

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ НА МАТЕРІАЛІ ВІДЕОРЕПОРТАЖІВ

В. М. Білицька, ст. викладач

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» імені Ігоря Сікорського,
пр-т Перемоги, 37, корпус 7, кімн. 701, 03056, м. Київ, Україна

E-mail: v.bilizkaya@goodwill-ua.com.ua

Спираючись на актуальні дослідження варто наголосити, що відеорепортажі як суспільно-політичні тексти відіграють значущу роль у роботі перекладача і викладача, та в процесі вивчення студентом іноземної мови, оскільки ЗМІ фактично виступають основним середовищем існування глобальної суспільно-політичної комунікації. Робота з лексичними одиницями актуальних суспільно-політичних текстів у процесі вивчення іноземної мови, її викладання та перекладацькій роботі є не тільки бажаною, але й необхідною в умовах сьогодення. Дослідження особливостей вживання тих чи інших лексичних одиниць у текстах відеорепортажів не тільки створить базу для роботи з такого виду текстами в процесі навчання іноземним мовам, а й відкриє нові перспективи для подальших досліджень у сфері методики викладання іноземних мов. Цей доробок буде також цікавим у контексті передперекладацького аналізу тексту для ефективної підготовки майбутніх перекладачів та для роботи вже дипломованих спеціалістів.

Ключові слова: *лексика суспільно-політичних текстів, передперекладацький аналіз текстів відеорепортажів, відеорепортаж, лексичні особливості відеорепортажів.*

Вступ. В сучасному світі будь-яка значима суспільно-політична подія стає предметом репрезентації в мас-медіа. ЗМІ фактично виступають основним середовищем існування суспільно-політичної комунікації. Робота з актуальними текстами суспільно-політичної тематики на заняттях німецької мови як іноземної є у цьому контексті вже не тільки бажаною, але й необхідною для відповідного володіння мовою. З іншого боку, переклад текстів відеорепортажів належить до одних із основних завдань сучасного перекладача. Розуміння особливостей вживання лексичних одиниць у текстах, враховуючи актуальні дослідження, значно полегшує роботу перекладача у контексті передперекладацького аналізу тексту чи викладача на етапі підготовки до заняття, а також студента під час його роботи з текстом. Суспільний попит на інформацію, в тому числі іноземною мовою, кількість текстів репортажів та відеорепортажів, що нестримно зростає, перекладається та використовується у процесі навчання, розкриває **актуальність даної роботи.**

Суспільно-політичну лексику будь-якої мови, формування її соціально-історичної бази, розвиток і вживання у мові даної лексики слід розглядати в тісному зв'язку з громадськими, економічними, політичними, культурними особливостями та історичними подіями свого часу. Лексика – це найбільш чутливий рівень мовної системи: чим інтенсивніше відбуваються зміни в різноманітних сферах суспільного життя тієї чи іншої країни, тим інтенсивніше змінюється лексика на кожному етапі її становлення. Оскільки у житті суспільства постійно відбуваються події, котрі впливають на словниковий склад мови, постає необхідність дослідження тенденцій у змінах лексичного складу, який з розвитком мови також безперервно змінюється: певні слова починають вживатися частіше або навпаки рідше, змінюється їх значення або вони набувають іншого змісту (негативного чи позитивного), а деякі слова повністю зникають із вжитку.

Мета роботи полягає у дослідженні та ґрунтовному аналізі лексики суспільно-політичних текстів на матеріалі німецькомовних відеорепортажів. Для досягнення

мети дослідження була визначена низка завдань, які потрібно вирішити під час дослідження. Насамперед потрібно дати характеристику відеорепортажу суспільно-політичної тематики. У охарактеризованому матеріалі дослідження необхідно проаналізувати лексичні одиниці та узагальнити їх особливості. **Об'єктом дослідження** виступає лексика суспільно-політичних текстів на матеріалі відеорепортажів. **Предметом дослідження** є особливості даної лексики. Матеріалом дослідження стали відеорепортажі німецькомовного медіапорталу «Deutsche Welle» суспільно-політичної тематики, як один із засобів інформування суспільства, а також впливу на нього. У дослідженні проаналізовано двадцять актуальних відеорепортажів різної тематики та показано особливості виживання лексики у кожному з них.

При проведенні дослідження було використано низку **методів**, а саме: описовий метод, метод аналізу, метод математичної статистики (кількісний), метод узагальнення. Використовуючи описовий метод у даній роботі було описано та класифіковано основні лексичні одиниці. За допомогою математичного методу було підраховано частоту використання певних лексичних одиниць, а також визначено кількісну частку даних одиниць у суспільно-політичних текстах. Всі результати було узагальнено та подано у графічному вигляді. Вищенаведені методи дослідження є актуальними та широко використовуються вченими-лінгвістами для проведення досліджень.

Теоретичні засади

Відеорепортаж

Глумачний словник сучасної української мови за Буселом [7, с. 12-15] подає таке визначення: репортаж – це інформація, розповідь, повідомлення про поточні події, що публікуються у пресі або транслюються по радіо чи телебаченню. В енциклопедичному словнику ЗМІ за Князевим [9, 133] можна знайти ще одне визначення цього поняття, тобто репортаж – це інформаційний жанр журналістики, котрий детально розкриває певну подію. На думку Колісниченка [11, с. 41], репортаж – це розповідь очевидця, котра написана так, щоб глядач міг відчутися на місці події; він по суті не може бути об'єктивним, тому що кожний журналіст сприймає певну подію по-своєму. Репортаж повинен показувати те, що глядач не може побачити на власні очі, тому що нова цікава інформація пробуджує у людини більший інтерес, ніж щоденні події. Слід додати, що людина, яка дивиться відеорепортаж, отримує в комплексі візуальну, звукову, а також текстову інформацію, що значно покращує сприйняття. Доведено, що побачена інформація запам'ятовується людиною краще, ніж написана. Саме тому відеорепортаж є одним із найкращих засобів інформування суспільства.

Відеорепортажі мають свої особливості. Зазуліна [8] виділяє 4 основні, а саме:

- точне вказання події, місця та часу, що є невід'ємною складовою для точної передачі інформації;
- виклад інформації, суті певної проблеми чи події;
- враження та оцінка автора;
- особливості стилю та мови.

На думку Петру [14, с. 82], стилістичний діапазон лексики відеорепортажів дуже широкий: розмовна, книжково-наукова, публіцистична, офіційна. Але все ж у кожному репортажі переважає лише один різновид. Саме тому кожний репортаж являє собою стилістичне єдинство.

Відеорепортажі різноманітні за своїм змістом, тому за Кузнецовим [12, с. 183-185] їх поділяють на:

1. Подієві: у таких репортажах мова йдеться про певну подію, про котру репортер зобов'язаний точно детально проінформувати.
2. Тематичні: протягом певного часу журналіст збирає інформацію на певну тему і далі будує з них причинно-наслідковий ланцюжок. Це може бути відеорепортаж з вулиць міста про стан торгівлі, з майстерні художника чи автомобільного заводу.

3. Постановочні: репортер виступає організатором події. Такі репортажі можуть бути захоплюючими, цікавими та корисними або навпаки нецікавими та непрофесійними.

Аналіз лексичних одиниць

Колесніков [10, с. 32] вважає, що кожний відеорепортаж характеризується наочністю, образною аналітичністю та емоційно забарвленим стилем. Також у репортажах наявні терміни, жаргонізми (переважно молодіжний сленг), варіанти зниженої лексики, а також діалектизми. Важливо, щоб текст був простим та зрозумілим, враховуючи різноманітність аудиторії. Слід наголосити, що вказання точного місця події, спостереження деталей, вираження почуттів та емоцій неможливе без використання різноманітних лексичних засобів. Інформаційна насиченість репортажу залежить від передачі спостережень та вражень. Репортаж неможливо уявити без емоційно забарвленої лексики, інакше це буде просто нецікава передача фактів.

Один із найпоширеніших пластів лексики, що використовується у репортажах – це лексика суспільно-політичної тематики. Така лексика необхідна, адже у репортажах завжди відображаються значимі політичні та суспільні події. Спеціальна термінологічна лексика, як правило, відіграє номінативну роль. У суспільно-політичних текстах терміни використовують у їх прямих значеннях. Спеціальна лексика допомагає показати достовірність та очевидність події, що описується.

Токарева [15, с. 135] виділяє наступні особливості лексики суспільно-політичної тематики:

- межі та тематичний діапазон такої лексики дуже широкий і розпливчастий (це терміни і поняття політики, економіки, торгівлі, військової справи, включаючи прямі найменування і перифрази, повні назви і аббревіатури);
- більш-менш ужиткові найменування, метафори і навіть власні імена, за рамками яких може стояти певний комплекс політичних уявлень і понять. Вони складають додаткове призначення, яке слово (іноді тільки на деякий час) набуває в політичному контексті.

Ялінкова [3, с. 23-35] у своїй роботі зазначає, що лексичний аналіз тексту неможливий без даних складових:

1. Власні імена, оскільки вони несуть значиму інформацію. Наприклад, імена представників певних держав чи організацій, назви населених пунктів, а також відносні прикметники, що утворені від власних назв.
2. Терміни з різних областей науки (економіки, медицини, біології та тощо).
3. Слова із сильним стильовим забарвленням. Канцелярська мова або застаріла лексика разом зі словами високого стилю надають певним виразам більш офіційного звучання.
4. Запозичені слова. У німецькій мові є величезна кількість слів іншомовного походження.

Інший автор Пахнова [13, с. 6] вважає, що лексичний аналіз будь-якого тексту, в тому числі й суспільно-політичного, проводиться за таким планом:

1. Виділити ключові слова, тобто ті слова, котрі мають найбільше смислове навантаження.
2. Знайти у тексті лексичні та контекстуальні синоніми, антоніми, омоніми.
3. Виявити запозичені слова, архаїзми, неологізми, враховуючи авторські.
4. Окреслити професіоналізми, діалектизми, фразеологізми, якщо вони є у тексті.

На основі розглянутого вище матеріалу можна скласти загальний план для характеристики лексичних особливостей текстів суспільно-політичного змісту на матеріалі відеорепортажів. Необхідно навести наочний приклад обширного аналізу, котрий складається із трьох блоків:

1. Загальні характеристики:
 - 1.1. Ключові слова

- 1.2. Синоніми
- 1.3. Запозичені слова
2. Термінологічна лексика
 - 2.1. Політичні терміни
 - 2.2. Економічні терміни
3. Емоційно забарвлена лексика
 - 3.1. Фразеологізми
 - 3.1. Емоційно забарвлена лексика

Розглянемо це на прикладі тексту одного з проаналізованих відеорепортажів:

1. Загальні характеристики

Таблиця 1

Ключові слова	SPD-Politiker als Wrestler, ungewöhnliches Hobby werde zugutekommen, eine interessante sportliche Vorkarriere haben, sich um die Themen Wirtschaft und Infrastruktur kümmern
Синоніми	Bezahlen – finanzieren
Запозичені слова	Der Wrestler, der Trick, das Wrestling, das Alter-Ego, das Hobby, die Medien, das Publikum, die Infrastruktur, das Instrument, die Fraktion, das Wrestling-Training

2. Термінологічна лексика

Таблиця 2

Політичні терміни	Der Bürgermeister, der Staat, die Fraktion, die Wirtschaft, die Infrastruktur, die Gesellschaft
Економічні терміни	Die Steuer, die Fraktion, die Wirtschaft, die Infrastruktur
Абревіатури	SPD-Politiker, SPD, SPD-Fraktion, CDU
Власні назви	Matthias Ilgen, Schleswig-Holstein, Husum, die Nordsee, Uwe Schmitz, Helmut Schmidt, Heinz Riesenhuber
Відносні прикметники	Husumer (Bürgermeister)

3. Емоційно забарвлена лексика

Таблиця 3

Фразеологічні одиниці	Etwas an den Nagel hängen, Dampf ablassen, die Sau rauslassen, in aller Munde sein, in Fülle und Breite
-----------------------	---

У кожному відеорепортажі зустрічаються власні імена, які слугують для конкретизації. Власні імена вказують місце дії, назвають учасників, а також організації, котрі пов'язані з даною подією. Типовим є також вживання фразеологізмів та запозичених слів. Завдяки ним між адресатом та адресантом виникає емоційний контакт, а також полегшується розуміння з боку глядача.

Необхідно наголосити, що складений план аналізу є актуальним та багатограним, оскільки він охоплює різнопланову лексику, яка є цікавою для дослідження та відображає сучасні тенденції в німецькій мові. Слід також сказати, що лексичні елементи, винесені в таблиці, характеризуються високим ступенем актуальності.

Передперекладацький аналіз можливих проблем з перекладом лексики текстів відеорепортажів

У попередньому підпункті розглянуто особливості лексичних одиниць у текстах відеорепортажів та складено план аналізу даної лексики в передперекладацькому аспекті. Тепер перейдемо безпосередньо до висвітлення труднощів, які можуть

виникати в процесі перекладацької діяльності з огляду на виділені лексичні елементи.

Необхідно наголосити, що у всіх текстах, незалежно від стилю та прагматичної цілі, неодмінно вживають власні назви. Саме тому перекладач повинен володіти активним запасом власних назв. Сюди можна віднести імена відомих політичних діячів, письменників, назви пам'ятних історичних місць. Даний шар лексики може викликати труднощі, оскільки у перекладача на етапі ідентифікації може проявитися відсутність навички сприйняття німецьких чи українських імен, а також незнання значень власних назв [6, с. 74]. Дуже часто перекладачі вважають, що всі власні назви можна передавати, використовуючи прийом транскрипції і транслітерації. Але це помилкова думка, яка дуже часто стає причиною помилок при перекладі, адже певні власні назви мають свою традиційну форму, як наприклад: *Montenegro* – *Чорногорія*, а не *Монтенегро*; *Lemberg* – *Львів*, а не *Лемберг*.

Використання абrevіатур для створення текстів відеорепортажів є типовим явищем для німецькомовного простору. У світі кожного дня з'являються нові організації, фонди, спілки, об'єднання і дуже часто їх назви існують як у повному, так і в скороченому варіантах. У зв'язку з цим абrevіатури можна віднести до новоутворень, оскільки вони позначають нові явища соціального та політичного життя суспільства. Саме тому перекладач повинен знати, вміти розпізнавати у тексті та вільно оперувати скороченнями. Якщо перекладач не знає відповідника абrevіатури в українському варіанті, то це може стати причиною помилки у перекладі та неправильного інформування глядачів.

Слід звернути увагу на те, що політичні та економічні терміни, які є невід'ємною частиною суспільно-політичних текстів, також можуть викликати труднощі при перекладі. У зв'язку з тим, що людство не стоїть на місці і постійно розвивається, з'являються нові терміни для позначення соціального та політичного життя суспільства. Саме це зумовлює необхідність перекладача знати відповідники у мові перекладу. Перекладач має бути також готовим до ситуацій, коли в іноземній мові термін існує, а в українській мові ще немає еквіваленту для його позначення. В цьому випадку перекладач має вміти використовувати всі свої навички та зробити все для того, щоб правильно передати це поняття в мові перекладу.

В останні роки спостерігається тенденція німецької мови до запозичення з інших мов, особливо це стосується англійської. Для позначення реалій повсякденного життя з'являються все нові та нові слова. Можна також стверджувати про те, що процес запозичення останнім часом набуває все більших масштабів і у Німеччині ця проблема навіть вийшла на державний рівень, оскільки надмірне перейняття слів з інших мов загрожує мовній та культурній ідентичності держави. Запозичення функціонують в німецькій мові та їх часто використовують при створення текстів відеорепортажів для зближення з аудиторією. Саме тому перекладач повинен знати цей тип лексики, знати правильний переклад та вміти оперувати даними лексичними елементами.

Наявність фразеологічних одиниць у текстах відеорепортажів не є новим явищем. Дані лексичні одиниці хоча і займають лише незначну частку у змістовому оформленні тексту, але відіграють вагомий роль. Фразеологічні одиниці роблять текст кращим для сприйняття та надають йому легкості у подачі інформації. Слід зазначити, що даний тип лексики завжди викликав труднощі у перекладачів, оскільки значення виразів може мати необгрунтовану мотивацію. У зв'язку з цим перекладач повинен постійно поповнювати свій запас відповідників та вміти оперувати ними, незалежно від ситуації.

Характеристика матеріалу дослідження

Для дослідження особливостей лексики були вибрані за Кузнецовим [12, с. 183-185] двадцять подієвих німецькомовних відеорепортажів різної тематики (екологічної, економічної, політичної та суспільної). У таких репортажах мова

Йдеться про певну подію, про котру репортер зобов'язаний точно детально проінформувати. Кожний такий репортаж триває від однієї до п'яти хвилин. У відеорепортажах наявні такі компоненти, як синхрон, закадровий текст, стендап та відеоряд. Обрані матеріали дослідження є різноплановими, оскільки вони відображають життя суспільства та держави в різних його проявах. Саме тому на основі цього матеріалу можна досліджувати та характеризувати лексику суспільно-політичних текстів, тобто відзначити головні особливості такої лексики та виконати основну мету даного дослідження. Також для наочного прикладу покажемо кількісне співвідношення досліджуваних одиниць.

Результати дослідження

У кожному тексті відеорепортажу було розглянуто та узагальнено лексику, що вживалася. Всі результати було внесено у три таблиці, котрі відповідно склалися із загальних характеристик, термінологічної та емоційної лексики. У кожному суспільно-політичному тексті було окреслено ключові слова, синоніми, антоніми, запозичені слова, політичні та економічні терміни, повні назви, аббревіатури, власні імена, фразеологізми та емоційно забарвлена лексика. Слід підкреслити, що всі слова були перевірені за словниками [1, 2, 4, 5].

Розрахунок кількісного співвідношення лексики у кожному тексті проводився за пропорцією, в якій загальна кількість слів у тексті приймається за 100%, а далі підраховувалось процентне співвідношення тої чи іншої лексики. Загальна кількість слів у двадцяти текстах: 10792.

Таблиця 4 - Частота вживання лексики у відеорепортажах

Лексика текстів	Частота вживання лексики
Повні синоніми	0,4
Контекстуальні синоніми	0,01
Повні антоніми	0,1
Контекстуальні антоніми	0,02
Запозичені слова	4,2
Політичні терміни	1
Економічні терміни	2,2
Повні назви	0,03
Абревіатури	0,3
Власні імена	1,5
Відносні прикметники	0,2
Фразеологізми	0,2
Емоційно забарвлена лексика	0,3

За результатами проаналізованого матеріалу видно, що повні та контекстуальні синоніми й антоніми, запозичені слова, економічні та політичні терміни, повні назви, аббревіатури, власні імена, відносні прикметники, фразеологізми та емоційно забарвлена лексика займають невелику частину суспільно-політичних текстів, але незважаючи на це вони мають значиму роль. Згідно отриманих результатів найчастіше вживалися запозичені слова, власні імена, економічні та політичні терміни, що є характерним для даного типу тексту. Необхідно зазначити, що вказані дані дійсна лише для двадцяти досліджуваних текстів, оскільки в інших текстах співвідношення лексичних одиниць може варіюватися, проте враховуючи наведені вище аргументи результати дослідження є репрезентативними за основними категоріями лексичних одиниць.

Висновки

У роботі був проведений ґрунтовний аналіз лексики двадцяти різнопланових відеорепортажів на актуальні теми та на основі отриманих результатів складена

загальна таблиця частоти вживання лексичних одиниць котрі є типовими для суспільно-політичних текстів, наведено їх кількісну характеристику та подано її у табличному вигляді для візуалізації даних та підведення підсумків.

Завдяки проведеній роботі можна стверджувати, що у суспільно-політичних текстах найчастіше вживаються запозичені слова, власні імена, політичні та економічні терміни. Інша лексика також наявна, але її частка досить невелика. Дане дослідження є актуальним та ефективним, тому що до уваги бралися найсучасніші відеорепортажі останніх років, у яких висвітлюються різні сторони соціального та політичного життя суспільства. Обрані для дослідження репортажі були оцінені редакційною комісією медіапорталу „Deutsche Welle“ цікавими для широкого загалу. Лексика, що використовується у репортажах, характеризується високим ступенем актуальності. Актуальність дослідження обґрунтовує наукову **новизну дослідження**.

Проаналізовані відеорепортажі відповідають основним характеристикам суспільно-політичних текстів, розглянутих у роботі. Слід зазначити, що в даній роботі здійснено огляд поглядів різних науковців щодо питань класифікації відповідно до виду лексичних одиниць. Після узагальнення всіх підходів, було розроблено власний план аналізу лексичних одиниць та виявлено закономірності їх вживання у проаналізованому матеріалі, базуючись на досвіді вчених-лінгвістів. Використані методи дослідження були ефективними, а проведене дослідження показало реальну картину частотності вживання лексичних одиниць у текстах німецькомовних відеорепортажів. Варто наголосити, що отримані результати є дійсними лише для двадцяти досліджуваних суспільно-політичних текстів, оскільки в інших текстах такої ж тематики частота вживання тої чи іншої лексики може коливатися.

Теоретичне значення дослідження полягає у розкритті особливостей лексики сучасних суспільно-політичних текстів, у виявленні закономірностей функціонування лексики мови ЗМІ. Отримані результати дозволяють визначити частоту використання даної лексики у сучасній німецькій мові та частково підтвердити попередні дослідження у контексті класифікації категорій аналізу.

Практичне значення роботи визначається тим, що розглянутий та проаналізований матеріал може стати основою для подальших досліджень особливостей лексики суспільно-політичних текстів. Отримані результати можуть бути використані для роботи з суспільно-політичними текстами на заняттях німецької мови як іноземної, для порівняння лексики сучасної німецької та української мов ЗМІ у перекладацькому аспекті та для встановлення особливостей вживання досліджених лексичних одиниць у текстах відеорепортажів.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ НА МАТЕРИАЛЕ ВИДЕОРЕПОРТАЖЕЙ

*В. М. Билицкая, ст. преподаватель
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт» им. Игоря Сикорського,
пр-т Перемоги, 37, корпус 7, комн. 701, г. Киев, 03056, Украина
E-mail: v.bilizkaya@goodwill-ua.com.ua*

Исходя из актуальных исследований следует заметить, что видеорепортажи как общественно-политический вид текста играют знаковую роль в работе переводчика и преподавателя, а также в процессе изучения студентом иностранного языка, поскольку СМИ фактически выступают главной средой существования глобальной общественно-политической коммуникации. Работа с лексическими единицами актуальных общественно-политических текстов в процессе изучения иностранного языка, его преподавания и в переводческой работе является не только желательной, но и необходимой в современных условиях. Исследования особенностей использования тех либо иных лексических единиц в текстах видеорепортажей не только создаст базу для работы с такого вида текстом в процессе обучения иностранным языкам, но и откроет новые перспективы для дальнейших исследований в сфере методики преподавания иностранных языков. Данное исследование будет также интересным в контексте

предпереводческого анализа текста для эффективной подготовки будущих переводчиков и для работы дипломированных специалистов.

Ключевые слова: лексика общественно-политических текстов, предпереводческий анализ текстов видеорепортажей, видеорепортаж, лексические особенности видеорепортажей.

LEXICAL FEATURES OF THE GERMAN SOCIAL AND POLITICAL TEXTS BASED ON THE VIDEOREPORT MATERIALS

V. M. Bilytska, Senior Instructor

National Technical University of Ukraine

«Kyiv Polytechnic Institute» named after Igor Sikorsky,

37, Peremohi Ave., Bldg. 7, Room 701, 03056 Kyiv, Ukraine

E-mail: v.bilizkaya@goodwill-ua.com.ua

According to the current research, it should be pointed out that video reports as socio-political texts play a significant role in the work of a translator and teacher, and in the process of studying of a foreign language by a student, since the media actually serves as the main medium of the global socio-political communication. Working with lexical units of actual socio-political texts in the process of studying a foreign language, teaching it and in translation work is not only desirable, but also necessary under the present conditions. The study of the features of the use of certain lexical units in the video reports texts will not only create a basis for working with such texts in the process of teaching foreign languages, but also will open new perspectives for further research in the field of teaching methods of foreign languages. This work will also be interesting in the context of pre-translation analysis of the text for the effective preparation of future translators and for the work of already trained specialists.

Key words: vocabulary of socio-political texts, pre-translation analysis of the video reports texts, video report, lexical features of video reports.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Duden online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.duden.de>.
2. Gabler Wirtschaftslexikon [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wirtschaftslexikon.gabler.de>.
3. Jelínková P. Lexikalisch-stilistische Charakteristik der Sachtexte vom Bereich des Reiseverkehrs: diplomová práce / Pavla Jelínková. – Brno, 2005. – 93 S.
4. Politik Lexikon [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.politik-lexikon.at>.
5. Redewendungen-index [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.redensarten-index.de/suche.php>.
6. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика / И. С. Алексеева. – СПб. : Изд-во “Союз”, 2001. – 278 с.
7. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В. Т. Бусел. – Київ : Видавництво «Перун», 2005. – 1720 с.
8. Зазулина Л. Г. Я иду на урок. Пишем спортивный репортаж [Электронный ресурс] / Л. Г. Зазулина – Режим доступа : <http://rus.1september.ru/articlef.php?ID=200304202>.
9. Князев А. Энциклопедический словарь СМИ / А. Князев. – Бишкек : Изд-во КРСУ, 2002. – 164с.
10. Колесников А. А. Стилистические особенности репортажа в немецкой прессе / А. А. Колесников. – Рязань : Рязанский государственный университет, 2010. – 63 с.
11. Колесниченко А. В. Практическая журналистика: учебное пособие / А. В. Колесниченко. – Москва : Изд-во Московского университета, 2008. – 179 с.
12. Телевизионная журналистика: учебник / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – 4-е изд. – Москва : Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. – 304 с.
13. Пахнова Т. М. Лексический разбор текста / Т. М. Пахнова // Русский язык (газета). – Москва : Издательский дом «Первое сентября», 2002. – № 18. – С. 6-8.
14. Петру И. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 – русский язык / Истрате Петру. – Москва, 2006. – 201с.
15. Токарева И. В. Аспекты терминологизации немецких лексических заимствований (сущность дефиниции терминопонятия «общественно-политическая лексика») / И. В. Токарева // Актуальные вопросы филологических наук : материалы международной научной конференции. – Чита : Издательство «Молодой ученый», 2011. – С.134-137.

REFERENCES

1. Duden online. (2017). Retrieved from <http://www.duden.de>
2. Gabler Wirtschaftslexikon. (2017). Retrieved from <http://wirtschaftslexikon.gabler.de>
3. Jelínková P. (2005). *Lexikalisch-stilistische Charakteristik der Sachtexte vom Bereich des Reiseverkehrs: diplomová práce*. Brno.
4. Politik Lexikon. (2017). Retrieved from <http://www.politik-lexikon.at>
5. Redewendungen-index. (2017). Retrieved from <http://www.redensarten-index.de/suche.php>
6. Alekseyeva, I. S. (2001). *Professionalnyi trening perevodchika* [Professional interpreter training]. St Petersburg, Russia: Soyus Publ.

7. Busel, V. T. (2005). *Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy* [A large Explanatory Dictionary of the Ukrainian Language]. Kyiv, Ukraine: Perun Publ..
8. Zazulina, L. G. (2017). *Ya idu na urok. Pishem sportivnyi reportazh* [I'm going to class. We write sports reportage]. Retrieved from <http://rus.1september.ru/articlef.php?ID=200304202>
9. Knyazev, A. (2002). *Entsiklopedicheski slovar SMI* [Encyclopedic Dictionary of Mass Media]. Bishkek, Kazakhstan: KRSU Publ.
10. Kolesnikov, A. A. (2010). *Stilisticheskiye osobennosti reportazha v nemetskoj presse* [Stylistic features of the reportage in the German press]. Ryazan', Russia: State University of Ryazan'.
11. Kolesnichenko A. V. (2008). *Prakticheskaya zhurnalistika* [Practical journalism]. Moscow, Russia: Moscow University Publ.
12. Kuznetsov, G. V., Tsvik, V. L., & Yurovskiy, A. Ya. (2002). *Televizionnaya zhurnalistika* [TV journalism] (4th ed.). Moscow, Russia: MGU, "Vysshaya shola" Publ.
13. Pakhnova, T. M. (2002). Leksicheskiy razbor teksta [Lexical parsing of a text]. *Russkiy Yazyk (newspaper)*, 18, 6-8. Moscow, Russia: Pervoye Sentyabrya Publ.
14. Petru, I. (2006). *Lingvisticheskiye i ritoricheskiye osobennosti sportivnogo reportazha kak zhanra SMI (na material futbolnogo reportazha)* [Linguistic and rhetorical features of sports reporting as a genre of media (on the material of football reportage)]. Unpublished candidate dissertation from 10.02.01. Moscow.
15. Tokareva, I. V. (2011). Aspekty terminologizatsii nemetskih leksicheskikh zaimstvovaniy (suschnost definitsii terminoponyatiya "obschestvenno-politicheskaya leksika") Aspects of the terminology of German lexical borrowings (the essence of the definition of the terminology of "sociopolitical vocabulary"). *Proceedings of the International Conference "Actual questions of philological sciences: materials of the international scientific conference"*, (pp. 134-137). Chita, Russia : Molodoy uchonyi Publ. "

Надійшла до редакції 29 вересня 2017 р.