человечества. Таким образом, неологизмы являются неотъемлемой частью языка современных средств массовой информации. Прежде всего, это связано с тем, что новые слова придают динамичности и новизны. С течением времени лексика меняется, словарный запас языка пополняется новыми наименованиями, а маловажные реалии уходят в запас пассивной лексики. Интересно, что данный процесс невозможно контролировать.

Новые общественно-важные реалии немецкого языка активизировали процесс заимствования, что уверенно демонстрирует лексика средств массовой информации. В ней функционирует большое количество лексических единиц иноязычного происхождения из разных сфер жизни человека, которые находятся в постоянном движении. Именно это позволяет СМИ полностью освещать новые изменения общества.

Библиографический список

1. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография // В.В. Виноградов. М.: Наука, 1977. 310 с.
2. Кубрякова Е. С. О словообразовательном значении и описании смысловой структуры производных суффиксального типа // Принципы и методы семантических исследований. /Е.С. Кубрякова, З.А. Харитончик. М.: Наука, 1976. С. 202–233.
3. Кириллук М.А. Инновации в лексикологии немецкого языка начала XXI ст. // Научные записки. Серия: филологические науки (языкознание). Кировоград, 2010. С. 53–57.
4. Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. М.: Наука, 1973. 152 с.
5. Попова З.Д., Стернин И.А. Общее языкознание. Учебное пособие / З.Д. Попова, И.А. Стернин. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. 408 с.
6. Розен Е.В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке / Е.В. Розен. М.: Менеджер, 2000. 192 с.

7. Розенталь, Д.Э. Современный русский язык / Д.Э. Розенталь, И.Б. Голуб, М.А. Теленкова. М.: Высшая школа, 1991. 560 с.
8. Сербенська В.А. Актуальное интервью с языковедом: 140 вопросов и ответов. / В.А. Сербенська, М.И. Волощак. К.: Просвещение, 2001. 204 с.
9. Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языка / А.А. Уфимцева. М.: Наука, 1968. 272 с.
10. Словарь иностранных слов. / Под. ред. И.В. Лехин, С.М. Локшина, Ф.Н. Петров. М.: Русский язык, 1979. 341 с.
11. Kuntsch L. AktuelleLexik. М.: Gotika, 2000. 80 s.
12. ZeitschriftNeueWelt. URL: <http://www.123lesespass.de/neue-welt/abo/>
13. Zeitschrift Lisa. URL: <http://lisa.de/>

References

1. Vinogradov V.V. Izbrannye trudy. L`eksikologiya i l`eksikografiya // V.V. Vinogradov. М.: Nauka, 1977. 310 s.
2. Kubryakova E.S. O slovoobrazovatelnom znachenii i opisaniі smyslovoi struktury proizvodnykh sufiksalnogotipa // Printsipi i metody semanticheskikh issledovaniy // E.S. Kubryakova, Z.A. Kharitonchik. М.: Nauka, 1976. S. 202–233.
3. Kiriluk M.A. Innovatsii v leksikologii nemetskogo yazyka nachala XXI st. // Nauchnye zapiski. Seriya: filologicheskie nauki (yazykoznanie). Kirovograd, 2010. S. 53–57.
4. Lopatin V.V. Rozhdenie slova. Neologizmy i okkazionalnye obrazovaniya. М.: Nauka, 1973. 152 s.
5. Popova Z.D., Sternin I.A. Obshchee yazykoznanie. Uchebnoe posobie / Z.D. Popova, I.A. Sternin. М.: AST: Vostok-Zapad, 2007. 408 s.
6. Rozen E.V. Na poroge XXI veka. Novye slova i slovosochetaniya v nemetskom yasyke / E.V. Rosen. М.: Menedzher, 2000. 192 s.
7. Rozental` D. E. Sovremennyy russkiy yazyk / D.E. Rozental`, I.B. Golub, M.A. Telenkova. М.: Visshaya Shkola, 1991. 560 s.
8. Serbens`ka V.A. Aktual`noe interv`u s yazykovedom: 140 voprosv i otvetov/ V.A. Serbens`ka, M.I. Voloshchak. К.: Prosveshchenie, 2001. 204 s.
9. Ufimtseva A.A. Slovo v leksiko-semanticheskoy sisteme yazyka / A.A. Ufimtseva. М.: Nauka, 1968. 272 s.
10. Slovar` inostrannykh slov / Pod red. I.V. Lekhin, S.M. Lokshin, F.N. Petrov. М.: Russkiy yazyk, 1979. 341 s.
11. Kuntsch L. Aktuelle Lexik. М.: Gotika, 2000. 80 s.
12. Zeitschrift Neue Welt. URL: <http://www.123lesespass.de/neue-welt/abo/>
13. Zeitschrift Lisa. URL: <http://lisa.de/>