

COMMUNICATION STUDIES. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 811.112.2:81'.374.45

<https://doi.org/10.31548/philolog2021.03.098>

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МЕДІАЛЕКСИКИ

Н. М. КОСТРИЦЯ, професор, доктор педагогічних наук,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
 E-mail: n.kostritsia@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7029-7829>

Г. В. ФОМІНА, доцент, кандидат філологічних наук,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
 E-mail: haljaf09629@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9829-9351>

О. М. ЛИТВИНЮК, старший викладач, кандидат філологічних наук,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
 E-mail: lytvox@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4428-9892>

Анотація. Засоби масової інформації опановують нові віртуальні горизонти з метою надати інформаційний продукт користувачеві. Онлайн-журналістика швидко реагує на геополітичні процеси у сенсі створення нових лексем. Актуальність теми полягає у тому, що у дослідженні йдеться про сьогоденні чинники, які визначають взаємовідношення між мовою і соціумом. Мета дослідження проаналізувати німецьку медіалексику про коронавірус у синхронному аспекті через призму англійської та української мов. Німецька мова продемонструвала поруч з англійською багатство лексичних новоутворень, які пов'язані з коронавірусом. Зокрема з'явилася велика кількість складних слів, першим компонентом яких є Corona. Збільшилося використання відомих, часом забутих або рідко вживаних лексичних одиниць (пандемія, карантин, ізоляція). В умовах пандемії в активний вжиток повертаються слова, що знаходилися на периферії словникового запасу та які набули такого ж самого чи додаткового змісту. В умовах кризи мовець прагне до лаконічності вираження думки. Для досягнення подібного ефекту замість громіздких синтаксичних конструкцій використовується композитна модель словотворення, блендування, аббревіація. Лінгвістичні рейтинги фіксують найбільш актуальні слова року, які є соціально-політичним портретом, який представлений за допомогою номінативних лінгвістичних маркерів. Результати дослідження підтвердили важливість впливу ЗМІ на громадську думку, уникнення маніпулювання, виконання безпосередніх функцій ЗМІ. Ще довго існуватиме потреба комплексно дослідити тексти засобів масової інформації: з лінгвістичними механізмами і системою розвитку мови, з одного боку, і з культурною системою дій в міжкультурному просторі – з іншого боку. Необхідно відзначити, що лексика пандемії COVID-19, зважаючи на свою мовну рефлексію, обов'язково знайде відображення в лінгвістичних рейтингах.

Ключові слова: коронавірус, пандемія, медіалексика, засоби масової інформації, рефлексія, блендування, аббревіація, громадськість.

Актуальність дослідження. У сучасну медіасферу прийшло нове покоління журналістів, яке виросло і сформувалося як професіонали в епоху Інтернету, а також у період коронавірусу. Вони використовують «іншу» мову, яка утворилася в результаті впливу нових чинників. Цей процес формування не припиняється, оскільки все більша кількість традиційних ЗМІ починає освоювати віртуальний простір. Паралельно активно розвивається власне онлайн-журналістика, яка не має друкованих аналогів [1, с. 236]. Своєрідним прискорювачем

цих процесів стали соціальні мережі, які залучили в процеси журналістської творчості масу непідготовлених для цієї діяльності людей.

З іншої точки зору, події світового масштабу завжди залишають свій слід в мові і культури будь-якого суспільства, відповідно й у засобах масової інформації. У другому десятилітті XXI століття до таких подій належать глобалізація, міграційні процеси і, звичайно, коронавірус (COVID-19). Актуальність теми наукової статті полягає у тому, що проведене дослідження

присвячене важливим аспектам сучасного діалогу культур, що визначає взаємовідношення між мовою і соціумом, та ЗМІ як виразником ідей соціуму.

Аналіз досліджень і публікацій. Мові засобів масової інформації присвячено низку закордонних (Т. ван Дейк, Н. Добросклонська, А. Бел) та вітчизняних (В. Ващенко, С. Єрмоленко, О. Стишов, О. Пономарів) досліджень. Структура та роль медіатекстів, їх функційно-сміслові навантаження, вплив на реципієнта були об'єктом вивчення В. Здоровеги, А. Мамалиги, О. Пономарьова, Б. Потятиника, В. Різуна, К. Серажим. Однак попри численну кількість розвідок, вони не вичерпують усіх аспектів розвитку німецької та англійської медіалексики на сучасному етапі.

Лексикологія німецької мови є наукою, що інтенсивно розвивається. Зокрема її дослідженням займалися (М. Д. Степанова, І. І. Чернишова, В. Девкін).

Англійська лексикологія нараховує чимало досліджень на тему вокабулярних новоутворень, серед вітчизняних науковців це Л.Г. Верба, К.Т. Баранцев, Д.І. Квеселевич, та іноземні С. Девідсон, А. Грей, К. Чен, Е. Еванс

Мета дослідження – проаналізувати особливості розвитку сучасної німецької медіалексики у порівнянні з англійськими еквівалентами та визначити основні чинники, що впливають на її формування.

Результати. «Доба коронавірусу» змусила сучасні ЗМІ по-новому поглянути на свої завдання. Незважаючи на оптимістичні прогнози, складно оцінити, якими будуть наслідки COVID-19. Через невизначеність у сфері охорони здоров'я журналісти всього світу зіткнулися з багатьма труднощами в освітленні епідемії, в тому числі, з питаннями про те, як боротися з дезінформацією, і як коректно використовувати данні, не створюючи паніки. Відзначається, що у статтях часто вживалися слова, які лякають. У кожній дев'ятій історії про спалах згадувався «страх» або спільнокореневі слова. Тому журналістам рекомендувалось скоротити в репортажах використання суб'єктивних прикметників, наприклад, не писати «смертоносний вірус», «смертельне захворювання»; обережно вибирати фотографії та ілюстрації; описувати заходи профілактики, оскільки тоді історії перестануть бути лякаючими [8].

Німецька мова продемонструвала також багатство лексичних новоутворень, які пов'язані з коронавірусом. Зокрема з'явилася велика кількість складних слів, першим компонентом яких є *Corona*: *das Coronavirus* (коронавірус), *die Corona-Epidemie* (епідемія коронавірусу), *die Corona-Panik* (паніка, яка викликана поширенням коронавірусу), *die Corona-Ignoranz* (ігнорування заходів / режиму

ізоляції під час коронавірусу), *die Corona-Krise* (криза, викликана поширенням коронавірусу), *die Corona-Hölle* (пекло як опис ситуації, що пов'язана з поширенням коронавірусу), *die Corona-Bürger-Bewegung* – рух волонтерів (об'єднання всіх молодіжних партій з метою допомоги нужденним громадянам у Німеччині), *die Coronavirus-Lage* (ситуація, яка зумовлена поширенням коронавірусної інфекції), *die Corona-Wirtschaft* (економіка під час поширення коронавірусу), *die Corona-Witze* (жарти на тему коронавірусу). Другі компоненти в більшості випадків підсилюють негативну оцінку власне поняття коронавірусної інфекції: епідемія, паніка, криза, пекло, в'язниця, проте вони залишають простір для гумору. Гумор та іронія у цій ситуації в наслідок історичних процесів набули неповторного австрійського «чорного» відтінку та мають творчу складову: наприклад, вітання «*Corona!*» (Коронавірус) замість «*Gesundheit*» (Будь здоров), якщо поряд хтось чхнув.

У англійському журналістському лексиконі з'явилися неологізми на позначення різних понять у руслі пандемії: *covidiot* (людина, яка не дотримується правил у період пандемії), *covideo party* (дистанційна вечірка з використанням *Zoom* чи *Skype*), *covexit* (вихід з локдауну, повертатись до звичного щоденного режиму). Наступні слова мають метафоричне значення та виникли під впливом зміни рутиного життя: *Blursday* (невідомий день тижня через дезорієнтацію в часі), *zoombombing* (захоплення відеодзвінка), *WFH* (*working from home*) (працювати вдома). Фраза «*I am positive*» набула вторинної номінації та означає мати позитивний ПЛР-тест, хоча словникове значення цієї фрази «приймати щось, розуміти ситуацію, бути освідченим щодо того, що відбувається». Такі новоутворення несуть комічний підтекст.

Лексичні зміни відбуваються і в сфері використання відомих, часом забутих або рідко вживаних лексичних одиниць. В умовах пандемії в активний вжиток повертаються слова, що знаходилися на периферії словникового запасу: *die Quarantäne* (карантин). Лексичні одиниці вторинної номінації використовуються в їх первинному значенні: *Abstand wahren* (тримати дистанцію), *Maske tragen* (носити маску). Крім того, змінюються і значення слів: *Klinkenputzen* (наприклад, раніше означало у мові торговельних представників «оббивати пороги»), проте зараз набуло первинного значення «втирати ручки дверей» [9]. Зазначимо, що англійські еквіваленти названих вище лексичних одиниць також збільшили квантативну присутність у заголовках англійських ЗМІ. Люди познайомилися із жаргонними значеннями у ЗМІ, зокрема *social*

distancing, (соціальна дистанція), *droplet transmission* (повітряно-крапельний спосіб передачі вірусу), *flattening the curve* (стратегія зниження поширення вірусу), *contact tracing* (складання списків контактних осіб). Метою цього було підтримання громадського здоров'я, запобігання поширенню інфекції.

Лінгвістичні рейтинги фіксують найбільш актуальні слова року. Вони є своєрідним соціально-політичним портретом, який представлений за допомогою номінативних лінгвістичних маркерів [3, с. 121]. Проекти, що проводяться в різних країнах світу, відображають значні зміни в швидкості еволюції національних мов [4, с. 155]. Відбувається розширення семантики, а також словотворчих можливостей слів, представлених у цих рейтингах шляхом активізації лінгвістичної креативності та прояву творчих здібностей у використанні і переробці наявного мовного досвіду [2, с. 195]. Лексичні одиниці складаються в так званій словник року. Вони мають великий прагматичним потенціал і є маркерами сучасності.

Кожного року у грудні в Вісбадені Товариство німецької мови (GfDS) обирає десять слів поточного року. 2020 та 2021 роки пов'язані з великим суспільним потрясінням, а саме пандемією коронавірусу. Товариство німецької мови і Інститут німецької мови ім. Лейбніца (IDS) відзначають величезний «лінгвістичний резонанс» у цей період, що полягає в появі численних неологізмів, які асоціюються із COVID-19.

Культура та ЗМІ постійно розвиваються, оскільки розвивається і саме суспільство, яке їх створює. Втілюючи в себе зразки поведінки в комунікації, культура спрямовує і комунікативну поведінку учасників мовного спілкування. Сьогодні відбуваються істотні зміни і в культурі спілкування. Зміни очевидні в невербальному етикеті, наприклад, дотримання дистанції під час вітання і відсутність потискування руки.

В якості нових стійких форм прощання як в усній, так і в письмовій комунікації німецькомовного ареалу відзначається часте використання: «*Bleib gesund*» «*Stay healthy!*» (Не хворій!) або «*Pass auf dich auf*» «*Take care!*» (Бережи себе!). Молоді люди та медійні особи використовують скорочені форми: «*BSg*» (Не хворійте!), «*Bg*» (Не хворій!), «*PSasa*» (Бережіть себе!).

В інтерв'ю популярному журналу «*Der Spiegel*» сучасна ситуація описується: «*Wir haben eine existenzielle Situation und eine Reaktion darauf. Das Virus ist natürlich unsichtbar, und die Krankheit ist für die allermeisten Menschen lediglich medial vermittelt. Aber es betrifft unsere Existenz*» («Ми опинилися в екзистенційній ситуації і спостерігаємо реакцію на неї. Вірус невидимий, і переважна більшість людей знають про цю

хворобу лише зі ЗМІ. Але вірус впливає на наше існування») [6].

У соціальних мережах з'явилося безліч акаунтів, які присвячені інформуванню населення про пандемію: @Coronakrise_Deutschland, @Coronakrise2020, @Coronakriseneindanke, @Corona.krisensitzung; просуванню своїх товарів і послуг @Corona-Krisenberater (юридичне консультування постраждалих через пандемію галузей), @Krisekunst, @Kinderbuchzurcoronakrise; створенню мемів @corona_krise_memes.

В умовах кризи мовець прагне до лаконічності вираження думки. Для досягнення подібного ефекту замість громіздких синтаксичних конструкцій використовується композитна модель словотворення (*Corona-Krise*, *Corona-Babys*, *Corona-Hysterie*, *Corona-Abitur*). Зокрема, спеціальні європейські облігації, які в умовах пандемії коронавірусу дозволили державам-членам ЄС брати позики і підвищувати зовнішній борг отримали назви *Corona-Bonds*. Комплекс заходів немедикаментозного характеру, спрямований на запобігання поширенню коронавірусної інфекції позначають як *Corona-Etikette*. Шляхом зрощення утворились неологізми *Coronoia* (злиття *Corona* (коронавірус) + *Paranoia* (параноя), *Coronials* (*Corona* + *Millenials* (мілленіали).

Неологізмам, які пов'язані з коронавірусною пандемією, присвячена особлива рубрика електронного словника сучасної німецької мови (*Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache, DWDS*). «Оновленими» стали і такі, рідковживані досі поняття, як «карантин, ізоляція, дезінфекція», які набули сьогодні зовсім іншого змісту.

До актуальних неологізмів належать: *AHA* («*Abstand-Hygiene-Alltagsmaske*»: дистанція – гігієна – маска); *Munaschu* та *Munamaske* (*Mund-Nase-Schutz* та *Mund-Nase-Maske*: рот-ніс-захист або рот-ніс-маска); *Hamsterkäufe*; *Geistermeister* (спортсмени, які перемогли на змаганнях, які проходили без глядачів); *Nacktnasen* (ті, хто носить маску, відкриваючи ніс); *Coronaesk* (похідне від слів «корона» і «гротеск»); *Maskomat* (автомат, в якому можна в будь-який час купити поштучно упаковані захисні маски); *Coronapetze* (так ті, що зібралися на нелегальну вечірку, називають тих, хто дзвонить з цього приводу в поліцію); *Quaranteam* (утворено від злиття *Quarantine* (карантин) + *Team* (команда), так називають тих, хто знаходиться на карантині разом); *Hygienehacken* (з його допомогою двері можна відкривати ліктем); *Spuckschutzwand* (прозора перегородка з оргскла для зниження ризику захворювання вірусом COVID-19); *Trikini* (пляжний ансамбль, що з'явився під час «ковідного» літа; складається з купальника-бікіні і захисної маски); *Zoomfatigue* (синдром хронічної втоми, цілковитий занепад сил після

нескінченних відеоконференцій і спілкування в *zoom*); *Coronafrisur* (довгий час під час локдауна були закриті перукарні, і в сім'ях стригли один одного); *Ausgangssperre* (кілька годин: з десятої вечора до п'ятої ранку, коли не можна виходити на вулицю); *Balkonsänger* (щоб якось прикрасити життя своїх співгромадян і самим не втратити кваліфікацію, музиканти грали і співали з балконів [10].

Частина новоутворень відображає досить короткостроковий феномен. Серед них «*Corona-Partys*», які припнили через кілька днів після початку карантину. Імовірно, що і термін «*Gabenzaun*», що позначає «паркан, на якому підвішуються продукти і речі нужденним», незабаром вийде з ужитку.

Окрему групу утворюють повністю запозичені з англійської мови поняття, як, наприклад «*Social Distancing*». А також псевдоангліцизми – химерний гібрид німецької та англійської, який отримав назву *Denglisch*. Найвідомішим з цього розряду є словосполучення «*Home Office*», яким в Великобританії називають Міністерство внутрішніх справ. Німці ж пристосували цю англійську ідіому для поняття «робота з дому» [7].

Платформа для організації аудіо і відеоконференцій *Zoom* сприяла появі в німецькій мові дієслова – *zoomen* (проводити конференцію / розмовляти в *Zoom*). До англійської дієслова *to zoom* додається відповідна флексія для інфінітива *-en*. Серед інших англіцизмів пандемії COVID-19 можна відзначити такі популярні лексичні одиниці, як *Virus-Briefing* (брифінг щодо ситуації з

коронавірусів), *Weaning* (поступове відключення пацієнтів від апарату ШВЛ).

Висновки. Таким чином, головна тема всіх німецьких ЗМІ в останні дні – поширення SARS-CoV-2 в світі, Європі та Німеччині. Велику увагу видання приділяють ситуації всередині країни. Наслідки пандемії торкнуться всіх. Міжнародна організація здоров'я інформує світ 6 офіційними мовами та 3 додатковими мовами (серед них і німецька), хоча на практиці англійська є домінуючою через те, що міжнародні пресконференції ведуть записи англійською.

Тому існує потреба комплексно дослідити тексти засобів масової інформації. З лінгвістичними механізмами і системою розвитку мови, з одного боку, і з культурною системою дій в міжкультурному просторі – з іншого боку. Необхідно відзначити, що лексика пандемії COVID-19 зважаючи на свою мовну рефлексію обов'язково знайде відображення в лінгвістичних рейтингах Німеччини, оскільки неологізми не тільки відображають таку світову реальність як коронавірус, а й фіксують ставлення суспільства до нього. Імовірно, що в подальшому після подолання наслідків пандемії COVID-19 не всі лексеми збережуть статус маркерів сучасності. Саме тому такі лексичні одиниці необхідно вивчати в динамічному аспекті їх вживання і потрапляння в майбутні рейтинги. Лінгвістичні дослідження ЗМІ німецькомовної лексики про коронавірус мають бути проведені синхронно з іншими спорідненими мовами для виявлення схожих та відмінних лінгвістичних процесів, які відбуваються.

Список використаних джерел

1. Коханова Л. А., Головка С. Б., Горбачева Н. Д. Трансформация языка современных СМИ под влиянием интернета. *Вестник Чувашского университета. Филологические науки. Языкознание*. 2017, № 2. С. 236-246.
2. Майер В. С. Словообразовательное моделирование маркеров современности (на материале немецкого языка). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2020. № 6(108). С. 195.
3. Мустайоки А. Феномен актуального слова 2015 года. *Quaestio Rossica*. 2016, № 4. С. 121
4. Николаева Е.В. «Слова года» как лингвокультурные концепты. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2017. № 10(76): в 3-х ч. Ч. 1. С. 155
5. Rheinische Post. Unterricht in Corona-Krise: Schule unter Extrembedingungen in Dinslaken [Электронный ресурс]. URL: https://rp-online.de/nrw/staedte/dinslaken/unterricht-in-corona-krise-schule-unter-extrembedingungen-in-dinslaken_aid-50202347 (дата звернення: 30.06.2020)
6. Spiegel. Soziologie über Corona

[Электронный ресурс]. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/soziologie-ueber-corona-ich-freue-mich-wenn-die-normalen-krise-wieder-da-sind-a-72abdc71-b2a3-4bdf-9964-c34ff33e24b8> (дата звернення: 24.06.2020)

7. URL: <https://germania-online.diplo.de/ru-dz-ru/ausbildung/Sprache/12342656>

8. URL: <https://gijn.org/2020/03/18/sovety-zhurnalistsam-osveshchayushchim-covid-19/>

9. URL: <https://sfedu.ru/www2/web/press-center/news/62800>

10. URL: <https://www.dw.com/ru/kak-nemcy-govorjat-o-koronaviruse/a-55776771>

11. URL: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/multi-2020-0136/htm>

References

1. Kokhanova, L. A., Golovko, S. B., Gorbachova, N. D. (2017). Transformatsiya yazyka sovremennyh ZMI pod vliyaniyem internet [Transformation of modern mass media language under the internet influence]. *Vesnik Chuvashskogo universiteta. Filologicheskiye nauki. Yazykoznanie*, 236-247.
2. Mayer, V. S. (2020). Slovoobrazovatelnoye

modellirovaniye markerov sovremennosti (na materiale nemetskogo yazyka) [Wordbuilding design of realia markers (based on German)]. Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki, 195.

3. Mustayoki, A. (2015). Fenomen aktualnogo slova [Phenomenon of a topical word]. Quaestio Rossica, 121.

4. Nikolayeva, Ye. V. (2017). "Slova goda" kak lingvokulturnyye kontsepty ["annual words" as linguocultural concepts]. Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki, Issue 10(76), Part 1, 155.

5. Rheinische Post. Unterricht in Corona-Krise: Schule unter Extrembedingungen in Dinslaken [Digital resource]. URL: <https://rp-online.de/nrw/staedte/dinslaken/unterricht-in-corona-krise-schule-unter-extrembedingungen-in->

dinslaken_aid-50202347 (reference date: 30.06.2021)

6. Spiegel. Soziologie über Corona [Digital resource]. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/soziologie-ueber-corona-ich-freue-mich-wenn-die-normalen-krise-wieder-da-sind-a-72abdc71-b2a3-4bdf-9964-c34ff33e24b8> (reference date: 24.06.2021)

7. URL:<https://germania-online.diplo.de/ru-dz-ru/ausbildung/Sprache/ /2342656>

8. URL:<https://gijn.org/2020/03/18/sovety-zhurnalistam-osveshchayushchim-covid-19/>

9. URL:<https://sfedu.ru/www2/web/press-center/news/62800>

10. URL:<https://www.dw.com/ru/kak-nemcy-govorjat-o-koronaviruse/a-55776771>

11. URL:<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/multi-2020-0136/htm>

FACTORS THAT INFLUENCE THE DEVELOPMENT OF CONTEMPORARY GERMAN AND ENGLISH MASS MEDIA VOCABULARY N. M. Kostrytsia, G. V. Fomina, O. M. Lytvyniuk

Abstract. *The media are reaching new virtual horizons in order to provide information for their customers. Online journalism responds quickly to geopolitical processes in the sense of creating new vocabulary. The relevance of the topic is that the study is about today's factors that determine the relationship between language and society. Mass media perform the function to connect people during self-isolation and during pandemic the aim of mass media was to keep public well-informed and to avoid panic. Although there is counterproductive function if we use them as a substitute for real-life social interaction.*

The purpose of the research is to analyze the German media vocabulary about the coronavirus in a synchronous aspect through the prism of English and Ukrainian. The goal is to determine the main way of word-building.

Results of research. *The German language as well as any other widely used language demonstrated a reasonable range of new words that are associated with the coronavirus. In particular, there are a lot of compound words, the first component of which is Corona. The usage of lexical items (pandemic, quarantine, isolation) has increased that used to be commonly known for people sometimes they were forgotten or rarely applied in communication.*

During this coronavirus pandemic, words have been returned to active use although they were on the periphery of the vocabulary and have acquired the same or additional meaning. In times of crisis, the speaker strives for laconic expression of one's opinion. To achieve such an effect journalists composite clear in meaning, understandable model of word formation, i.e. blending, and abbreviation instead of syntactically heavy constructions. Linguistic ratings capture the most relevant words of the year, which are a socio-political portrait, which is presented with the help of nominative linguistic markers.

The results of the study confirmed the importance of the media's influence on public opinion, the avoidance of manipulation, and the performance of direct media functions. There will be a long-lasting need to comprehensively study the texts of the media: with linguistic mechanisms and the system of language development on one hand, and with the cultural system of action in the intercultural space on the other hand. It should be noted that the vocabulary of the COVID-19 pandemic due to its linguistic reflection is bound to be distinguished in linguistic rankings.

Keywords: *coronavirus, pandemic, media vocabulary, mass media, reflection, blending, abbreviation, public.*