

выполняли задания: 87% учеников показали высокие результаты в выполнении заданий рецептивной подмодели; 75% – успешно справились с коммуникативными заданиями репродуктивной подмодели. Из беседы с учащимися установлено, что коммуникативные образцы и опоры способствовали успешному выполнению заданий, помогали быстрее понять суть предлагаемых упражнений, как в содержательном, так и лингвистическом аспекте.

3. Учитывая, что уровень владения французским языком в 6А и 6Б у учащихся можно охарактеризовать одинаковым, результаты выполнения заданий из разных моделей статистически отличаются. Полагаем, что это объясняется наличием во второй модели коммуникативных образцов или опор, которые способствовали более точному пониманию учащимися сути предложенных заданий и способов их выполнения.

Заключение. Настоящее исследование показывает значимую роль интериоризации в работе над лексической стороной речи иностранного языка. Каждая модель интериоризации, обладая специфическими чертами, способствует первичному употреблению лексических единиц в коммуникации, что является непосредственной целью обучения иностранному языку в школьном языковом образовании. Работа по внедрению в обучение иноязычной лексики двух групп моделей интериоризации будет продолжена с целью выявления наиболее эффективного способа формирования лексических навыков учащихся по разным коммуникативным темам, а соответственно, для повышения качества иноязычного образования в средней школе.

1. Азимов Э. Г., Шукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с

2. Щепилова А. В. Особенности обучения второму иностранному языку // Методика обучения иностранным языкам: традиции и современность. – М.: Титул, 2010. – С. 408–438.

COVID-НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Королева М.В.,

студентка 2 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Василькова М.В., ст. преподаватель

Развитие общества отражается в многочисленных лексических единицах, определяющих изменения, которые неизбежно влекут за собой лексические инновации и преобразования в языке. Процесс обновления словарного состава любого языка непрерывен. Язык является одним из основных средств коммуникации и находится в постоянном движении. И каждое новое явление, новый процесс требуют своего названия – нового слова. Это новое слово и будет неологизмом. В настоящее время немецкий язык наряду с другими языками переживает настоящий неологический взрыв. В условиях пандемии коронавируса в повседневный обиход немецкого языка уже плотно вошло большое количество неологизмов, связанных с пандемией COVID-19.

Актуальность данной работы заключается в неослабевающем интересе к неологизмам немецкого языка и обусловлена необходимостью изучения новой лексики, которая появляется в речи благодаря изменениям, происходящим в современном обществе.

Цель исследования: собрать и проанализировать немецкие неологизмы, возникшие в период пандемии COVID-19, и описать их семантику на основе СМИ.

Материал и методы. Материал исследования: новые лексические единицы в немецком языке, появившиеся в связи с пандемией COVID-19 и отобранные путем просмотра оригинальных немецких публицистических источников. Методы исследования: сбор и анализ неологизмов, метод сплошной выборки материала и описательный метод.

Результаты и их обсуждение. Неологизм – это слово или словосочетание, созданные для обозначения нового предмета или для выражения нового понятия. Эти слова звучат непривычно и странно и иногда могут буквально выводить из себя носителей языка. Но со временем они «приживаются», входят в ежедневное употребление, и мы перестаем воспринимать их как что-то новое и необычное. Понятие неологизма относительно: слово считается неологизмом, пока говорящие чувствуют в нём эффект новизны и свежести. С течением определённого периода времени неологизмы могут быть полностью освоены языком и перестают быть неологизмами, становятся обычными словами основного запаса языка или могут так и остаться неологизмами.

Неологизмы возникают в языке в связи с развитием производства, науки и техники, с появлением нового во всех сферах жизни общества, в том числе и в повседневной жизни. В этом смысле немецкий язык оказался богатым на лексические новообразования, связанные с коронавирусом. Так, появилось большое количество сложных слов, первым компонентом которых является Corona: *die Corona-Pandemie* (пандемия коронавируса), *das Coronavirus* (коронавирус), *die Corona-Krise* (коронавирусный кризис), *der Corona-Test* (тест на коронавирус), *die Corona-Beschränkung* (ограничение, вызванное пандемией коронавируса), *der Corona-Impfstoff* (вакцина против COVID-19), *die Corona-Hilfsaktion* (организация помощи в период коронавирусной инфекции). Вторые компоненты в большинстве случаев усиливают отрицательную оценку самой коронавирусной инфекции: пандемия, вирус, кризис, ограничение.

Наряду с нейтрально окрашенными неологизмами можно встретить довольно много лексем с ироническим подтекстом, такие как: *die Corona-Frisur* (прическа, приобретенная во время карантина из-за закрытых парикмахерских), *die Corona-Kilos* (накопленные лишние килограммы во время карантина из-за коронавируса), *der Corona-Fußgruß* (специфическое приветствие во время пандемии COVID-19, обусловленное избеганием рукопожатий), *der Corona-Sünder* (человек, нарушающий правила поведения во время пандемии COVID-19) и др.

В списке неологизмов, возникших в данный период, преобладают существительные, однако, встречаются также и другие части речи, в основном, производные, а также словосочетания. Например, *coronal* (имеющий отношение к пандемии COVID-19), *coronalos* (отрицательный тест на COVID-19), *postcoronal* (после пандемии COVID-19), *bemaskt* (в маске), *videochatten* (общаться посредством видеоконференций), *die erste/zweite Welle* (первая/вторая волна), *der Ausbruch der Pandemie* (вспышка пандемии), *den Erreger bekämpfen* (бороться с возбудителем), *die Bewältigung der Krise* (преодоление кризиса).

Из отобранных нами неологизмов можно выделить следующие типы новой лексики, относящейся к периоду «Covid-19»:

1) новые лексемы, обладающие новой оболочкой и денотатом: *coronieren* (заразить кого-либо коронавирусом), *pandemiemüde* (уставший от пандемии), *das Britenvirus* (британский вирус), *der Distanzunterricht* (дистанционное занятие);

2) новые семемы, появившиеся в результате метафорического или метонимического переноса наименования: *die Dauerwelle* (1. Химическая завивка волос; 2. Постоянно увеличивающееся количество заболеваний коронавирусом), *der Zoomer* (1. Представитель поколения Z; 2. Тот, кто общается через Zoom);

3) новые сочетания слов: *die Krankenschreibung per Telefon* (подтверждение врачом нетрудоспособности по телефону), *das lokale Ausreiseverbot* (местное ограничение выезда).

Заключение. В ходе проведённого исследования мы рассмотрели COVID-неологизмы в современном немецком языке, проанализировали и описали их семантику. Немецкий язык активно приспосабливается к новым условиям жизни, вырабатывая различные неологизмы. Словарный состав - наиболее проницаемая, изменчивая и по-

движная сторона языка, которая непосредственно реагирует на то, что происходит в мире реалий, в ней отражаются наши представления о различных явлениях внеязыковой деятельности. Характерной особенностью словаря является его способность бесконечно разрастаться за счет новых слов и новых значений, которые образуются различными путями. Из этого всего можно сделать следующие выводы:

– неологизмы – один из самых очевидных показателей, по особенностям функционирования которого можно судить о жизнеспособности и основных тенденциях развития современного немецкого языка;

– словообразовательно активными показали себя следующие определяющие компоненты: *Corona-*, *COVID-19*, *Pandemie*, *Virus*, *Test*, *Infektion*, *Zoom*, *Distanz*, которые частично отражают картину мира данного периода;

– активное пополнение языка новыми словами вызывает проблему их правильного понимания и употребления.

1. Maas, H. Gemeinsam gegen Corona / H. Maas // Deutschland Edition. – 2021. – März. – S. 10-11.
2. Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp>. – Дата доступа: 04.02.2022.

ПЕРЕХОД НЕОЛОГИЗМОВ В РАЗРЯД ОБЩЕУПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ

Кривенко Е.В., Василёнок Е.А.,

студенты I курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Василькова М.В., ст. преподаватель

В эпоху цифровых технологий особенно остро стоит проблема внедрения в наш язык новых слов и предложений. Многие из нас употребляют неологизмы, не понимая их значения. Актуальность нашей работы заключается в необходимости исследования неологизмов как способов отражения современной действительности в языке.

Неологизмы принято рассматривать как результат динамических процессов, которые отражают адаптацию языка к трансформациям, происходящим в различных сферах деятельности человека. Эти изменения характерны, прежде всего, для лексической и грамматической систем языка.

Цель работы – рассмотреть несколько неологизмов из различных сфер жизни человека: дать им дефиницию, определить примерное время и причину их появления. Также мы хотим осветить истинное значение появившихся в русском языке неологизмов.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили новостные источники, социальные сети, различные научные статьи и исследования лингвистов в сфере неологизмов. В работе были использованы метод анализа научной литературы и метод сплошной выборки.

Результаты и их обсуждение. Вытеснение и образование новых слов в Интернет-пространстве – это один из самых динамичных процессов современного русского языка, который вызывает стойкий научный интерес в современной лингвистике. Мы подобрали несколько неологизмов, широко используемых на просторах интернета:

• **Workcation** (воркейшн) – это «рабочий отпуск» или «рабочие каникулы». Понятие объединило в себе слова «work» (с английского «работа») и «vacation» («отпуск»).

• **Start-up** (стартап) – (от англ. startup company, startup, букв. – «стартующий») – компания с короткой историей операционной деятельности. Термин впервые использован в журнале Forbes в августе 1976 года и Business Week в сентябре 1977 года. Стартап – это коммерческий проект, основанный на какой-либо идее и требующий финансирования для развития.