

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра німецької філології

Курсова робота
з перекладознавства на тему:
«ФРАЗЕОЛОГІЧНІ НЕОЛОГІЗМИ В НІМЕЦЬКИХ
ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ
АСПЕКТ»

студентки 4 курсу групи
Пн 11-19
факультету германської філології і
перекладу

освітньо-професійної програми
Німецька мова і друга іноземна мова:
усний і письмовий переклад

за спеціальністю 035 Філологія

спеціалізація 035.043 Германські мови та
літератури (переклад включно), перша –
німецька

Кобушко Валентини
Науковий керівник: **к. філол. наук, доц.**

Крепель В.І

Національна шкала _____

Оцінка _____

Оцінка ЕКТС _____

Члени комісії:

NATIONALE LINGUISTISCHE UNIVERSITÄT KYJIW
LEHRSTUHL FÜR DEUTSCHE PHILOLOGIE

Semesterarbeit

in Translationswissenschaft zum Thema:

**„Phraseologische Neologismen in deutschen publizistischen Texten: ein
funktionaler Aspekt“**

von der Studentin

des 4.

Studienjahres

der Seminargruppe Nr. PN 11-19

Fach: 035 „Philologie“,

Spezialisierung: 035.043

Germanische Sprachen und Literaturen
(inklusive Translation)

Ausbildungsprogramm: Deutsch und
zweite Fremdsprache: Übersetzen und
Dolmetschen

Kobushko Valentyna

Wissenschaftliche(r) Betreuer(in): :

Doz. Dr. Vira Krepel

Nationale Bewertungsskala _____

Punktzahl _____

EKTS-Note _____

Kommissionsmitglieder:

INHALT

| | |
|--|----|
| EINLEITUNG | 3 |
| KAPITEL 1. THEORETISCHE GRUNDLAGEN DER UNTERSUCHUNG VON PHRASEOLOGISCHEN NEOLOGISMEN IN DEUTSCHEN PUBLIZISTISCHEN TEXTEN | 5 |
| 1.1. Der Begriff der phraseologischen Neologismen in der Linguistik | 5 |
| 1.2. Merkmale der Verwendung von Neologismen in deutschsprachigen Zeitschriften | 8 |
| 1.3. Merkmale deutscher Zeitschriften: stilistische und lexikalische Merkmale | 13 |
| Schlussfolgerungen zum Kapitel 1 | 15 |
| KAPITEL 2. FUNKTIONALITÄT VON PHRASEOLOGISCHEN NEOLOGISMEN IN DEUTSCHEN JOURNALISTISCHEN TEXTEN | 17 |
| 2.1. Funktionen von phraseologischen Neologismen, die durch Wortableitung gebildet werden..... | 17 |
| 2.2 Funktionen von phraseologischen Neologismen, die durch semantische Ableitung gebildet werden..... | 20 |
| 2.3. Funktionen von phraseologischen Neologismen - Entlehnungen..... | 23 |
| Schlussfolgerungen zum Kapitel 2 | 26 |
| SCHLUSSFOLGERUNGEN | 27 |
| PE3IOME..... | 29 |
| RESÜME | 30 |
| LITERATURVERZEICHNIS | 31 |
| ANHANG A | 35 |

EINLEITUNG

In ihrer Forschung untersuchen Wissenschaftler aus verschiedenen Bereichen, darunter Linguistik, Philologie, Kulturwissenschaften und andere, phraseologische Neologismen. Die Entwicklung der Wissenschaft, die Verbesserung der Technologie, die ständige Zunahme der Informationen über die Welt um uns herum – all dies führt zu einer großen Zahl neuer Begriffe, für die die Sprache einen angemessenen Ausdruck finden muss. Die Aufmerksamkeit der Sprachwissenschaftler für die Untersuchung von Neologismen im modernen Deutsch, ihre Entstehung und Assimilierung sowie ihre lexikographische Bearbeitung nimmt zu. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass die Untersuchung von Neologismen in der deutschen Sprache im zwanzigsten Jahrhundert aktiv begann. Neologismen wurden in ihren Studien von Wissenschaftlern wie Lisiecka N.G. berücksichtigt. Kochergan, M.P., Mikhailenko, I.V., Zimmermann, M.

Die Aktualität dieser Arbeit liegt in der Notwendigkeit, die Funktionsweise von phraseologischen Einheiten in journalistischen Texten zu untersuchen. In dieser Arbeit werden wir die am häufigsten verwendeten Methoden zur Bildung phraseologischer Einheiten in journalistischen Texten ermitteln.

Objekt der Forschung sind phraseologische Einheiten in Artikeln deutscher Publikationen. Das Untersuchungsmaterial basierte auf den Artikeln in deutschen Printmedien. Die Analyseeinheiten waren phraseologische Neologismen, die auf unterschiedliche Weise gebildet wurden (50 phraseologische Neologismen wurden durch eine Zufallsauswahl gesammelt).

Gegenstand der Studie ist die Funktionsweise von unterschiedlich gebildeten phraseologischen Neologismen in Artikeln der deutschen Printmedien.

Ziel der Untersuchung ist es, phraseologische Einheiten in Artikeln deutscher Publikationen zu untersuchen, ihre Funktionen zu definieren und die am häufigsten

verwendeten Methoden zur Bildung gelegentlicher Einheiten in journalistischen Texten zu identifizieren.

Die Forschungsarbeiten haben folgende Ziele:

1. Betrachtung des Konzepts der phraseologischen Neologismen;
2. Untersuchung der Besonderheiten der Verwendung von Neologismen in der deutschen Presse;
3. Beschreibung der Besonderheiten der deutschen Zeitschriften;
4. Die Funktionen von phraseologischen Neologismen zu untersuchen;

Zu den Forschungsmethoden gehören: Analyse von Wörterbuchdefinitionen, vergleichende Analyse, Methode der Zufallsauswahl, kontextuelle Analyse, Methode der quantitativen Auszählung.

Dieses Thema wird in **Büchern und Artikeln** der folgenden Wissenschaftler behandelt: Lisiecka N.G. berücksichtigt. Kochergan, M.P., Mikhailenko, I.V., Zimmermann und viele andere auf diesem Gebiet.

Der Aufbau der Arbeit. Die Studie besteht aus einer Einleitung, zwei Kapiteln, Schlussfolgerungen, einem Literaturverzeichnis. Die theoretische Bedeutung der Arbeit liegt in der Betrachtung der Arten der Bildung phraseologischer Neologismen anhand von journalistischen Artikeln, was einen Beitrag zur Wortbildung als Teilbereich der deutschen Sprache darstellt. Die praktische Bedeutung der Arbeit liegt darin, dass ihre Ergebnisse in Praktika zur Lexikologie und Stilistik der deutschen Sprache verwendet werden können.

KAPITEL 1. THEORETISCHE GRUNDLAGEN DER UNTERSUCHUNG VON PHRASEOLOGISCHEN NEOLOGISMEN IN DEUTSCHEN PUBLIZISTISCHEN TEXTEN

1.1. Der Begriff der phraseologischen Neologismen in der Linguistik

Sprachliche Innovationen, auch phraseologische, dienen dem Zweck der sprachlichen Beeinflussung. Es sind phraseologische Einheiten, die jedem Text Frische und eine besondere Note verleihen, ihn dynamischer und ausdrucksstärker machen und die sprachlichen Ausdrucksmittel erweitern und bereichern. Phraseologische Neologismen sind stabile, ausdrucksstarke Wendungen, die nicht in den Wörterbüchern der modernen Literatursprachen verzeichnet sind und die entweder neu geschaffen oder an neue gesellschaftliche Bedingungen angepasst werden oder durch die Umwandlung bekannter Paraphrasen, geflügelter Worte und Phrasen sowie aus anderen Sprachen entlehnter Kombinationen entstehen.

Ein weiter gefasster Begriff ist der der phraseologischen Neuerungen, die definiert werden als "phraseologische Einheiten (jenseits der Einteilung in sprachlich und sprachlich gelegentlich), die entweder in der Form oder in der Bedeutung oder in Form und Bedeutung zusammen neu sind für die untersuchte Periode der Entwicklung der Literatursprache im Verhältnis zur vorhergehenden Periode, die bedingt als Ausgangspunkt genommen wird (aus direkter Abhängigkeit, wenn auch unter Berücksichtigung von Wörterbuchfixierungen)" (Kozak, 2002, S. 152).

Solche Definitionen von "engeren" und "weiteren" Begriffen, die für die moderne phraseologische Neologie grundlegend sind, bringen uns zurück zu den klassischen Definitionen einer phraseologischen Einheit und zum "engen" und "weiten" Verständnis des Umfangs der Phraseologie, und die Grenzen dieses doppelten Verständnisses, das in der traditionellen Phraseologie verankert ist, sind für verschiedene Forscher recht wackelig. Sie werden erweitert oder verengt, je nachdem, welches Merkmal von dem einen oder anderen Autor als differenzierendes, definierendes Merkmal einer phraseologischen Einheit akzeptiert wird:

- Reproduzierbarkeit (Gorbach, 2002),
- Idiomatizität (Nikolaeva, 2017),
- determinative Beziehungen (Blagovidova, 2017),
- Kombination von Lexemen (Kozak, 2002),
- obligatorische syntaktische Umgebung (Havryliuk, 2015),
- Unübersetzbarkeit in andere Sprachen (Havryliuk, 2015),
- Figürlichkeit (Kovbasyuk, 2005),
- Ableitungsbeziehung der Bedeutungen der Lexeme (Shevchenko, 2019).

Die Phraseologie, wenn sie eine linguistische Disziplin wie Phonetik, Morphologie, Syntax usw. ist, kann nicht in einem engen oder weiten Sinn betrachtet werden. So stellt der Wissenschaftler fest, dass in der Sprachwissenschaft subjektive Faktoren keine entscheidende Rolle spielen können. Die Phraseologie sollte als eine linguistische Disziplin betrachtet werden, die phraseologische Einheiten untersucht" (Barz, 2018). Die Idiomatik ist ein Zweig der Sprachwissenschaft, der sich mit Idiomen befasst. Aus der Idiomatik haben sich im Laufe der Entwicklung der Sprachwissenschaft die Phraseologie, die sich mit phraseologischen Einheiten befasst, die Paremiologie, die sich mit Sprichwörtern und Redensarten befasst, und die Syntagmatik, die sich mit Syntagmen befasst, entwickelt. Und im Rahmen der Idiomatik gibt es Paraphrasen, literarische Vergleiche und Redewendungen (Barz, 2018).

Wenn wir also die wissenschaftlichen Entwicklungen als Ausgangspunkt nehmen, kombinieren wir in dieser Studie beide wissenschaftlichen Bereiche: Phraseologie (Paremiologie, Syntagmatik) und Idiomatik, d. h. wir betrachten auf die eine oder andere Weise (im klassischen Sinne) den Bereich der Phraseologie im weitesten Sinne des Wortes.

Die Grundlage unserer Studie ist die Definition einer phraseologischen Einheit. Eine phraseologische Einheit ist eine Kombination, die in einer vorgefertigten Form reproduziert werden kann, die eine Verschmelzung der Bedeutung der sie

konstituierenden Wörter und der Ausdruckskraft aufweist (Mokienko, 2003). Diese Definition ermöglicht es, verschiedene Arten von stabilen Ausdrücken zu kombinieren:

- eigentliche Redewendungen,
- stabile Formeln und Phrasen mit terminologischem Charakter,
- einige Briefpapier- und Zeitungsstempel,
- Sprichwörter,
- biblische Ausdrücke,
- "geflügelte" Zitate aus belletristischen Werken,
- Volkslieder, usw,

Das heißt, alles, was unter dem Begriff "stabiler Wortkomplex" zusammengefasst wird, fällt unter diese Kategorie. In dieser Abhandlung verwenden wir jedoch eine traditionellere phraseologische Terminologie: phraseologische Einheit, phraseologische Wendung, Phraseologismus, stabile Kombination, stabiler Ausdruck, was uns durchaus angemessen erscheint, wenn der Geltungsbereich der Phraseologie weit gefasst wird.

Auf der Grundlage der oben genannten theoretischen Positionen bezeichnen wir eine phraseologische Innovation als eine sprachliche Reaktion (in diesem Fall von Journalisten), die schriftlich festgehalten und in stabilen Kombinationen verkörpert wird, auf alle neuen Dinge, die in allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens (in Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport usw.) geschehen. Da das moderne Leben in vielerlei Hinsicht augenblicklich ist, ist es immer schwierig zu bestimmen, welche stabile Kombination ihren rechtmäßigen Platz im Gedächtnis der Gesellschaft einnehmen und somit zum Eigentum der Sprache (insbesondere ihres phraseologischen Fundus) werden wird. In der zeitgenössischen Presse geben phraseologische Innovationen jedoch das vollständigste Bild der sozio-politischen, sozialen und kulturellen Trends der modernen Periode der gesellschaftlichen Entwicklung, so dass eine riesige Schicht

stabiler sprachlicher Innovationen eine ständige Aufzeichnung, Untersuchung, umfassende Analyse und theoretische Erfassung erfordert. Unter dem Gesichtspunkt der semantischen und funktionalen Zugehörigkeit unterteilt Mokienko (2003) phraseologische Neologismen in zwei verschiedene Gruppen :

1. Semantische und funktionale Neologismen, die zu ideographischen Reihen gehören, die sie mit lexikalischen Neologismen verbinden. Diese Gruppe entsteht aus der dynamischen Notwendigkeit, neue Phänomene und Tatsachen zu bezeichnen.

2. Stilistische und funktionale Neologismen. Diese Gruppe von phraseologischen Einheiten bezeichnet keine neuen Phänomene der Realität, sondern entsteht aus dem Bedürfnis nach einer expressiven "Aufladung" der Phraseologie, dem Bedürfnis, alte Tatsachen und Phänomene auf neue Art und Weise mit anderen sprachlichen Mitteln zu bezeichnen.

Die Sprache einer Zeitung ist also eine Sphäre der sprachlichen Innovation, eine ständige Suche nach neuen Formen und Wegen des sprachlichen Ausdrucks. Dabei ist es wichtig, nicht nur die phraseologischen Innovationen zu steigern, sondern auch die bereits bekannten phraseologischen Einheiten zu überdenken und die kombinierten Möglichkeiten der phraseologischen Einheiten zu erweitern. Es sind Zeitungen, die neue, relevante Informationen aus verschiedenen Bereichen menschlicher Tätigkeit präsentieren und sich an eine breite Leserschaft wenden. Deshalb sind viele phraseologische Einheiten dank der Pressesprache in den Wortschatz aller Gesellschaftsschichten eingegangen.

1.2. Merkmale der Verwendung von Neologismen in deutschsprachigen Zeitschriften

Im deutschsprachigen Fremdwörterbuch Duden (2013) werden Neologismen definiert als:

1. Vorliebe für alles Neue, insbesondere aus religiösen und sprachlichen Gründen.
2. Sprachbildung.

Neologismen als sprachliche Neuerungen sind in dieser Studie von zentralem Interesse, da sie eine historisch variable Kategorie darstellen, eine der Kategorien des passiven Wortschatzes, d.h. Einheiten, die noch nicht in den aktiven Wortschatz eingegangen sind oder eingehen werden.

Trotz zahlreicher Versuche, diesen Begriff endgültig zu definieren, gibt es in der linguistischen Fachliteratur noch immer keine eindeutige Interpretation des Begriffs "Neologismus".

Die Funktionen der Neologismen werden durch die Bedürfnisse der modernen Gesellschaft bestimmt, die sich ebenso wie die Sprache ständig weiterentwickelt. Wenn man die Arbeiten verschiedener Wissenschaftler studiert, kann man verallgemeinern, dass Neologismen dazu verwendet werden, neue Begriffe zu benennen und frühere Begriffe durch neue zu ersetzen. Diese Funktionen werden durch verschiedene Faktoren bestimmt:

- die Tendenz zur sprachlichen Ökonomie, die in der Linguistik als einer der Hauptgründe für die Veränderung und Entwicklung des Sprachsystems als Ganzes sowie seiner einzelnen Ebenen angesehen wird;
 - die Vereinheitlichung von Nominalmodellen zur Systematisierung neuer Begriffe und Interpretationen;
 - aussagekräftigere, präzisere Benennung von Objekten oder Phänomenen, die im Prozess der gesellschaftlichen Entwicklung entstehen;
- Ausdrucksstarke und stilistische Erneuerung der Sprache, um die stilistische Färbung der Sprache des Sprechers zu diversifizieren (Blagovidova, 2017).

Wir können Neologismen auf verschiedene Weise entstehen:

1) Sie werden aus dem in der Sprache vorhandenen Material mit Hilfe von Wortbildungsmethoden gebildet, die der Sprache eigen sind, manchmal auch auf künstliche Weise;

2) Sie werden oft aus anderen Sprachen entlehnt (Kochergan, 2001).

Die Sprachwissenschaftler unterscheiden drei Arten der Anreicherung des Wortschatzes der modernen deutschen Sprache:

1. Wortbildung. Der Prozess der Bildung neuer Wörter aus bereits in der Sprache vorhandenen Elementen, z. B.: Die Gesamthochschule.

2. Der Prozess der Entlehnung von Wörtern aus anderen Sprachen: der Fan, der Hit (Englisch); die Datscha, die Soljanka (Russisch).

3. Die Veränderung der Bedeutung von bereits in der Sprache vorhandenen Wörtern: die Wende - die Vereinigung

In der modernen Sprachwissenschaft gibt es keine einheitliche Theorie über die Typologie von Neologismen, da es viele Klassifizierungen gibt. Einige von ihnen werden im Folgenden erörtert (Glück, 2013).

Neologismen werden in die folgenden Gruppen eingeteilt:

- lexikalische, semantische und phraseologische Neologismen werden nach der Art ihrer Entstehung unterschieden;
 - nach den Entstehungsbedingungen gibt es allgemeine und individuell verfasste Neologismen;
 - unterscheidet nominative und stilistische Lexeme nach dem Zweck der Bildung.

Interessant ist unseres Erachtens die Klassifizierung der Neologismen in dem Werk "Neologismus und Neologismenwörterbuch", wo der Autor folgende Arten von neuen Wörtern unterscheidet:

- Neuentlehnungen und Neubildungen mit entlehnten Bestandteilen;
- direkte Entlehnungen - Entlehnungen, die direkt von einer Sprache in eine andere übergehen;
- hybride (gemischte) neue Wörter sind neue Wörter, die Merkmale aus zwei oder mehr Sprachen entlehnen;

- imaginäre Entlehnungen sind Lexeme, die in ihrer ursprünglichen Form entlehnt werden, aber in der Empfängersprache eine oder mehrere neue Bedeutungen erhalten, die sie in der Ausgangssprache nicht hatten, z. B. Englisch handy "handy, geschickt" → Deutsch handy "mobiltelefon";
- neue abgeleitete Wörter sind Wörter, die auf der Grundlage der direkten, nominalen Bedeutungen der ursprünglichen Wörter gebildet werden;
 - neue Abkürzungen - neue Abkürzungen oder Initialismen;
 - neue Formationen;
 - neue Bedeutungen (Xuefu 1989).

Diese Typologie unterscheidet verschiedene Untertypen des neuen Wortschatzes, und zwar werden die neuen Entlehnungen in direkte, imaginäre und hybride Neologismen unterteilt, was bei der Arbeit mit einer Gruppe dieser Neologismen zu Schwierigkeiten führen kann. Meiner Meinung nach gibt es bei dieser Klassifizierung keine klare Unterscheidung, bei der ein Typ einen anderen ergänzen oder von ihm abgeleitet werden kann. Meiner Meinung nach sollten wir uns an die klassische Typologie halten, auf die wir im Folgenden eingehen werden.

Die bekannteste ist die klassische Typologie, die die folgenden Arten von Neologismen unterscheidet:

1. Neologismen (Neuwort) sind völlig neue Wörter, die mit dem Auftauchen neuer Referenten (E-Learnig) verbunden sind;
2. Neubedeutung - semantische Bildungen unter Beibehaltung der klanglichen und morphologischen Struktur des Wortes (Maus - Computermaus);
3. Neubezeichnung - morphologische Veränderungen unter Beibehaltung der Bedeutung des Wortes (Agrarwirt statt Bauer);
4. Neuprägung - neue Lexeme, die nach den Regeln der Wortbildung einer bestimmten Sprache aus bestehenden Wörtern gebildet werden, die eine neue Bedeutung enthalten (Multi statt Multimillionär) (Kovbasyuk, 2005 S.19-21)

Es gibt noch weitere Klassifizierungen von Neologismen, zum Beispiel:

- neue Wörter (Eineurojob, Minijob);
- neue Bedeutungen bestehender Wörter (Interview - Vorstellungsgespräch, blicken - verstehen, abhängen - passiv mit anderen entspannen)
- neue Ausdrücke (Terz machen - einen Aufstand, einen Skandal um etwas machen; den Ball flach halten - ruhig bleiben, gelassen reagieren; keinen Plan haben - von etwas keine Ahnung haben)
- Entlehnungen (Latte macchiato - ein mehrschichtiges heißes Kaffeegetränk aus Milch, Espresso und Milchschaum; Realityshow - eine Unterhaltungssendung im Fernsehen, die reale, sensationelle Ereignisse zeigt) (Glück, 2013).

In den entwickelten Sprachen geht die Zahl der Neologismen, die im Laufe eines Jahres in Zeitungen und Zeitschriften erscheinen, in die Zehntausende. Dies ist auf das gesellschaftliche Bedürfnis zurückzuführen, alles Neue zu benennen und zu verstehen, sowie auf intralinguistische Faktoren - Tendenzen zur Ökonomie, Vereinheitlichung, Systematik der sprachlichen Mittel, Variation von Bezeichnungen mit unterschiedlichen inneren Formen, Etymologie und Aufgaben der expressiven und emotionalen, stilistischen Ausdruckskraft. Xuefu (1989) identifiziert in ihrer Arbeit die folgenden Arten von Neologismen:

- neue anleihen und neue einheiten mit geliehenen Komponenten
- direkte Anleihen
- hybride (gemischte) neue Entitäten
- imaginäre Entlehnungen;
- neue abgeleitete Wörter
- neue Bildungen
- neue Bedeutungen

Neologismen sind aufgrund ihrer ausdrucksstarken und emotionalen Färbung sowie der modernen Bildung das am besten geeignete Mittel, um die Gesellschaft zu

beeinflussen. Oft erfinden Journalisten selbst neue Wörter unter Verwendung bestehender Formen. Solche Neologismen werden als gelegentlich (auktorial) betrachtet. Neologismen können durch den natürlichen Wunsch des Sprechers nach Neuheit entstehen, wenn sogenannte sprachliche Redundanzen gebildet werden.

1.3. Merkmale deutscher Zeitschriften: stilistische und lexikalische Merkmale

Das wichtigste Merkmal des modernen deutschen Zeitschriftenmarktes ist die Regionalisierung der veröffentlichten Informationen. Bild, die größte Tageszeitung, hat etwa 35 Ausgaben, die sich in Lokalchroniken und lokalen Anzeigenblättern unterscheiden.

Da die meisten regional differenzierten Publikationen innerhalb eines kleinen territorialen Marktes unrentabel sind, hat der moderne deutsche Druckmarkt eine bestimmte Struktur entwickelt, die die Überwindung der Beschränkungen lokaler Anzeigenmärkte durch Kooperation und Vereinheitlichung der Produktionsprozesse gewährleistet (Vartanova, 2012).

Lokale Zeitungen in Deutschland sind wirtschaftlich unabhängige Unternehmen, die nur lokale Materialien selbst produzieren, aber andere Materialien, die von der Publikation bezogen werden, nicht verändern. Nach Ansicht von Forschern war dies typisch für die Zeit des Kaiserreichs und der Weimarer Republik. Lokale Publikationen sind also nur in rechtlicher Hinsicht unabhängig. Infolge von Kooperationen bleiben die meisten Lokalzeitungen, die mit anderen Publikationen zusammenarbeiten, inhaltlich weitgehend gleich.

Eine dieser Kooperationen sind die "Verlage als Wirtschaftseinheiten", deren Kern darin besteht, dass einige Verlage Mittel für wirtschaftliche redaktionelle Tätigkeiten aufbringen, darunter Feuilletons, Telegrafendienste, Pressedienste und technische Dienste. So haben lokale Publikationen mit einer Auflage von 5-8 Tausend Exemplaren das Recht, unbefristete Verträge mit nationalen Telegrafagenturen zu schließen, hochqualifiziertes Personal einzustellen und Experten einzuladen.

Eine andere Art der Zusammenarbeit besteht darin, dass kleinere Zeitungen teilweise Material von größeren Zeitungen ausleihen, wodurch eine mehrstufige Zusammenarbeit entsteht, die sich auf verschiedene geografische Märkte erstreckt und zur Bildung verschiedener statistischer Kategorien führt.

Die deutsche Presse wird in drei Typen unterteilt:

- überregionale Zeitungen,
- lokale Presse (Vartanova, 2012).

Die regionale Presse ist ebenfalls sehr einflussreich. Ihre Leser sind Bewohner großer und mittelgroßer Städte.

Unter den führenden überregionalen Tageszeitungen in Deutschland nehmen die folgenden eine besondere Stellung ein:

- 1) Die Frankfurter Allgemeine Zeitung;
- 2) Die "Süddeutsche Zeitung" ;
- 3) "Die Welt";
- 4) Das Handelsblatt ;
- 5) "Bild" ;
- 6) Die Financial Times ;
- 7) Die Tageszeitung (Lüger, 1995).

Die Zeitung ist ein Kommunikationsmittel, weshalb sie auf alle Veränderungen und Bedürfnisse ihrer Leser eingeht und an der kulturellen Entwicklung teilnimmt. Jeder Text in gedruckten Medien enthält entlehnte Neologismen. Einige von ihnen helfen den Lesern, den Hauptgedanken des Textes zu verstehen, und vermitteln ein Gefühl von Vertrauen und Bewusstsein, da diese Wörter allgemein verwendet werden und einer großen Zahl von Menschen bekannt sind. Andere hingegen können selbst einen Muttersprachler verwirren und verunsichern, so dass der Autor diese Entlehnung näher erläutern muss. Die Verwendung von entlehnten Wörtern dient den

kommerziellen Interessen der Zeitung. Die Verwendung völlig neuer Vokabeln anstelle von einfachem und gefühlsneutralem Vokabular erhöht die Aufmerksamkeit und das Interesse des Lesers. Der Titel hat eine besondere Wirkung auf den Leser, wenn er nach dem Lesen des Textes die dargestellten Informationen mit dem Titel des Artikels vergleicht. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die Überschrift den Leser auf einen bestimmten Inhalt einstimmt, der oft erst nach der vollständigen Lektüre des Textes zu verstehen ist, und die vollständige Offenlegung durch die Verbindung des Textes mit der Überschrift erreicht wird (Lüger, 1995).

Da Zeitungsüberschriften in der Regel eine nominativ-informative, grafische, werbende und vor allem eine Überredungs- und Agitationsfunktion haben, ist das Hauptmerkmal der Ausdrucksmittel in einer Zeitung ihre soziale und wertende Qualität und die Möglichkeit einer gezielten Beeinflussung des Publikums. Die Zeitungssprache neigt zur Verwendung von "Modewörtern". Dazu gehören ausdrucksstarke und emotionale Wörter und Phrasen, stereotype, standardisierte Wendungen - Sprachklischees, Ausdrücke, Phrasen, Klischees, die in einem bestimmten Zeitraum sowohl in der Sprache als auch in der Presse beliebt sind.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 1

Die Sprache einer Zeitung ist eine Sphäre der sprachlichen Innovation, eine ständige Suche nach neuen Formen und Möglichkeiten des sprachlichen Ausdrucks. Dabei ist es wichtig, nicht nur die phraseologischen Innovationen zu steigern, sondern auch die bereits bekannten phraseologischen Einheiten zu überdenken und die kombinierten Möglichkeiten der phraseologischen Einheiten zu erweitern. Es sind Zeitungen, die neue, relevante Informationen aus verschiedenen Bereichen der menschlichen Tätigkeit präsentieren und sich an eine breite Leserschaft wenden. Aus diesem Grund sind viele phraseologische Einheiten dank der Pressesprache in das Lexikon aller Gesellschaftsschichten aufgenommen worden.

Neologismen sind aufgrund ihrer ausdrucksstarken und emotionalen Färbung sowie ihrer modernen Bildung das am besten geeignete Mittel, um die Gesellschaft zu

beeinflussen. Journalisten erfinden oft selbst neue Wörter unter Verwendung bestehender Formen. Solche Neologismen gelten als gelegentlich (auktorial). Neologismen können durch den natürlichen Wunsch des Sprechers nach Neuheit entstehen, wenn sogenannte sprachliche Redundanzen gebildet werden.

KAPITEL 2. FUNKTIONALITÄT VON PHRASEOLOGISCHEN NEOLOGISMEN IN DEUTSCHEN JOURNALISTISCHEN TEXTEN

2.1. Funktionen von phraseologischen Neologismen, die durch Wortableitung gebildet werden

Phraseologische Neologismen können durch verschiedene Wortbildungsprozesse, einschließlich der Ableitung, gebildet werden. Phraseologische Neologismen sind neue phraseologische Einheiten, die in einer Sprache durch die Kombination bestehender Wörter zu neuen Kombinationen mit einer Bedeutung entstehen, die sich von der Bedeutung der ursprünglichen Wörter unterscheidet (Zimmermann, 2016).

Die Funktionen von phraseologischen Neologismen, die durch Wortableitung gebildet werden, können je nach Neologismus variieren. Im Allgemeinen erfüllen phraseologische Neologismen jedoch die folgenden Funktionen:

1. Sie drücken neue Ideen und Konzepte aus. Phraseologische Neologismen können geschaffen werden, um neue Ideen auszudrücken, die zuvor durch kein Wort oder keinen Ausdruck in der Sprache bezeichnet wurden
2. .Erweiterung des Wortschatzes. Die Verwendung von phraseologischen Neologismen ermöglicht es Ihnen, Ihren Wortschatz zu erweitern und Ihre Sprache mit ausdrucksstarken und präzisen Ausdrücken zu bereichern.
3. Sie helfen, stereotype Ausdrücke zu vermeiden. Phraseologische Neologismen können Ihnen helfen, stereotype Ausdrücke zu vermeiden und Ihrer Rede Originalität und Frische zu verleihen.
4. Sie regen die Kreativität an. Die Schaffung von phraseologischen Neologismen kann die Kreativität anregen und die Entwicklung des sprachlichen Denkens fördern.
5. Einen kommunikativen Effekt erzeugen. Phraseologische Neologismen können einen kommunikativen Effekt erzeugen, die Aufmerksamkeit des Gesprächspartners wecken und das Einprägen der Aussage erleichtern (Mykhailenko, 2018).

Im Deutschen gibt es zum Beispiel die Vorsilbe "un-", die an Wörter angehängt werden kann, um die gegenteilige Bedeutung zu erzeugen. Das Wort "möglich" bedeutet zum Beispiel "можливий", aber nach Hinzufügen der Vorsilbe "un-" wird daraus "unmöglich", was bedeutet "неможливий".

Phraseologische Neologismen können durch die Kombination mehrerer Wörter zu einer einzigen Phrase gebildet werden, die eine neue Bedeutung hat, die sich nicht aus der wörtlichen Bedeutung der einzelnen Wörter ableiten lässt.

Im Deutschen gibt es zum Beispiel die Phraseologie "den Faden verlieren", was wörtlich übersetzt bedeutet "втратити нитку", sondern wird im Sinne von "втратити нитку розмови, не знати, що сказати далі". Diese Phraseologie ist kein neues Wort, aber sie kann als Neologismus betrachtet werden, da sie eine spezifische Bedeutung hat, die sich nicht aus der literarischen Bedeutung der einzelnen Wörter ableiten lässt.

Die folgenden Beispiele sollten ebenfalls genannt werden:

1. "Das ist ein absoluter Gamechanger" ist ein absoluter Gamechanger (etwas, das die Situation völlig verändert) - eine Kombination aus den Worten "Game" und "Changer" (Beutelsbacher, 2023).

2. "Sie ist ein Arbeitstier" - sie arbeitet wie ein Pferd (etwas, das sehr fleißig ist) - eine Kombination aus den Wörtern "Arbeit" und "Tier". Diese Formulierung beschreibt etwas, das das Potenzial hat, das Spiel in einem bestimmten Bereich zu verändern. Sie wird verwendet, um die Bedeutung und Wirkung einer Innovation, eines neuen Produkts oder einer Idee zu unterstreichen. Diese Redewendung beschreibt eine Person, die sehr hart und sehr fleißig arbeitet. Sie kann sich ihrer Arbeit und ihren Aufgaben sehr widmen und hat eine starke Motivation, erfolgreich zu sein (Weber, 2020).

3. "Ich bin total im Flow" - Ich bin völlig in die Arbeit vertieft (wenn man in einem Flow arbeitet) - eine Kombination aus den Wörtern "Flow" und "im".

4. "Sie ist eine Powerfrau" - eine Kombination aus den Wörtern "Power" und "Frau" (Abebe, 2021).

5. "Das ist ein echter Zeitfresser". Eine Kombination aus den Wörtern "Zeit" und "Fresser" Diese Redewendung beschreibt etwas, das viel Zeit in Anspruch nimmt,

meist mehr als erwartet. Sie wird verwendet, um die Tatsache zu betonen, dass eine Aufgabe oder Tätigkeit unproduktiv ist und übermäßig viel Zeit vergeudet. (Von Hein, 2021)

6. "Er hat ein Auge fürs Detail" - Diese Redewendung beschreibt eine Person, die bei ihrer Arbeit sehr aufmerksam und detailliert ist. Er achtet auf die kleinsten Details und kann Fehler entdecken, die vielen Menschen nicht auffallen würden.

7. "Sie hat ein Händchen fürs Kochen" - Diese Redewendung beschreibt eine Person, die ein besonderes Talent zum Kochen hat. Er oder sie versteht es, Zutaten richtig zu kombinieren und tolle Geschmackskombinationen zu kreieren.

8. "Das ist ein echter Seelenstriptease" - Diese Redewendung beschreibt eine Situation, in der eine Person über ihre persönlichen und intimen Dinge spricht. Das kann für die Person sehr emotional und verletzlich sein (Abel, 2017).

9. "Er hat ein Gespür fürs Geschäft" - Diese Redewendung beschreibt eine Person, die einen ausgeprägten Geschäftssinn hat. Er oder sie kann ein erfolgreiches Geschäft abschließen, Risiken einschätzen und entscheiden, welche Entscheidungen für das Geschäft von Vorteil sind (Duden, 2013).

10. "Er hat ein Nervenkostüm aus Stahl" - er hat Nerven aus Stahl (sehr stressresistent) - eine Kombination der Wörter "Nerven" und "Kostüm". Diese Redewendung beschreibt eine Person, die sehr starke Nerven hat und auch in schwierigen Situationen oder in Stresssituationen ruhig und konzentriert bleiben kann. Er oder sie kann angesichts von Schwierigkeiten sehr widerstandsfähig und standhaft sein (Steffens, & Nikitina 2016).

Phraseologische Neologismen sind neue Ausdrücke, die durch Wortableitung auf der Grundlage bestehender phraseologischer Einheiten gebildet werden. Sie haben ihre eigenen Besonderheiten im Satzbau und können verwendet werden, um eine bestimmte Bedeutung auszudrücken oder um gewöhnliche Ausdrücke zu nuancieren.

Im Deutschen können phraseologische Neologismen je nach ihrer spezifischen Form und ihrem Inhalt eine Vielzahl von Funktionen erfüllen. Hier sind einige der typischsten Funktionen:

1. Ausdruck der eigenen oder kulturellen Identität: Phraseologische Neologismen können verwendet werden, um die Merkmale des eigenen sprachlichen und kulturellen Erbes zu betonen. Zum Beispiel können Ausdrücke wie "Ganz mein Ding" oder "Alles im Lack" verwendet werden, um die Identität zu stärken.

2. Ausdrucksfunktion: Phraseologische Neologismen können verwendet werden, um Emotionen und Haltungen gegenüber dem Beschriebenen auszudrücken. Zum Beispiel kann der Ausdruck "Das ist der Hammer!" verwendet werden, um Bewunderung oder Unzufriedenheit auszudrücken. (Herberg, D. 1998).

3. Komische Funktion: Phraseologische Neologismen können verwendet werden, um einen humoristischen Effekt zu erzielen. Zum Beispiel kann die Phrase "Ich glaub, mein Schwein pfeift!" verwendet werden, um eine komische Situation zu schaffen.

4. Formalisierung des sprachlichen Ausdrucks: Phraseologische Neologismen können verwendet werden, um einen sprachlichen Ausdruck zu formalisieren und Wiederholungen zu vermeiden. Zum Beispiel kann der phraseologische Neologismus "das Problem aus der Welt schaffen" anstelle des Ausdrucks "das Problem lösen" verwendet werden.

5. Neue Bedeutungen schaffen: Phraseologische Neologismen können verwendet werden, um neue Bedeutungen zu schaffen, die mit herkömmlichen sprachlichen Mitteln nicht ausgedrückt werden können. Zum Beispiel kann die Phrase "im Fettnäpfchen stehen" verwendet werden, um eine Situation zu beschreiben, in der sich eine Person unbewusst in einer ungünstigen Position befindet.

So haben phraseologische Neologismen im Deutschen eine Vielzahl von Funktionen, die vom Ausdruck von Identität und Emotionen über die Formalisierung des sprachlichen Ausdrucks bis zur Schaffung neuer Bedeutungen reichen. Sie sind wichtig, um das sprachliche Arsenal zu bereichern und komplexe Ideen und Konzepte auszudrücken.

2.2 Funktionen von phraseologischen Neologismen, die durch semantische Ableitung gebildet werden

Im Deutschen gibt es viele phraseologische Einheiten, die durch semantische Ableitung gebildet wurden, d. h. durch Veränderung der Bedeutung eines bestehenden Wortes. Semantische Ableitung ist auch der Prozess der Bildung neuer Wörter oder Phrasen durch Veränderung der Bedeutung bestehender Wörter oder Phrasen (Havryliuk, 2015).

Phraseologische Neologismen, die durch semantische Ableitung gebildet werden, haben im Deutschen die folgenden Funktionen:

1. Die Erweiterung der Bedeutung von alten Wörtern, so setzt sich der Phraseologismus "Virtuelle Realität" aus den Begriffen "virtuell" und "Realität" zusammen und bezeichnet die Simulation der realen Welt mit Hilfe der Computertechnik.

2. Die Schaffung einer neuen Phraseologie, zum Beispiel "Ehe für alle" - gleichgeschlechtliche Ehe, die zu einer neuen Phraseologie im Deutschen geworden ist.

3. Die Schaffung einer besonderen Ausdruckskraft, zum Beispiel "Das ist nicht dein Bier". In dieser Einheit wird das Wort "Bier" als Synonym für "Geschäft" oder "Situation" verwendet, die den Sprecher nicht betrifft. Der Ausdruck bedeutet "Es geht dich nichts an" (Klappenbach & Steinitz, 2014-2017).

Diese Funktionen sind keine erschöpfende Liste und können vom Kontext des phraseologischen Neologismus abhängen.

Hier sind einige Beispiele:

1. "Das ist der Hammer!" - bedeutet: "Das ist erstaunlich!" oder "Das ist sehr interessant!".

2. "Ich drücke dir die Daumen!" - bedeutet: "Ich habe Mitleid mit dir" oder "Ich wünsche dir Erfolg! (Käufer & Samuel, 2022).

3. "Etwas auf die lange Bank schieben" - bedeutet: "Etwas auf später verschieben".

4. "Jemandem die Leviten lesen" - wird verwendet, um "jemanden öffentlich anzuklagen" oder "jemandes Fehler aufzudecken".

5. "Ins Fettnäpfchen treten" bedeutet "einen peinlichen Fehler machen" oder "in eine peinliche Situation geraten".
6. "Etwas in den Sand setzen" - wird verwendet, um "einen Misserfolg zu verursachen" oder "etwas falsch zu machen" (Neuer Wortschatz im Deutschen, 1991-2010).
7. "Jemanden ins Schwitzen bringen" bedeutet "jemanden zum Straucheln bringen" oder "jemanden in Stress versetzen".
8. "Eine Extrawurst bekommen" - wird verwendet, um "einen besonderen, zusätzlichen Service zu bekommen" oder "einen Sonnenbrand zu bekommen".
9. "Jemandem Honig um den Mund schmieren" - bedeutet "jemanden übermäßig loben" oder "jemandem schmeicheln".
10. "Ins Fettnäpfchen treten" bedeutet "einen peinlichen Fehler begehen" oder "eine Sauerei machen".
11. "Das Kind beim Namen nennen" bedeutet "die Dinge beim Namen nennen" oder "direkt und offen sprechen".
12. "Das Handtuch werfen" - bedeutet "aufgeben, etwas aufgeben" oder "etwas beenden".
13. "Auf gut Glück" (wörtlich: "In gutem Willen") wird verwendet, um "Nachkommenschaft" oder "Ohne zu zögern" zu bedeuten.
14. "Mit beiden Beinen im Leben stehen" - wird verwendet, um "unabhängig und erfolgreich im Leben zu sein".
15. "Die Flinte ins Korn werfen" - bedeutet "seine Pläne oder Ziele aufgeben" oder "kampflös aufgeben" (Käufer & Samuel, 2022).
16. "Das geht mir auf die Nerven" - bedeutet: "Es stört mich" oder "Ich mag es nicht".
17. "Eine Extrawurst bekommen" - bedeutet: "Einen besonderen, individuellen Service bekommen" oder "Besondere Konditionen bekommen".
18. "In die Röhre schauen" bedeutet "enttäuscht sein" oder "keinen Erfolg haben" oder "ohne etwas dastehen, das man sich erhofft hat".

Diese phraseologischen Neologismen sind im Deutschen sehr verbreitet und helfen den Menschen, ihre Gedanken und Gefühle präziser und ausdrucksstärker auszudrücken (Klappenbach & Steinitz, 2014-2017).

2.3. Funktionen von phraseologischen Neologismen – Entlehnungen

Phraseologische Neologismen haben mehrere Funktionen. Zunächst einmal ermöglichen sie es, den Wortschatz der Sprache zu erweitern und ihn mit neuen Ausdrücken aufzufüllen, die neue Realitäten, Phänomene und Trends in der Gesellschaft widerspiegeln. Darüber hinaus können sie verwendet werden, um Gefühle auszudrücken, die Wirkung einer Aussage zu verstärken und genauere Informationen zu liefern (Mykhailenko, 2018).

Es ist auch erwähnenswert, dass phraseologische Neologismen und Entlehnungen bei den Sprechern je nach ihrer sprachlichen und kulturellen Kompetenz unterschiedliche Reaktionen hervorrufen können. Für einige können sie neue und interessante Ausdrücke sein, während sie für andere unnötig sind und die Kommunikation erschweren.

Die deutsche Sprache verfügt über einen reichen Bestand an phraseologischen Ausdrücken, einschließlich Lehnwörtern. Solche Ausdrücke kommen besonders häufig im wissenschaftlichen und technischen Vokabular vor.

Hier sind ein paar Beispiele für Neologismen, die aus dem Englischen ins Deutsche übergegangen sind:

1. "Smart Home" - ein intelligentes Haus.
2. "E-Book" - ein elektronisches Buch.
3. "Cloud Computing" - Wolkentechnologien.
4. "Bio" - organisch, öko (aus dem Englischen organic/biological).
5. "Streamen" - Streaming, Übertragung von Video oder Audio über das Internet.
6. "Selfmade" - selbst gemacht, von Hand gemacht.
7. "FOMO" - fear of missing out on something important (Schütte, 2016).

Diese Sätze sind wegen ihrer Einzigartigkeit und ihrer Fähigkeit, komplexe Konzepte in kurzer Zeit auszudrücken, beliebt geworden. Die Entlehnung aus anderen Sprachen hilft der deutschen Sprache, neue Ideen und Konzepte zu entwickeln und auszudrücken. Solche Ausdrücke sind ein wichtiger Bestandteil der modernen deutschen Sprache und spiegeln die neuesten Technologien und Trends in verschiedenen Lebensbereichen wider.

Im Deutschen gibt es viele Lehnwörter, die mit Kultur, Musik und anderen Lebensbereichen zu tun haben. Hier sind einige Beispiele:

- "Das ist der Gipfel!" ist eine aus der alpinen Kultur entlehnte Redewendung und bedeutet "Das ist der höchste Punkt, die höchste Stelle oder der höchste Gipfel", oder im übertragenen Sinne "Das ist der höchste Punkt von etwas, das inakzeptabel oder unerhört ist".

- "Hasta la vista" ist eine aus dem Spanischen entlehnte Redewendung, die "Auf Wiedersehen" oder "Bis später" bedeutet. Diese Phrase erlangte Popularität nach der Veröffentlichung des Films Terminator 2, in dem dieser Ausdruck als Schlagwort für die Hauptfigur verwendet wurde.

Diese Redewendungen sind aufgrund ihrer Beliebtheit und ihrer weiten Verbreitung unter Muttersprachlern Teil der deutschen Sprache geworden. Sie helfen dabei, komplexe Emotionen und Gefühle auszudrücken, die in der normalen gesprochenen Sprache nicht immer mit Worten beschrieben werden können.

Weitere Beispiele für phraseologische Neologismen - Entlehnungen im Deutschen:

- "Work-Life-Balance" bedeutet ein Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privatleben.

- "Fake News" - falsche Informationen, die mit der Absicht verbreitet werden, in die Irre zu führen.

- "Veganer/vegane Lebensweise" - eine vegetarische Lebensweise.

Diese phraseologischen Ausdrücke spiegeln neue Trends und Konzepte in der Gesellschaft wider, die für die Menschen immer beliebter und wichtiger werden. Entlehnungen aus anderen Sprachen eröffnen der Sprache neue Möglichkeiten und

erlauben es, komplexe Ideen und Konzepte auszudrücken, die der Sprache zuvor unzugänglich waren.

Weitere Beispiele für phraseologische Neologismen, die aus anderen Sprachen ins Deutsche entlehnt wurden:

1. "Couchsurfing" - ein kostenloser Aufenthalt in der Wohnung eines anderen Menschen auf einem Sofa oder ein kostenloser Schlafplatz (aus dem Englischen couch - Sofa und surfing - surfen).

2. "Foodporn" - leckeres Essen, das auf Fotos sehr attraktiv aussieht (aus den englischen Wörtern food und porn). (Dluzak & Wirtz, 2017).

3. "Social Distancing" - soziale Distanzierung, d. h. das Vermeiden von engem Kontakt mit anderen Menschen, um das Risiko der Übertragung von Infektionskrankheiten zu verringern.

4. "Fahrvergnügen" - das Vergnügen am Fahren (aus dem Deutschen fahren - to drive und Vergnügen - pleasure).

5. "Startup" ist ein junges Unternehmen, das an der Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen arbeitet, in der Regel in den Bereichen Informationstechnologie und Innovation (Lewandowski, 2016).

6. Entlehnte phraseologische Neologismen haben im Deutschen verschiedene Funktionen:

7. Ausdruck neuer Ideen und Konzepte: Entlehnungen aus anderen Sprachen ermöglichen es dem Deutschen, neue Ideen und Konzepte zu entwickeln und auszudrücken, für die es möglicherweise keine Entsprechungen in traditionellen phraseologischen Einheiten gibt.

8. Reflexion sozialer und kultureller Veränderungen: Entlehnungen können Veränderungen in Kultur, Technologie, Wissenschaft usw. widerspiegeln und werden verwendet, um neue Konzepte und Trends auszudrücken.

9. Ausdruckskraft: Lehnwörter können emotionaler und wirkungsvoller sein, weil sie für Muttersprachler neu und ungewohnt sind.

10. Einsparung von Redezeit: Lehnwörter können komplexe Ideen und Konzepte in kurzer Zeit ausdrücken.

11. Bereicherung des Spracharsenals: Entlehnungen können das Spracharsenal bereichern und den lexikalischen Bestand von Muttersprachlern erweitern (Shevchenko, 2016).

Entlehnungen können jedoch auch bestimmte Probleme verursachen, darunter die Bewahrung der sprachlichen Reinheit und Einzigartigkeit der Landessprache. Daher erfordert die Verwendung von Entlehnungen ein Verständnis des sprachlichen und kulturellen Kontexts sowie eine angemessene Verwendung der entlehnten Wörter und Ausdrücke.

Schlussfolgerungen zum Kapitel 2

Phraseologische Neologismen sind neue phraseologische Einheiten, die aus Wörtern bestehen, die in ihrer Gesamtheit noch nicht in der Sprache verwendet wurden. Eine solche Phraseologie entsteht in der Regel als Folge technologischer Entwicklungen und Veränderungen der sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Bedingungen der Gesellschaft. Sie werden häufig in journalistischen Texten verwendet, da sie den Autoren helfen, neue Phänomene und Prozesse klarer und genauer zu beschreiben.

Phraseologische Neologismen können in journalistischen Texten unterschiedliche Funktionen haben. Sie können beispielsweise einen Schock- oder Überraschungseffekt hervorrufen, wenn der Autor die Aufmerksamkeit des Lesers auf ein neues Phänomen oder Problem lenken will. Sie können auch verwendet werden, um Informationen über neue Technologien oder Prozesse in verschiedenen Tätigkeitsbereichen zu vermitteln, in denen die alte Phraseologie nicht relevant ist.

Im Allgemeinen können phraseologische Neologismen den Autoren von journalistischen Texten helfen, ihre Gedanken und Ideen genauer zu vermitteln und neue Phänomene und Prozesse zu verstehen, die in der modernen Welt entstanden sind.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Phraseologische Neologismen in deutschen journalistischen Texten sind ein wichtiges Funktionselement der Sprache, da sie es den Autoren von Artikeln, Kommentaren und anderen Texten ermöglichen, ihre Gedanken und Ideen präzise und effektiv auszudrücken. Diese phraseologischen Einheiten sind in der Regel eine Mischung aus traditionellen phraseologischen Einheiten und neuen Wörtern, die im Zusammenhang mit der Entwicklung von Technik, Wissenschaft und gesellschaftlichem Leben entstehen.

Phraseologische Neologismen erfüllen im Journalismus mehrere funktionale Aufgaben. Erstens helfen sie den Autoren, ihre Gedanken und Ideen genauer auszudrücken, und geben ihnen die Möglichkeit, einzigartige Ausdrücke zu verwenden, die nicht nur die Bedeutung, sondern auch Gefühle und Stimmungen vermitteln. So wurde beispielsweise der phraseologische Neologismus "soziale Distanzierung" während der COVID-19-Pandemie zu einem wichtigen Begriff, da er es ermöglichte, die Notwendigkeit, physischen Abstand zwischen Menschen zu wahren, um die Ausbreitung des Virus zu verhindern, genau zu beschreiben.

Zweitens ermöglichen phraseologische Neologismen den Verfassern von Artikeln, interessante Überschriften zu erstellen, die die Aufmerksamkeit der Leser wecken. Zum Beispiel enthält die Überschrift "Wohnen auf Zeit - flexibles Wohnen im Trend" einen phraseologischen Neologismus, der die Idee vermittelt, dass Flexibilität und Anpassungsfähigkeit wichtige Eigenschaften in der modernen Welt sind.

Drittens helfen phraseologische Neologismen Artikelautoren, ihren eigenen Schreibstil zu entwickeln und sich von anderen Autoren zu unterscheiden. Sie ermöglichen es, einzigartige Phrasen und Ausdrücke zu kreieren, die den Wiedererkennungswert des Textes erhöhen und ihn einprägsamer machen. Der phraseologische Neologismus "auf dem Schirm haben" zum Beispiel hilft Artikelautoren, stilvolle und klare Aussagen zu machen, die ihre Glaubwürdigkeit in den Augen der Leser erhöhen.

Sie ermöglichen es, neue Ideen und Konzepte, die keine exakte Entsprechung in der Sprache haben, wiederzugeben und ihr Wesen in kompakter und prägnanter Form zu vermitteln. Dies gewährleistet eine effektive Kommunikation und erleichtert die Verständigung zwischen Menschen unterschiedlicher Nationalitäten und Kulturen. Darüber hinaus ermöglicht die Verwendung phraseologischer Neologismen in verschiedenen Wissensgebieten wie Medizin, Recht, Wirtschaft und anderen eine genauere und effizientere Vermittlung spezifischer Begriffe und Konzepte, was für die Qualität der Kommunikation und das gegenseitige Verständnis zwischen Fachleuten und Nichtfachleuten sehr wichtig ist.

Im Allgemeinen tragen phraseologische Neologismen dazu bei, die Sprachökonomie und die Präzision des Ausdrucks zu verbessern, was besonders im Journalismus wichtig ist, wo Worte eine große Wirkung auf die Leser haben. Sie ermöglichen es den Autoren von Artikeln und Kommentaren, einen wirksamen und einprägsamen Text zu verfassen und nicht nur den Inhalt, sondern auch Gefühle und Stimmungen zu vermitteln.

Generell ist festzustellen, dass phraseologische Neologismen ein wichtiges Element der modernen Sprache sind, die sich ständig weiterentwickelt und an neue Realitäten und Bedürfnisse der Gesellschaft anpasst.

Phraseologische Neologismen ermöglichen es uns, neue Ideen, Phänomene und Prozesse, die in der Gesellschaft entstehen, präzise und wirtschaftlich auszudrücken. Sie sind ein wichtiges Kommunikationsmittel, das hilft, den jeweiligen Kontext zu vermitteln und nicht nur die Idee, sondern auch die emotionale Stimmung des Gesprächspartners auszudrücken.

Darüber hinaus können phraseologische Neologismen ein wichtiges Element des kulturellen Erbes sein, wenn sie die Besonderheiten einer bestimmten Kultur, ihrer Geschichte und Traditionen widerspiegeln.

РЕЗЮМЕ

Стаття присвячена дослідженню неологізмів у публіцистичних текстах. Передумовою дослідження є постійне збільшення обсягу інформації про навколишній світ і пов'язана з цим потреба у створенні нових термінів та їх адекватному вираженні. Дисертація присвячена ролі лінгвістів у вивченні неологізмів у сучасній німецькій мові та їх лексикографічному опрацюванні.

Мета роботи - дослідити функції фразеологізмів у статтях німецьких видань та виявити найуживаніші способи утворення таких одиниць. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Методи дослідження включають аналіз словникових дефініцій, порівняльний аналіз, метод випадкової вибірки, контекстуальний аналіз та метод кількісного підрахунку. Матеріалом дослідження слугували статті в німецьких друкованих засобах масової інформації. Одиницею аналізу стали 50 фразеологічних неологізмів, утворених різними способами.

Теоретичне значення роботи полягає у розгляді способів утворення фразеологічних неологізмів на матеріалі публіцистичних статей, що є внеском у словотвір як розділ німецької мови. Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані в практичних курсах з лексикології та стилістики німецької мови.

Таким чином, дана робота є важливим внеском у дослідження фразеологічних неологізмів у німецькій мові, а її результати можуть бути використані на практиці.

Ключові слова: неологізм, публіцистичний текст, типи неологізмів, функції неологізмів, аналіз, компоненти неологізмів.

RESÜME

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Untersuchung von den Neologismen in publizistischen Texten. Der Hintergrund der Studie liegt in der ständigen Zunahme der Informationen über die Welt um uns herum und der daraus resultierenden Notwendigkeit, neue Begriffe zu schaffen und angemessen auszudrücken. Die Arbeit befasst sich mit der Rolle der Sprachwissenschaftler bei der Untersuchung von Neologismen im modernen Deutsch und deren lexikographischer Bearbeitung.

Das Ziel der Arbeit ist es, die Funktionen von phraseologischen Einheiten in Artikeln deutscher Publikationen zu untersuchen und die am häufigsten verwendeten Methoden zur Bildung solcher Einheiten zu identifizieren. Die Arbeit gliedert sich in eine Einleitung, zwei Hauptkapitel, Schlussfolgerungen und ein Literaturverzeichnis.

Die Forschungsmethoden umfassen die Analyse von Wörterbuchdefinitionen, vergleichende Analyse, Methode der Zufallsauswahl, kontextuelle Analyse und Methode der quantitativen Auszählung. Das Untersuchungsmaterial basierte auf den Artikeln in deutschen Printmedien. Die Analyseeinheiten waren 50 phraseologische Neologismen, die auf unterschiedliche Weise gebildet wurden.

Die theoretische Bedeutung der Arbeit liegt in der Betrachtung der Arten der Bildung phraseologischer Neologismen anhand von journalistischen Artikeln, was einen Beitrag zur Wortbildung als Teilbereich der deutschen Sprache darstellt. Die praktische Bedeutung der Arbeit liegt darin, dass ihre Ergebnisse in Praktika zur Lexikologie und Stilistik der deutschen Sprache verwendet werden können.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die vorliegende Arbeit einen wichtigen Beitrag zur Erforschung von phraseologischen Neologismen in der deutschen Sprache leistet und ihre Ergebnisse in der Praxis eingesetzt werden können.

Schlüsselwörter: Neologismus, publizistischer Text, Typen von Neologismen, Funktionen von Neologismen, Analyse, Bestandteile von Neologismen.

LITERATURVERZEICHNIS

- Благовидова О.В. (2017). Фразеологічні неологізми як маркери модернізації німецької мови. *Мовознавство*, 4, 34-41.
- Вартанова Є.Л. (2012) *Тенденції розвитку періодичного ринку в умовах глобалізації* С.508
- Гаврилюк О.В. (2015). Функції та семантика фразеологічних неологізмів в німецькій мові. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*, 2, 51-55.
- Горбач О.В. (2002). *До питання лексичного значення складних неологізмів німецької мови (на матеріалі лексики маркетингу) // Проблеми семантики слова, речення та тексту. Вип. 8. К. :КНЛУ. С. 79-84.*
- Зубач О.А. (2007). Національно-культурна своєрідність семантики фразеологічних одиниць з колористичним компонентом у сучасній 70 німецькій мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. «Германські мови». Донецьк. С.23
- Коваль, Н. О. (2013). Фразеологічні неологізми в сучасній німецькій мові: морфологічні та семантичні аспекти. *Вісник Чернівецького університету: Мовознавство*, 2. С.117-121.
- Ковбасюк Л. А. (2005) Фразеологічні одиниці з компонентом «кольороназва» як елементи національно-мовної картини світу (на матеріалі німецької та англійської мов). *Проблеми зіставної семантики. Вип.7.* Київ : Вид. центр КНЛУ. С. 267-273.
- Козак Т. Б. (2002) Лексико-семантична група слів, які позначають колір у німецькій мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04. «Германські мови». Одеса. 18 с.
- Кочерган М.П (2001) - *Вступ до мовознавства*: вид. «Академія», оригінал-макет с.368

- Лисецька Н.Г. (2004) *Фразеологічні інновації в сучасній німецькій мові: когнітивний та функціональний аспекти*: Автореф. дис. ... канд.філол. наук 10.02.04. – Львів. – 20 с.
- Марковська А. В. (2013) Німецькі фразеологізми з національно-культурним потенціалом у газетно-публіцистичному стилі. *Сучасні дослідження з іноземної філології. Вип. 11*. С. 223-232.
- Михайленко, І. В. (2018). Функції фразеологічних неологізмів в німецькій мові. *Наукові записки Інституту філології*, 8, 82-86.
- Ніколаєва Н. М. (2017). Способи утворення колоронімів у публіцистичному дискурсі німецької мови. *Нова філологія :зб. наук. пр. Запоріжжя*, 2017. № 70. С. 126–130.
- Шевченко, Л. В. (2016). Фразеологічні неологізми в сучасній німецькій мові: морфологічні та семантичні особливості. *Науковий вісник Полісся*, 2(10). С- 157-160.
- Шевченко, Л. В. (2019). Функції фразеологічних неологізмів в німецькій мові. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Серія: Педагогічні науки*, 159(1). С. 67-71.
- Abebe L. (2021, 16 June) Powerhouse für Powerfrauen: Feminismus auf äthiopische Art. *Deutsche Welle*. URL: <https://inlnk.ru/1PyXpg>
- Abel K. (2017, 05 June) Blick zurück im Zorn: Liam Gallagher bei "One Love Manchester" *Deutsche Welle*. URL: <https://goo.su/laepuyp>
- Beutelsbacher S (2023, 05 April) Macron fiel zuletzt nicht mit kritischen Tönen gegenüber China auf. *Die Welt*. URL: <https://inlnk.ru/O1YAVw>
- Dluzak A. & Wirtz B. (20.09.2017). Foodporn – Essen für die Augen.
- Glück, H. (2013). *Metzler-Lexikon Sprache*. Stuttgart-Weimar.
- Grosse, R. (2017). Sprachliche Normen als soziale Normen und ihre Bedeutung für die Verbreitung von Neologismen. *Linguistische Arbeitsberichte*, 18.

- Herberg, D. (1998). Neologismen in der deutschen Gegenwartssprache. Probleme ihrer Erfassung und Beschreibung. Sprachwissenschaft, Didaktik, Methodik, Pädagogik und Unterricht.
- Käufer T. & Samuel R. (29.10.2022) Mythos Flamengo - der Klub aus der Favela greift nach der Krone. *Deutsche Welle*. URL: <https://inlnk.ru/oe5x2w>
- Lüger, H. -H. (1995). *Pressesprache* (2nd ed.). Niemeyer. C. 169
- Schneider, W. (2017). Stilistische deutsche Grammatik. Die Stilwerte der Wortarten, der Wortstellung und des Satzes.
- Schütte, D. (2016). Das schöne Fremde. Angloamerikanische Einflüsse auf der Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung. *Studien zur Kommunikationswissenschaft*, 16, 409.
- Von Hein M. (08.02.2021) Meinung: Soziale Medien - Zähmt die digitalen Monster *Deutsche Welle*. URL: <https://inlnk.ru/gojgXj>
- Weber J. (25.08.2020) Tony Martin: "Stürze machen mir mehr Sorgen als das Coronavirus". *Deutsche Welle*. URL: <https://inlnk.ru/BpJy40>
- Zimmermann, M. (2016). Phraseologische Neubildungen im Deutschen: Eine Bestandsaufnahme. *Deutsche Sprache*, 2, 97-115.

Wörterbücher und Nachschlagewerke

- Мокієнко В. М. (2003). *Фразеологічний словник сучасної української мови* С.96
- СЛОВНИК НЕОЛОГІЗМІВ *wortwarte.de* URL: <https://wortwarte.de/>
- Duden. (2013). *Deutsches Universalwörterbuch* [CD-ROM].
- Neuer Wortschatz im Deutschen (1991-2010). *Немецко-русский словарь неологизмов*. URL: <https://goo.su/V2Mdzqi>
- Klappenbach, R., & Steinitz, W. (2014-2017). WdG = Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache (6 volumes). Berlin. URL
- Lewandowski, T. (2016). *Linguistisches Wörterbuch*. C.1287

Steffens, D., & Nikitina, O. (2016). *Deutsch-russisches Neologismenwörterbuch*. 328 S.

Xuefu, D. (1989). *Neologismus und Neologismenwörterbuch*. In H. E. Wiegand (Ed.), *Wörterbücher in der Diskussion. Vortrag aus dem Heidelberger Lexikographischen Kolloquium*. C. 39-73

ANHANG A
**Funktionen von phraseologischen Neologismen, die durch Wortableitung
gebildet werden**

| Bezeichner | Ausdruck | Übersetzung | Herkunft der Wörter |
|-------------------|---------------------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| 1 | "Das ist ein absoluter Gamechanger" | це абсолютний геймченджер | Game + Changer |
| 2 | "Sie ist eine Arbeitstier" | вона працює як конь | Arbeit + Tier |
| 3 | "Ich bin total im Flow" | я повністю занурений в роботу | Flow + im |
| 4 | "Er hat ein Nervenkostüm aus Stahl" | він має сталеві нерви | Nerven + Kostüm |
| 5 | "Das ist ein echter Zeitfresser" | це справжній забійник часу | Zeit + Fresser |
| 6 | "Er hat ein Auge fürs Detail" | він має око для деталей | Auge + Detail |
| 7 | "Sie hat ein Händchen fürs Kochen" | вона має золоті руки в кулінарії | Händchen + Kochen |
| 8 | "Das ist ein echter Seelenstriptease" | це справжнє стриптиз душі | Seele + Striptease |
| 9 | "Er hat ein Gespür fürs Geschäft" | він має відчуття для бізнесу | Gespür + Geschäft |
| 10 | "Sie ist eine Powerfrau" | вона - жінка сили | Power + Frau |
| 12 | "Sie ist eine Arbeitstier" | Вона працює як конь | Arbeit + Tier |

| | | | |
|----|-------------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| 13 | "Ich bin total im Flow" | Я повністю занурений в роботу | Flow + im |
| 14 | "Er hat ein Nervenkostüm aus Stahl" | Він має сталеві нерви | Nerven + Kostüm |
| 15 | "Das ist ein echter Zeitfresser" | Це справжній забійник часу | Zeit + Fresser |
| 16 | "Das ist ein absoluter Gamechanger" | Це абсолютний геймченджер | Game + Changer |
| 17 | "Sie ist eine Arbeitstier" | Вона працює як конь | Arbeit + Tier |
| 18 | "Ich bin total im Flow" | Я повністю занурений в роботу | Flow + im |
| 19 | "Er hat ein Nervenkostüm aus Stahl" | Він має сталеві нерви | Nerven + Kostüm |
| 20 | "Das ist ein echter Zeitfresser" | Це справжній забійник часу | Zeit + Fresser |