

цілої системи полікультурних контактів, підкреслює тяжіння самобутніх культур до чужорідних цінностей та зразків. Життя будь-якого організму, зокрема й етнічного, є обміном із навколишнім світом. І чим більше ми можемо віддати, поділитися, тим вагомніше виявиться наш багаж. Якщо ж культура зосереджена тільки на поглинання ззовні, але закрита від світу в усьому іншому, і нічим не ділиться з ним, то зрештою вона відкидається ним.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-12>

**Кузів М. З.**

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних  
технологій, Західноукраїнський національний університет*

**Шилінська І. Ф.**

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземних мов  
та інформаційно-комунікаційних технологій,  
Західноукраїнський національний університет*

**Гумовська І. М.**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземних мов  
та інформаційно-комунікаційних технологій,  
Західноукраїнський національний університет*

**ФАХОВА ТЕРМІНОЛОГІЯ В КОНТЕКСТІ  
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Невпинний розвиток науки й техніки вносить значні зміни до мовної та концептуальної картин світу, в декілька разів примножуючи в словниковому складі мови фахову лексику, що, безумовно, має вплив на міжкультурну комунікацію. Стрімкий розвиток економіки й міжнародна інтеграція в цій сфері зумовили інтенсивне зростання економічної і фінансової термінології та обумовили необхідність її всебічного дослідження. Реформи в українській економіці та інтеграція України у світовий економічний простір зумовлюють прямий вихід переважної більшості суб'єктів господарювання на світовий ринок, активну участь їх у міжнародних економічних відносинах, що вимагає досконалого

володіння іноземною мовою. Науковці досліджують окремі аспекти економічної термінологічної лексики: словотворчу потенцію префіксальних дієслів, особливості конструкцій з імпліцитною номінацією, що функціонують в економічних текстах, семантичні особливості економічних термінів, парадигматичні та синтагматичні особливості багатоконпонентних термінів економіки, лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки, лексикографічні питання унормування та стандартизації фінансової термінологіки. Безперечним є той факт, що на сьогодні достатньо розроблені лінгвістичні основи вдосконалення термінології, що є важливою передумовою утворення нових та удосконалення системи наявних термінів різних терміносистем. Однак цілий ряд проблем ще потребують аналізу, дослідження, вирішення. Серед них важливим є питання про те, як у тексті можна розпізнати термін та, за можливістю, визначити його значення.

Метою статі є ознайомлення із структурно-семантичними особливостями німецьких економічних термінів з метою полегшення їх перекладу на українську мову. Останнім часом у дослідженнях з термінології помітне зростання масиву багатоконпонентних термінів. Це складні слова та словосполучення з різноманітною синтаксичною та семантичною структурою. Терміни, що мають структуру групи слів, позначаються в літературі по-різному: термінологічною лексемою у вигляді словосполучення [1, с. 39], термінологізованою групою слів [2, с. 76] або багатослівним терміном [3, с. 170]. Сучасні економічні терміни не є ані штучними новотворами, ані сумою назв суміжних галузей. Під економічним терміном ми розуміємо слово або словосполучення, що відображає реальні суспільно-виробничі відносини, які характеризують економічний лад суспільства. Д. Мьон, який надає перевагу термінові «багатослівне найменування», посиляється на те, що в описах словотвору німецької мови на цей аналітичний спосіб утворення найменувань звернуто мало уваги [4, с. 113], і хоче звернути увагу дослідників на цю «знехтувану форму найменувань у німецькій фаховій мові» також і в аспекті викладання німецької мови для студентів економічних спеціальностей. Вербально виражене поняття легко сприймається як термін у формі складного слова завдяки його єдності як графеми. При номінації поняття за допомогою групи слів виникає – особливо для учнів та нефаківців – складність, яка полягає у тому, щоб лексикалізовану синтаксичну одиницю відрізнити від вільного словосполучення [5]. Внаслідок багатократного використання група слів перетворюється в репродуковане найменування, в усталену частину інвентаря термінологічних найменувань. Якщо розглядати термінологічний інвентар з погляду способу його утворення, то з'ясується, що поряд з утворенням композитів використовуються також

термінологічні групи слів, які є рівноцінні з композитами щодо чіткої диференціації фахових понять та в їх функціонуванні у фахових текстах. Сильна диференціація існує у понятті ціни. Оскільки визначення ціни підлягає різним модифікаціям, види цін поділяють за певними критеріями. Для формування типології найважливіших видів цін використовують обидва види найменувань: слово та словосполучення. Визначені ринком ціни є: *Allgemeinpreis* (загальна ціна); *garantierter Preis* (гарантійна ціна); «open prise» (відкрита ціна); *Schleuderpreis* (демпінгова ціна); *vorgeschriebener Preis* (запропонована ціна) та ін. Ціни згідно з категоріями покупців мають такі назви: *Ladenpreis* (ціна магазину); *Sonderpreis* (спеціальна (пільгова) ціна); *psychologischer Preis* (психологічна ціна) [6, с. 437]. Використання назв цін може також бути регламентованим: «Суди у ФНР не дозволяють використовувати позначення: «*unverbindlicher Richtpreis*» (орієнтовна ціна). Для характеристики запропонованих цін закон про картелі та підтримання конкуренції дозволяє тільки позначення: «*unverbindliche Preisempfehlung*» (необов'язкова пропозиція цін) або «*unverbindlicher empfohlener Preis*» [6, с. 61].

У галузі торгівлі та комерційної діяльності потрібно розрізняти та класифікувати багато спеціальних понять за окремими аспектами. Для мовного оформлення цих специфікацій служать групи слів із прикметника (дієприкметника) та іменника. Традиційними найменуваннями із структурою словосполучення є, наприклад: *unlauterer Wettbewerb* (негласне змагання), *doppelte Buchführung* (подвійна система бухгалтерського обліку), *flüssige Mittel* (мобілізація ліквідних засобів), *stille Reserve* (анонімні (приховані) резерви), *offene Rechnung* (відкритий рахунок), *schwarzer Markt* (чорний ринок), *grauer Markt* (сірий ринок), *unbestellte Waren* (незамовлені товари), *kombinierter Verkehr* (комбінований торговий оборот (або грошове звертання), *kleiner Grenzverkehr* (малий прикордонний зв'язок), *schwebende Geschäfte* (незакінчені угоди), *schleichende Inflation* (прихована інфляція). Економічні терміни є в термінологічному словосполученні базовим компонентом найменування (ядром), якому підпорядковується атрибутивний прикметник чи дієприкметник. Із базовим компонентом «гроші» можна знайти такі термінологічні словосполучення: *heißes Geld* – «гарячі гроші» (грошовий капітал, який мобілізований короткостроково для досягнення спекулятивних прибутків), *neutrales Geld* – «нейтральні гроші» (гроші, які нейтрально відносяться до ходу економічного життя внаслідок відповідної грошової політики), *billiges Geld* – «дешеві гроші» (грошовополітична концепція для експансивної грошової політики), *fluktuierende Gelder* – «текучі гроші» (флуктуаційні, тобто ті, що коливаються, грошові суми, які зі страху знецінення грошей пересуваються із країни в країну), *fremde Gelder* – «чужі гроші» (довірені

банку гроші), aufgenommenes Geld – «прийняті гроші» (гроші, які бере кредитна інституція для посилення власної ліквідності), tägliche Gelder – «щоденні гроші» (позики із щоденним попередженням).

Отже, німецька економічна термінологія збагачується як через словотвір, так і через лексикалізацію словосполучень. Термінологічні словосполучення мають стійкий характер у плані їх семантичної специфікації. Структурно вони виявляють деяку варіативність: існує однозначність деяких словосполучень та композитів, словосполучень та аббревіатур. Синтаксис термінологічних словосполучень економіки відображає здебільшого атрибутивні, рідше об'єктні відношення. Відношення синонімії, антонімії та семантичних полів об'єднують термінологічні словосполучення з рештою термінологічної лексики. Однією із можливостей визначення значення економічного терміна є використання знань про способи та засоби словотвору. Якби зміни, зумовлені розвитком суспільства, не відбувались у мові, стабільними у ній залишаються певні словотворчі засоби, за якими можна визначати семантику термінів-іменників, утворених за правилами німецького словотвору (більшість термінів становлять іменники, оскільки номінація є носієм найбільш важливих змістів у пізнаванні дійсності). Словотворчими засобами суфіксального, префіксального та суфіксально-префіксального способів словотвору є суфікси, напівсуфікси, префікси, напівпрефікси. Так як економічна термінологія розвивається й нормалізується з урахуванням її національних та міжнародних функцій, має тенденцію до інтернаціоналізації і визначається специфічною рисою – наявністю переважної кількості складних термінів та термінів іншомовного походження, то афікси можуть мати й іншомовне походження [7, с. 31]. Наводимо приклади німецьких та іншомовних суфіксів, напівсуфіксів, префіксів, напівпрефіксів, за якими можна визначити, до якої семантичної групи належить термін: – німецькі суфікси -er, -ler, -ner, -ling та запозичені -at, -ent, -ant, -eur, -ar, -or, -är вказують на особу: Angestellter, Arbeitgeber, Arbeitsdirektor, Befrachter, Börsenmakler, Gläubiger, Freimakler, Tischler, Lehrling, Kandidat, Remittent, Kassier, Kommissionär, Akzeptant, Aufsichtsrat, Aktionär, Regierungspräsident; – німецькі суфікси -e, -er, -sel, -zeug – та запозичені -ator, -at вказують на прилади, інструменти: Leuchte, Kipper, Stöpsel, Hebel, Rektaklausel, Generator, Multiplikator, Aggregat, Automat; – німецькі суфікси -e, -ei, -er, -nis, -schaft, -tum та запозичені -age, -ion вказують на процес, стан: Automatisierung, Minderung, Bewertung, Berufsgenossenschaft, Inbetriebnahme, Ergebnis, Wachstum, Kursfeststellung, Lieferung, Marktwirtschaft, Amortisation, Konzession, Drainage, Konzentration, Investition, Fusion, Divisionskalkulation; – німецькі суфікси -e, -heit, -keit, -igkeit та запозичені -ismus, -ment вказують на властивість: Länge, Menge, Arbeitslosigkeit, Kürze,

Wirksamkeit, Raffinement, Indossament, Keynesianismus, Konnossement, Realignment; – німецькі суфікси -schaft, -tum, -heit, -gut, -werk, -zeug та запозичені -ie, -ag вказують на колективність: Aktiengesellschaft, Gemeinschaft, Eigentum, Staatsgut, Werkzeug, Handwerk, Bürgschaft, Fahrzeug, Industrie, Mobiliar, Inventar, Makroökonomie; – німецькі суфікси -e, -ei, -sel, -nis, -ung, -werk та запозичений tät– вказують на предмети, речі та інше: Analyse, Erzeugnis, Ladung, Produktivität, Konvertibilität, Liquidität; – німецькі суфікси -e, -ei, -nis, -ling, -ade, -tät, -at вказують на місце, простір: Barreserve, Bleiche, Schweißerei, Behältnis, Bedürfnis, Annuität, Ballustrade, Kombinat; – німецькі префікси über-, fehl– мають негативну оцінку: Fehlfabrikat, Fehlanzeige, Fehlbestand, Fehlbetrag, Fehldruck, Überlast, Fehlkonstruktion, Fehleinschätzung, Überalterung, Überbestand, Überdruck, Überfeinheit, Überhärtung, Überinvestitionen; – німецькі префікси haupt-, hoch-, maximal– вказують на вищий ступінь, повноту, самостійність, автономність: Hauptverbraucher, Haupttriebkraft, Hauptstütze, Hauptabnehmer, Hauptauftragnehmer, Hauptdüse, Hochglanz, Maximalprofit, Maximalwert, Maximalstrom, Hochdruckleitung, Hoherhitzung, Hochleistung, Hochspannungsleitung; – іншомовні префікси mini-, mikro– вказують на нижчий ступінь, підпорядкування: Minimaldruck, Mikrowelle, Mikroprozessor, Mikrocomputer, Minipreis, Miniformat;

– німецькі префікси ge-, mit– вказують на колективність: Miteigentümer, Mitbesitzer, Mitarbeit, Mitbegründer, Mithilfe, Mitschnitt, Mitfahrgelegenheit, Mitgliedsausweis, Mitgliedsbeitrag; – німецькі префікси auf-, neben– вказують на місце, положення: Aufkauf, Aufkommen, Aufladung, Aufriss, Aufschlagverlust, Aufschlagwechsel, Aufputschmittel, Aufwand, Nebenrad, Nebeneffekt, Nebenerwerb, Nebenverdienst, Nebengebäude, Nebenbetrieb, Nebenprodukt, Nebenkosten; – іншомовний префікс di– вказує на склад: Dipol, Dioxid; – іншомовний префікс syn– вказує на з'єднання, контакт: Synthese, Synchrongetriebe, Syntheseprodukt; – напівсуфікс -werk вказує на предмети речі: Bauwerk, Gaswerk, Stahlwerk, Elektrizitätswerk, Tragwerk, Flechtwerk; – напівсуфікс -einheit вказує на кількість, цілісність: Währungseinheit, Gewichtseinheit, Maßeinheit, Längeneinheit, Rechnungseinheit [8].

Як висновок зазначимо, що полегшити при перекладі пошук необхідних еквівалентних відповідностей для німецьких термінів в українській мові допомагає не лише знання особливостей економічної термінології, а й знання того, що значення слова може визначатися як за допомогою словника чи за компонентами складеного терміна, так і семантикою словотворчих елементів.

### **Список використаних джерел:**

1. Deutsche Fachsprache der Technik / Hrsg. von W. Reinhardt. – Leipzig, 1978. – 268 S.
2. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer. – Leipzig, 1982. – 283 S.
3. Hoffman L. Kommunikationsmittel Fachsprache / L. Hoffman. – Berlin, 1984. – 180 S.
4. Möhn D. Determinativkomposita und Mehrwortbenennungen im deutschen Fachwortschatz. Hinweise auf einen vernachlässigten Benennungstyp / D. Möhn // Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 12. – München, 1986. – S. 86–93.
5. Віталіш Л. Деякі структурно-семантичні особливості німецьких економічних термінологічних словосполучень / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uadocs.exdat.com>.
6. Kapferer C. Marketing-Wörterbuch / C. Kapferer. – Hamburg-Zürich, 1984. – 367 S.
7. Захарчук Е. Греко-латинские элементы в многокомпонентных единицах терминологии предпринимательства / Е. Захарчук // Наука і сучасність : [зб. наук. праць]. – Київ, 2000. – Т. XXII. – Вип. 2. – Ч. 2. – С. 262–69.
8. Rathmayr R. Fachwörterbuch Marktwirtschaft Deutsch–Russisch / R. Rathmayr. – Stuttgart–Dresden, 1993. – 115 S.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-13>

**Кузнєцова І. В.**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
Національний університет «Запорізька політехніка»*

### **ДО АКТУАЛЬНИХ ПИТАНЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ТА МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ**

Загальновизнаною є думка, що різні мови моделюють світ по-своєму, а етнічні мовні картини зараз жваво обговорюються та досліджуються. Етнолінгвальні моделі світу відображають культурні категорії певної групи, їх поведінкові прояви дозволяють побачити основні розбіжності між культурними групами та їхніми цінностями. Серед етнічно-диференціюючих компонентів на першому місці, зазвичай, ставлять мову. Споріднені культури мають схожі мовні фонди завдяки