

Будет уместным подчеркнуть, что выделенные группы терминов являются неокончательными, «подвижными», так как терминология PR в данный момент только формируется.

Говоря о структурно-семантической организации лексики PR, следует отметить, что лексика предметной области PR состоит из *ядра* (свыше 50 % от общего числа), представленного терминами предметной области «Связи с общественностью», а также смежных отраслей и периферии, представленной *предтерминами*, которые составляют примерно 35 % от общего числа отобранных единиц, *профессионализмами* (3–4 %) Напомним, что *предтермины* – это лексические единицы естественного языка, не преодолевшие «порог терминологизации».

Е. Мойрова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВЫХ ИДИОМ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В лексической системе языка отражаются все изменения, происходящие в жизни общества. Одной из самых эмоционально окрашенных, выразительных и колоритных особенностей языка является идиома. Идиомы существуют не только в разговорной речи, но и в других слоях языка.

Неологизмами в лексике считаются слова или значения, появившиеся в языке сравнительно недавно (Н. С. Карпова). Материалом нашего исследования послужили 50 новых идиом современного английского языка, отобранных из английского электронного словаря «Word Spy». По результатам анализа данные единицы были распределены по 5 лексико-семантическим группам.

Первая группа (тема «Abstract notions») охватывает такие абстрактные понятия, как чувства, состояние человека или необычные ситуации, характерные для разных сфер деятельности: *low-hanging fruit* ‘the easiest task or the most readily achievable goal’; *mission from God* ‘a crucially important task that must not fail; often used ironically’.

Вторая группа (тема «People’s names») включает в себя наименования людей, для которых характерен определенный образ жизни и поведение: *dog watching TV* ‘a person who is viewing or working with something without understanding what it is or what it does’; *meat in a seat* ‘an unskilled person who is just along for the ride’.

Третья группа (тема «Technical sphere») содержит понятия, проблемы, функции, связанные с компьютерными технологиями и электронными устройствами: *rain dance* ‘a mostly ceremonial sequence of actions performed in the hope that they will solve a computer problem’; *sucking mud* ‘crashed’.

Четвертая группа (тема «Business sphere») содержит понятия, связанные с финансами и определенными денежными операциями: *couch-cushion change* ‘a trivial or disappointingly small amount of money’; *moon the giant* ‘to recklessly disparage a much larger and more powerful rival, particularly a business competitor’.

Пятая группа (тема «Social sphere») содержит понятия, которые отражают человека и его поведение в обществе: *prairie dogging* ‘the raising of office worker heads over cubicle walls in response to a loud noise or to facilitate conversation’; *two-pizza team* ‘a team of employees that is not too large, and so can be fed with at most two pizzas’.

Таким образом, проанализировав сферы, в которых употребляются идиомы, можно сделать вывод, что наибольшее количество присутствует в группе «Abstract notions». Это дает нам право утверждать, что идиомы способствуют развитию образного мышления, а также литературной сферы. Благодаря употреблению идиом лексика становится живой, способной выражать национальные особенности страны и народа изучаемого языка.

Т. Ничипорчик

СОКРАЩЕНИЯ В СФЕРЕ НЕОЛОГИЗМОВ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Аббревиация – одна из тенденций, которую можно наблюдать в развитии языков на современном этапе. Распространение сокращений связано главным образом с возросшими потребностями быстрого обмена информацией, глобализацией и интернационализацией научных, социальных, экономических процессов, происходящих в мире. Этим определяется актуальность данного исследования.

Сокращения всегда представляли интерес для лингвистов, но объектом данного исследования являются сокращения в сфере неологизмов современного немецкого языка, в чем заключается новизна исследования.

Источником материала для исследования послужил электронный словарь неологизмов Института немецкого языка в г. Мангейм, из которого было отобрано 200 сокращений разного типа, что составляет 11,3 % от общего числа неологизмов. 99 % сокращений являются именами существительными. Анализ отобранного эмпирического материала позволил выявить следующие типы сокращений:

- **акронимы** (53, т.е. 26,5 %) – сокращенные слова из начальных букв основ, например: *SEPA* – **S**ingle **E**uro **P**ayments **A**rea, *LTE* – **L**ong-**T**erm **E**volution;

- **усечения** – сокращения, возникающие путем усечения определённой части слова: 1) финальное усечение (42, т.е. 21 %) – усечению подвергается задняя часть основы: *Navi* – **N**avigationsgerät; 2) инициальное усечение (9, т.е. 4,5 %) – усечение передней части слова, например: *Fon* – **T**ele**f**on; 3) усеченные слова с суффиксом –ie (2, т.е. 1 %), например: *Veggie* – **V**egetarier;

- **слоговые сокращения** (7, т.е. 3,5 %) – состоят из начальных слогов основы, например: *Biopic* – **b**iographical **p**icture;

- **гибридные формы** (79, т.е. 39,5 %) – усечению подвергается одна часть сложного слова, а вторая остается неизменной: *E-Scooter* – **E**lektroscooter.