

3. Махамаду Б. Истоки морфологии (Морфология в трудах ученых московской фонологической школы) / Б. Махамаду // Вестник РУДН. Серия : Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. №4. – С. 13-18.
4. Нелюба А., Редько Є. Словотворчість незалежної України. 2012–2016. Словник / укл. А. Нелюба, Є. Редько; заг. ред. А. Нелюби. – Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2017. 460 с.

REFERENCES

1. Demeshko, I. M. (2020). Morfonolohichni klasy slovotvirnykh hnizd iz nechlenovanymy vshynnymy diieslovamy v ukrainskii movi [Morphonological classes of word-forming units with inarticulate verbs in the Ukrainian language]. Naukovi zapysky. Vyp. 187. Seriya : Filol. nauky. Kropyvnytskyi, 2020, pp. 30-33.
2. Demeshko, I. M. (2020). Morfonolohichni klasy slovotvirnykh hnizd iz chlenovanymy vshynnymy diieslovamy v ukrainskii movi // [Morphonology of word-forming units of recruiters with a membership vertex to the consonant group. Linguistic Bulletin]. Filolohichni chasopys : zb. nauk. prats. Uman, pp. 61-77.
3. Makhmadu, B. (2012). Istoki morfonologii (Morfonologiya v trudakh uchenykh moskovskoy fonologicheskoy shkoly) [Sources of morfonologii (Morfonologiya in labours of scientists of Moscow phonological school)]. // Vestnik RUDN. Seriya : Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika. 2012. №4. pp. 13-18.
4. Neliuba, A., Redko, Ye. (2017). Slovotvorchist nezalezhnoi Ukrainy. 2012-2016. Slovnyk [Word formation of independent Ukraine. 2012-2016. Dictionary], Kharkiv. 460 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Інна Демешко – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.
Наукові інтереси: фонетика, граматики, словотвірна морфологія української мови.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Inna Demeshko – Candidate of Philological Sciences (Ph.D), Associate Professor of the Ukrainian Language Department at Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University.
Scientific interests: phonetics, grammar, word-forming morphonology of the Ukrainian language.

УДК 141.32 (477):008

DOI: 10.36550/2522-4077-2021-1-193-212-217

**ДИНАМІКА СЕМАНТИКИ ПОНЯТТЯ «КРИЗА»
 В ПЕРІОД COVID-19 (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКИХ
 ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ)**

Світлана ДРУЖБЯК (Львів, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8971-9852>

e-mail: svitlana.druzhbyak@gmail.com

Христина КІСЕЛЬОВА (Львів, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3486-5638>

e-mail: khrystynakiselova@gmail.com

ДРУЖБЯК Світлана, КІСЕЛЬОВА Христина. ДИНАМІКА СЕМАНТИКИ ПОНЯТТЯ «КРИЗА» В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ «COVID-19» (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ). У статті розглядається вплив COVID-19 на динаміку семантики поняття «криза» у німецькій економічній термінології. Досліджено вплив екстралінгвальних факторів на термінотворення та виокремлено зміну або утворення нового емоційного забарвлення у деяких термінах. У зв'язку зі глобальними змінами в економіці, спричиненими спалахом пандемії зафіксовано та проаналізовано нові термінологічні сполуки. Досліджено випадки набуття нових значень уже усталеними, кодифікованими термінами.

Ключові слова: термін, економічна німецька термінологія, емотивність, терміни-деривати, терміни-композиції, стандартизація, уніфікація, криза, Covid-19.

DRUZHBIAK Svitlana, KISELOVA Khrystyna. "SEMANTIC DYNAMICS OF THE NOTION CRISIS DURING "COVID-19" PANDEMIC (BASED ON GERMAN PERIODICALS)". The article examines the influence of COVID-19 on the semantics dynamics of the term "crisis" in German economic terminology. The appearance of the influence of extralingual factors on the formation of the term was analyzed and the change or the appearance of a new emotional coloring in some terms was singled out. First of all, COVID-19 has made irreparable changes to a large number of existing, standardized terms. Coronavirus has acted as a powerful extra-lingual factor, changing the lexical meaning of words as quickly as we get news of new anti-coronavirus incidence records. Environment, society, live standard - these are the factors that can influence the emergence of negative or positive emotional colors. Extralinguistic factors of terminological nomination are closely correlated with the specifics of a particular field of scientific knowledge, with the conditions of its formation and development, thus participating in the formation of certain patterns and advantages in the choice of linguistic means to represent scientific concepts and to determine certain features of nominative originality. For some extralinguistic factors there is a direct connection with the traditional linguistic aspects of terminological nomination, such as, for example, the motivation of terms, methods of term formation, and the specifics of term elements. The importance of one or another extralinguistic factor can be confirmed quantitatively, and this is done with the help of mathematical methods of analysis of language material. German terminology is a system built on the principles of field organization. The core of this system is terminological vocabulary, which means codified, systematized terminology. Various long-term studies of German terms have identified several features of this lexical layer. The conducted research is quite valuable in the linguistic environment. It can be classified as "non-standard", as research in this area has not yet been conducted and the topic of German economic terminology related to COVID-19 and the concept of "Crisis" remains open. A lot of work has been done to find definitions, but also a great achievement of my work is to create the own definitions based on context.

Key words: term, economic terminology, terms-derivatives, terms-composites, standardization, semantics dynamics, crisis, COVID-19.

Постановка проблеми. Відомо, що термінології різних галузей знань є неоднаково дослідженими. Адже масштаби та швидкість розвитку сфер людської діяльності також відрізняються. Відіграючи роль основних показників поступу будь-якого суспільства, наука і техніка, економіка та фінанси постійно розвиваються, оновлюються, реагують на суспільні потреби.

Економіку можна сміливо вважати найбільш розвинутою, але водночас найбільш нестабільною, динамічною наукою. Німецька економічна термінологія сьогодні постійно зазнає змін за впливу екстралінгвальних факторів, в першу чергу ковіду й пандемії, які спричинюють економічну кризу та потребує уваги лінгвістів. Тому для економічної термінології надзвичайно важливим аспектом є дослідження, стандартизація та уніфікація тих термінологічних одиниць, які з'являються у досліджуваній період.

Така діяльність спрямована на вибір термінологічної норми та її уніфікації як сталого варіанта, а також на усунення можливої двозначності чи непорозуміння у фаховому спілкуванні, гармонізацію терміносистеми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Спроби систематизації німецької економічної термінології та її одиниць уже детально відображені в численних наукових розвідках зарубіжних та українських учених. Зокрема у форматі дослідження місця фахової мови економіки серед інших фахових мов, її системної організації (Кияк, 2007), (Гоффманн, 1984), (Дружб'як, 2010); окремих підсистем економічної термінології, способів термінотворення (Дружб'як, 2010), (Вовчанська, 2011); фахової мови економіки як частини загальнонаціональної мови (Ган, 1993); функції термінологічної лексики в періодичних виданнях (Гуровська, 2017), проблем упорядкування, стандартизації та уніфікації термінології (Курносова, 1999) та інші.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Проте вказані дослідження не розкривають впливу екстралінгвальних факторів на термінотворення, зміну статусу терміна та зміну або утворення нового емоційного забарвлення у деяких економічних термінах.

Тому вважаємо, що актуальність пропонованого дослідження визначається необхідністю аналізу зміни лексико-семантичного та емоційного забарвлення поняттєвого кластеру «криза» німецької економічної термінології в період пандемії Covid-19, що спричинює отримання нових значень певних слів та словосполучень, їх наступного застосування в фаховій комунікації та кодифікації в електронних або ж друкованих словниках.

Мета дослідження полягає в аналізі та виокремленні структурних та лексико-семантичних особливостей нових німецької економічних термінів (у межах поняття «криза»), їх емотивної компоненти в публіцистичних текстах 2020 року. Для досягнення цієї мети передбачено вирішення таких **завдань**: аналіз німецьких економічних публіцистичних текстів за 2020 рік; дослідження видозміни та динаміки поняття «криза» в часи COVID-19; розпізнавання видозміни емоційного забарвлення вже сталих та термінологічно-затверджених слів та словосполучень; обґрунтування підстав для подальшого уніфікування нових термінів, або ж оновлення електронних словників новими значеннями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження термінотворчої динаміки мови економіки провокує створення нових термінологічних одиниць, що у свою чергу спричинює необхідність детального аналізу процесів створення нових термінів у німецькій економічній термінології.

Базовими методами дослідження є описовий метод, метод словникових дефініцій та метод дистрибутивного аналізу. У деяких випадках було застосовано метод семантико-компонентного аналізу та метод мікростатистичних підрахунків на основі лексикографічних джерел та текстів різних функціональних типів. Окрім цього, використані елементи кількісного аналізу з метою встановлення частоти моделей досліджуваних структур і їхніх компонентів та співвідношення між отриманими показниками.

Проведення повноцінного власного дослідження було забезпечено унікальною вибіркою термінів за період 2020 року, точніше, за останнє півріччя 2020 року. Терміни було відібрано з німецького періодичного видання «Spiegel». Найзручнішим варіантом пошуку, фільтрації та опрацювання інформації виявилася електронна версія цього видання. Адже вона містить всі його видавничі розгалуження (наприклад, економічно-діловий щомісячник «Manager Magazin»), які опираються саме на певний вид економічної, бізнесової діяльності і відповідно дають змогу класифікувати та аналізувати матеріал. До уваги бралися не тільки вузькоспеціальні економічні терміни, але й ті, що виражали свою економічно-термінологічну навантаженість у певному контексті. Досліджувана вибірка налічує 480 позицій, відібраних з понад 112 різних за обсягом статей німецького періодичного онлайн-видання „Spiegel“. Середня кількість символів в одній статті – орієнтовно 660 слів. Тому вважаємо, що вибірка є достатньою для аналізу та певних критичних суджень.

Терміни досліджувалися за різними параметрами. Перш за все, було проаналізовано структурні особливості німецьких економічних термінів, пов'язаних з поняттям «криза». У пропонованій праці ми зосередили свою увагу на двокомпонентних термінологічних сполуках та термінах-композиціях, як найпродуктивніших способах термінологічної номінації.

Дослідження засвідчило, що двоскладові термінологічні сполуки є найбільш вживаними у сучасній німецькій економічній лексиці. Відібрано 174 таких словосполучення, представлених наступними моделями: 1. Іменник + Дієслово (98 термінів); 2. Прикметник + Іменник (53 терміни); 3. Іменник + Іменник (19 термінів); 4. Прислівник + Дієслово (4 терміни). Наприклад: *die Krise durchstehen, die Flaute in der Corona-Krise, das wirtschaftliche Schock, die krisengeschüttelte Nation, finanziell überstehen*.

Таке активне використання термінологічних конструкцій пояснюємо тим, що вони передають великий значеннєвий спектр та водночас зрозуміло та детально номінують складні економічні реалії.

Що стосується термінів-композицій, то виокремлено 139 таких термінологічних одиниць, 130 з яких є чистими іменниковими словами. Адже саме для іменника притаманна чітка номінативна властивість. Вони здатні номінувати економічну реалію чи подію значно точніше, чіткіше та повніше ніж дієслово, чи прислівник. Наприклад: *das Vorkrisenniveau, der Krisenstab, die Krisenpolitik, der Hilfskredit*.

Та основним параметром дослідження було виокремлення феномену емотивності термінів. Емоційна діяльність людини безперечно має вплив на процес термінотворення та функціонування вже наявних термінів. Емоційно забарвлені слова досі відносять до

наріжних каменів довготривалих та складних дискусій лінгвістів (Кияк, 2007). Одержана вибірка дає змогу простежити вплив емоційного фактора на формування дефініції певного поняття.

Було проведено класифікацію термінів відповідно до їх емоційного забарвлення і виокремлено такі групи: *негативно забарвлені, позитивно забарвлені та нейтральні*. Результат аналізу показав, що терміни, які місять в собі певний негативний відтінок значно переважають від двох інших категорій. І це є цілком логічним. Адже в кризовий період у вокабулярі мовців все частіше з'являються чітко виражені гнітючі настрої, що відповідно відображається на частотності вживання термінів з негативним емоційним забарвленням. Особливо, коли мова йде про тотальний локдаун та наслідки, який він спричинив для економічної ситуації певних підприємств, цілої держави чи світової економіки. За допомогою контекстуального аналізу було виявлено 306 термінів з негативно забарвленою семантикою, що становить 64 % усієї вибірки. Наприклад: *der Corona-Schock, unter der Coronakrise leiden, die Corona-Sonderlast, die Börsenturbulenzen der Corona-Pandemie*.

Далі йдуть економічні терміни, що не мають чітко вираженого емоційного забарвлення (89 одиниць). Наприклад: *in der Coronakrise unterstützen, die Corona-Maßnahmen*.

Дещо меншу кількість (85 одиниць) від загальної кількості отриманих термінів становлять слова та словосполучення з позитивним емоційним забарвленням. Багато з них позначають процеси, пов'язані з відновленням від руйнівного кризового економічного навантаження, спричиненим спалахом пандемії. Наприклад: *durch die Corona-Krise nicht beirren, die Erholung der Wirtschaft vom Corona-Schock*.

Варто зазначити, що тут не завжди можна залишатися об'єктивним, оскільки емотивність слова часто залежить від суб'єктивного бачення чи сприйняття певної людини або ж обставин.

Оточення, соціум, рівень життя – це ті чинники, які можуть впливати на появу негативного чи позитивного емоційного забарвлення термінів. Тому результати цього аналізу можуть дещо коливатись у кількісному відношенні.



Рис. 1. Емоційне забарвлення німецьких економічних термінів

Варто зазначити, що часто економічна лексика, пов'язана з поняттям «криза», вживається разом з поняттям COVID-19. Наприклад: *durch die Corona-Krise nicht beirren, die Auswirkungen der Corona-Krise spüren, die Corona-Krise gebeutelten Werte*.

Окрім того простежується велика кількість новоутворених термінів, які ще не відображені у словниках, але містять у своєму лексичному значенні згадку про кризу або

слова, пов'язані з пандемією та коронавірусом. Нариклад: *die steigenden Corona-Schulden, die Corona-Einschränkungen, die Covid-19-Restriktionen, die Corona-Soforthilfe, das Krisendrehbuch*.

Екстралінгвальні фактори термінологічної номінації знаходяться в тісній кореляції зі специфікою конкретної науки, з умовами її формування та функціонування, тим самим беручи участь в становленні певних закономірностей і переваг у виборі мовних засобів для репрезентації наукових понять і для визначення окремих рис номінативної своєрідності терміносистеми. Для деяких екстралінгвістичних факторів встановлений прямий зв'язок з традиційними мовними аспектами термінологічної номінації – такими, як, наприклад, вмотивованість термінів, способи термінотворення, специфіка терміноелементів тощо. Важливість того чи іншого екстралінгвістичного чинника можна підтвердити кількісно, а саме за допомогою математичних методів аналізу мовного матеріалу. Екстралінгвістичні фактори термінологічної номінації більш наочно пояснюють взаємозв'язок між подіями, що відбуваються в суспільстві загалом та в окремих спільнотах.

У нашому випадку COVID-19 став тим екстралінгвальним фактором, що суттєво впливає на динаміку розвитку економічної термінології.

Цікавою є ситуація зі стандартизацією та уніфікацією нових термінів або ж нових значень вже сталих уніфікованих термінів, що утворилися в 2020 році. Коронавірус виступив у ролі впливового екстралінгвального фактора, що здатен швидко вносити зміни в лексичне значення слова. Поняття «криза» змінилося, увібравши у себе нові відтінки, збагативши свою семантику.

Це у свою чергу створило проблему стандартизації нових термінів, їх загальну уніфікацію. Ключовим джерелом для визначення кодифікації термінів, їх дефініції був обраний електронний словник Duden. Цей вибір ґрунтується авторитетності цього видання й на тому, що його оновлення відбувається практично щодня. Дослідження показало, що лише 136 вилучених термінів зареєстровані у ньому. Окрім цього, для проведення пропонованого дослідження ми послуговувалися Google та контекстом.



Рис. 2. Рівень стандартизації німецьких економічних термінів

Варто зазначити, що в процесі дослідження виокремлено 307 одиниць загальних термінів, розуміння яких, на наш погляд, не потребує особливих додаткових знань з економіки чи якихось фахових історичних знань.

Висновки та перспективи дослідження. Глобальні зміни, спричинені коронавірусом зумовлюють зміни в суспільному та інформаційному контексті функціонування німецької економічної термінології, що активізує внутрішні ресурси мови, залучені для номінування спеціальних понять. Проведений аналіз засвідчив, що типовим є вживання економічної

лексики, пов'язаної з поняттям «криза» в одному контексті з терміном COVID-19. Окрім цього, виявлено велику кількість не кодифікованих термінів, що лексичне значення яких містить згадку про кризу або пандемію та коронавірус. На основі вибірки, можна також простежити вплив емоційного фактору на формування дефініції певного поняття. Наявність певного емотивного забарвлення досліджуваних одиниць вказує на надзвичайно негативний вплив пандемії та її важкі наслідки для світової спільноти й економіки. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у зіставному аналізі німецьких та українських економічних одиниць такого стибу, дослідженні їх функціонування.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Вовчанська С. І. Німецькомовна термінологія маркетингу як підсистема економічної термінології: обґрунтування вибору теми / С. І. Вовчанська // Наукові праці Кам'янець-Подільського державного університету: Філологічні науки / [відп. ред. Л. М. Марчук]. – Кам'янець-Подільський, 2011. – Вип. 26. – С. 58–61.
2. Дружб'як С. В. Словоскладання у творенні сучасних німецьких економічних термінів / С. В. Дружб'як // Вісник нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». – 2010. – № 676. – С. 94–97.
3. Кияк Т. Р. Фахові мови та проблеми термінознавства / Т. Р. Кияк // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2007. – № 27. – С. 203–208.
4. Курносова Н. О. Термінологія: проблеми упорядкування, стандартизації та уніфікації / Н. О. Курносова, Р. В. Курносова // Вісн. Житомир. інж.-технол. ін-ту фундамент. та гуманіт. науки, пробл. освіти. – 1999. – № 9. – С. 69–72.
5. Туровська Л. В. Термінологічна лексика на сторінках періодичних видань / Л. В. Туровська // Українська мова. – 2017. – № 2. – С. 33–41.
6. Hahn M. Deutsch als Wirtschaftssprache / M. Hahn. – DaF 30/2, 1993. – S. 92–95.
7. Hoffmann L. Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung. 2. Aufl. / L. Hoffmann. – Berlin: Akademie-Verlag, 1984. – 307 S.

ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ

1. Duden Online. Режим доступу: <https://www.duden.de/>
2. Manager Magazin. Режим доступу: <https://www.manager-magazin.de/>
3. Spiegel Online. Режим доступу: <https://www.spiegel.de/>

REFERENCES

1. Vovchanska, S. I. (2011). Nimetskomovna terminolohiia marketynhu yak pidsystema ekonomichnoi terminolohii: obruntuvannya vyboru temy. [German-language marketing terminology as a subsystem of economic terminology: justification of the choice of topic] Kamianets-Podilskyi: Naukovi Pratsi Kamianets-Podilskoho Derzhavnoho Universytetu Filolohichni Nauky, pp 58-61.
2. Druzhbiak S. V. (2010). Slovoskladannia u tvorenni suchasnykh nimetskykh ekonomichnykh terminiv. [Word formation in the creation of modern German economic terms] Lviv: Visnyk Natsionalnoho. Universytetu «Lvivska Politekhnikha». Serii «Problemy Ukrainskoi Terminolohii», pp. 94-97.
3. Kyiak T. R. (2007). Fakhovi movy ta problemy terminoznavstva. [Professional languages and problems of terminology] Zaporizhzhia: Nova filolohiia. Zbirnyk naukovykh prats, pp.203-208.
4. Kursova N. O. (1999). Terminolohiia problemy uporiadkuvannya standartyzatsii ta unifikatsii. [Terminology: problems of ordering, standardization and unification] Zhytomyr: Visnyk Zhytomyr. Inzhenerno-tekhnolohichnoho Instytutu Fundamentalnoi Ta Humanitarnoi Nauky, pp. 69-72.
5. Turavska L. V. (2017). Terminolohichna leksyka na storinkakh periodychnykh vydan [Terminological vocabulary on the pages of periodicals], pp. 33-41.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Світлана Дружб'як – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Львівська політехніка».

Наукові інтереси: термінологія, переклад, термінологічні аспекти перекладу.

Христіна Кісельова – магістр кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Львівська політехніка».

Наукові інтереси: психолінгвістика, переклад, термінологія

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Svitlana Druzhbiak – Candidate of Science in Philology, Associate Professor of the Applied Linguistics Department at the Lviv Polytechnic National University.

Scientific interests: translation, stylistic aspects of translation

Khrystyna Kiselova – Master of Arts in Philology (Applied Linguistics) at the Lviv Polytechnic National University.

Scientific interests: psycholinguistics, translation.