ментальні традиції, постійно розвиваються і стають тіснішими відносини між німецьким та українським народами, тим самим збагачуючи їхні мови та культури.

Література

Манакин В.Н. Сопоставительная лексикология. – Киев: Знання, 2004. – 326 с. *Соссюр Ф.* Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1990. – 274 с. *CIC* – Словник іншомовних слів. – К.: Наукова думка, 2000. – 680 с. *GFW* – Großes Fremdwörterbuch. – Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1980. – 824 S.

ДРУЖБЯК С.В.
(Національний університет „Львівська політехніка”)

ТЕРМІНИ-ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ (на матеріалі німецької мови)

В останні десятиліття зацікавлення лінгвістів викликає проблематика функціонування фразеологічних одиниць у сфері фахової мови, проводяться дослідження фразеологічної номінації у терміносистемах.

Мета даної розвідки – проаналізувати явище фразеологічної номінації у соціально-економічній лексиці німецької мови. Досягнення мети передбачає виконання наступних **завдань**: 1) розмежувати термінологічні словосполучення і терміни-фразеологізми; 2) уточнити визначення „термін-фразеологізм”; 3) систематизувати і класифікувати терміни-фразеологізми у німецькій економічній терміносистемі.

Об’єкт дослідження – фразеологізми які функціонують у фахових мовах і слугують вербалізаторами елементів професійного знання. **Предмет** – лексико-семантичні характеристики термінів-фразеологізмів в німецькій соціально-економічній термінології.

Можливість взаємодії фразеології і термінознавства сприймається вченими неоднозначно. З одного боку, саме існування фразеологічних одиниць у фахових мовах ставиться під сумнів. Прихильники такої думки вказують на те, що термінологічні словосполучення з конотативним компонентом не слід відносити до фразеологічних одиниць, оскільки їх кількість є незначною, емоційне забарвлення виконує лише допоміжну функцію, а основною функцією є номінативна, отже релятивно нейтральна [Чуєшкова 2006, с.157 Подвойська 2007, с. 114]. З іншого боку, виділяють фразеологію фахових мов. Предметом фахової фразеології є так звані фахові звороти. Вони розглядаються як „результат синтаксичного зв’язку щонайменше двох термінологічних елементів для висловлювання фахового змісту, чия внутрішня когерентність базується на понятійному зв’язку” [Arntz, Picht, 1991, с. 34]. Як бачимо, тут до фразеології відносяться будь-які словосполучення, які мають обмежену сполучуваність. Зрештою, поруч із термінологічними елементами фахові звороти можуть містити і загальномовні. Це розширення є суттєвим, тому що думка, що всі складники фахового фразеологізму повинні бути термінологічними, істотно обмежила б фахову фразеологію і велика кількість зворотів опинилася б без класифікації.

В.Фляйшер запропонував для визначення фразеологізму 5 наступних критеріїв: ідіоматичність, стабільність, лексикалізація, відтворення в готовому вигляді і узуальне вживання. Ідіоматичність може бути повною (vollidiomatische Wendungen) – з комбінації компонентів (семем) виникає нове, переносне значення звороту, його неможливо визначити із значення самих компонентів, та частковою (teilidiomatische

Wendungen) – щонайменше один компонент звороту зберігає своє лексичне значення. Не зважаючи на це, такі частково ідіоматизовані звороти все ще визначаються як ідіоми, адже комбінація компонентів дає нове, переносне значення. Позбавлені ідеоматичності звороти вчений називає номінативними стереотипами для яких є характерною синтаксична стабільність [Fleischer 1982, с. 38].

Базуючись на цьому твердженні, ми розмежовуємо термінологічні фразеологізми і терміни-словосполучення (або складені терміни). Для останніх характерні стилістична нейтральність, відсутність експресії, образності, суб'єктивно-оцінних характеристик. Поняттєве поле таких термінологічних словосполучень представлене семантикою його компонентів. Кожен елемент у їх структурі виражає характерні властивості означуваного, в кожному з них відтворюється частина цілісної смислової єдності, основою якої виступає семантика всіх членів словосполучення. Наприклад: *Ausgabe von Aktien „емісія (випуск) акцій", Fracht bezahlen „оплачувати фрахт", freiberuflicher Tätiger „особа вільної професії"*. За даними дослідників вони є найчисельнішою групою серед термінів і можуть складати до 70 відсотків усього термінологічного корпусу [Жданова 2003, с. 131]. Однак у фахових мовах існують і такі звороти, які поєднують в собі властивості фразеологічних одиниць (ідіоматичність, непроникність структури, незмінний склад) і термінів (номінативний характер, приналежність до певної галузі знання, співвіднесеність з професійним поняттям). Вони вербалізують фахову інформацію особливим чином – на стику професійного і повсякденного знання. Таке явище в термінології менеджменту та маркетингу англійської мови досліджувала К.В. Житнікова, для номінації цих зворотів вона використовує визначенням „термін-фразеологізм". Науковець зазначає, що у сучасних лінгвістичних дослідженнях такі звороти не розглядаються як „специфічного виду лінгвістичний знак, що має ознаки фразеологізму та функціонує як термін в терміносистемах" [Житнікова 2004, с. 72].

Німецький лінгвіст М.Думе, розмежовуючи поняття „термін" та „фразеологізм", звертає увагу на те, що за умови відповідності фразеологічним критеріям термін можна розглядати з позиції фразеології. Відмінність між загальномовними і фаховими фразеологізмами полягає в тому, що „фахові фразеологізми однозначно позначають стан речей чи об'єкти, які мають термінологічний характер і тому тільки в межах фахової мови відтворюються як стало структуровані звороти" [Duhme, 1991, с. 72]. Термінологічний характер цих зворотів виявляється в тому, що щонайменше один компонент словогрупи пов'язаний з фаховими поняттями: *weiche Währung „нестійка валюта", sein Konto löschen „закрити рахунок", auf das Konto einzahlen „вносити внески на рахунок"*. Як видно із прикладів до термінів-фразеологізмів він відносить також і неідіоматичні словосполучення.

У своїй роботі ми розуміємо **термін-фразеологізм** як стійкий зворот який має певну ідіоматичність, належить до мови професійної комунікації, тобто містить щонайменше один термін і об'єктивує знання, отримані в межах професійного досвіду в типових ситуаціях професійної діяльності. Вони відображають ті складні об'єкти і фахові явища, які не можуть бути позначені однослівним найменуванням.

Є очевидним, що фразеологічні одиниці вживаються у спеціалізованих текстах не так часто як у літературних. Окрім цього, їхнє використання тісно пов'язане із видом фахового тексту: у економічній публіцистиці терміни-фразеологізми вживаються значно частіше ніж у науково-економічних текстах, хоча загалом для економічної фахової мови є характерною емоційно-образна лексика, що підтверджують численні метафоричні композити [Дружбяк 2008, с. 223].

Існуючі дефініції часто обмежують фахові звороти такими словосполученнями, які складаються щонайменше із двох термінологічних елементів і являють собою словосполучення за типом іменник – дієслово. Беручи за основу морфологічно-

синтаксичну класифікацію В.Фляйшера для загальномовних фразеологізмів, ми відносимо до термінів-фразеологізмів не лише субстантивно-дієслівні, але й субстантивно-ад'єктивні та субстантивно-субстантивні словосполучення, в залежності від того, яка частина мови є стрижневим компонентом.

Матеріалом нашого дослідження є 183 економічних терміни-фразеологізми, отриманих методом суцільної вибірки із німецьких фахових періодичних видань та економічних словників. Аналізуючи морфологічно-синтаксичну структуру термінів-фразеологізмів ми виділяємо наступі типи:

1. іменник + прикметник (дієприкметник). Ця група налічує 87 термінів і є найпоширенішою. Розглядаючи ці одиниці за опозицією „термін – нетермін", слід зазначити, що унаслідок часткового чи повного переосмислення в переносному значення вживається прикметник чи дієприкметник, він може належати як до загальновживаної лексики, так і до економічної термінології, а іменник зберігає своє лексичне термінологічне значення. Наприклад: *billige Flagge – „зручний прапор", effektive Stücke – „готівкові цінні папери", außerbörslicher Kurs – „неофіційний курс цінних паперів", flauer Absatz – „повільний збут", flüssige Aktiva – „ліквідні активи", neutraler Aufwand – „позапланові витрати не пов'язані з виробництвом", frisierte Bilanz – „підчищений баланс", eingefrorene Kredite – „заморожені кредити", schleppendes Geschäft – „спад ділової активності", schwere Papiere – „цінні папери які високо котуються", totlaufender Kurs – „курс із змінним котуванням", nasse Stücke – „не вкладені цінні папери";*

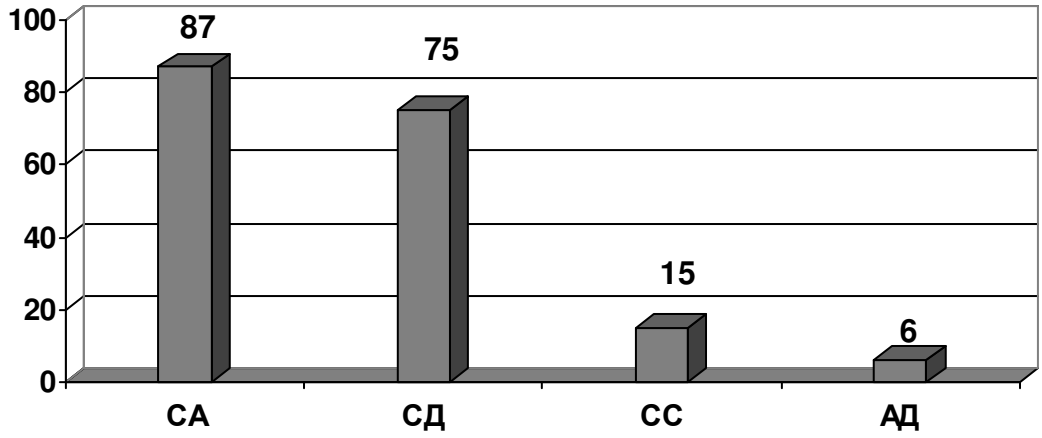
2. іменник + дієслово (81 одиниця). Терміни-фразеологізми цього типу часто розширюються прийменником з означеним чи неозначеним артиклем. У переносному значенні може вживатися дієслово, наприклад: *einen Artikel führen – „мати в продажу певний товар", die Nachfrage beleben – „стимулювати попит", ein Konto belasten – „дебетувати рахунок", die Bilanz frisieren – „підчищати балансовий звіт", den Etat sanieren – „зменшувати витратні статті бюджету", die Preise klettern – „ціни повільно ростуть",* або іменник: *an der Hand haben – „мати першу пропозицію, мати право відмови",* чи іменник з атрибутивним прикметником: *aus zweiter Hand kaufen – „купувати вживані товари", mit schwarzen Zahlen arbeiten – „працювати з прибутком", in rote Zahlen kommen – „почати працювати без прибутку";*

3. іменник + іменник (15 одиниць). Терміни-фразеологізми цього типу ми розділили на три підгрупи: 1. іменник + означення в родовому відмінку: *Abschluß der Bücher – „збалансування бухгалтерських книг", Abwanderung der Nachfrage an die Konkurrenz – „перехід клієнтів до конкурента", Arbeitgeber der öffentlichen Hand – „роботодавець-державна установа", Bezug von jungen Aktien – „підписка на акції нового випуску", Degenerationsphase eines Produkts – „продукт на стадії вичерпування попиту на нього", Preisbildung zweiter Hand – „підтримка роздрібних цін", Verschleicherung der Bilanz – „завуальовування (приховування) балансу";* 2. іменник + прийменникове означення: *Eigentum zur gesamten Hand – „неподільна співвласність майном декількома особами", Gemeinschaft zur gesamten Hand – „спільна власність", Preisindex für die Lebenshaltung – „індекс роздрібних цін", Gang an die Börse – „випуск (акцій) на біржу" das Loch in der Staatskasse – „дефіцит в державному бюджеті";* 3. парні іменники, іноді з атрибутивним прикметником: *Brief und Geld – „пропозиція і попит", mittlere Art und Güte – „середня торгова якість", Preis frei Haus – „ціни включно з витратами за доставку";*

4. прикметник + дієслово. Прикладів такого типу ми знайшли лише 6: *bestens verkaufen – „продавати за найвищою ціною", leichter tendieren – „проявляти тенденцію до пониження", alt kaufen – „купувати вживаний товар", fristlos entlassen – „звільнити без попередження", fester tendieren – „мати тенденцію до підвищення курсу", fest abschließen – „заключити термінову угоду".* Як видно з наведених

прикладів, дієслово зберігає своє термінологічне значення, а прикметник вживається в переносному, крім цього у половині випадків прикметник вживається у вищому чи найвищому ступенях порівняння.

Діаграма 1 демонструє кількісне співвідношення морфологічно-синтаксичних типів термінів-фразеологізмів:



СА – субстантивно-ад'єктивні терміни-фразеологізми; СД – субстантивно-дієслівні терміни-фразеологізми; СС – субстантивно-субстантивні терміни-фразеологізми; АД – ад'єктивно-дієслівні терміни-фразеологізми.

2. Сфера бізнесу та торгівлі із стрижневими компонентами ***Geschäft*** *„бізнес”,* ***Handel*** *„торгівля”,* ***Markt*** *„ринок”,* ***Werbung*** *„реклама”: lebhafter Handel „інтенсивна торгівля”, dünner Markt – „бідний ринок”, auf den Markt schwemmen – „затоварювати ринок*”, *das Geschäft ankurbeln – „запустити бізнес”, ein Geschäft platzen lassen – „відхилити справу (угоду)”, lautere Werbung – „коректна реклама”, persönliche Werbung – „реклама, спрямована на дискредитацію конкурента”.*

3. Банківсько-фінансова сфера із стрижневими компонентами ***Geld*** *„гроші”,* ***Kredit*** *„кредит”,* ***Kasse*** *„каса”,* ***Preis*** *„ціна”,* ***Kapital*** *„капітал”,* ***Bank*** *„банк”: anweisende Bank – „банк який відкрив акредитив”, ein Konto belasen – „дебетувати рахунок”, beweglicher Preis – „змінна ціна”, eingefordertes Kapital – „номінальний власний капітал”, eingefrorene Kredite – „заморожені кредити”, flüssiges Geld – „вільні готівкові гроші”, die Preise in die Höhe treiben – „надувати” ціни”, schwach bei Kasse sein – „мати недостатньо грошей”.*

4. Економічна політика. До стрижневих компонентів даної сфери ми відносимо ***Wirtschaft*** *„економіка”,* ***Etat*** *„бюджет”,* ***Nachfrage*** *„попит”,* наприклад: *die Wirtschaft beleben – „стимулювати економіку”, den Etat sanieren – „зменшувати витратні статті бюджету”, die Nachfrage anregen – „стимулювати попит”, die Nachfrage dämpfen – „стримувати попит”, in der Rezession stecken – „знаходитись у фазі економічного спаду”, in Treu und Glauben handeln – „діяти добросовісно”, die Wirtschaft ankurbeln – „запустити економіку”.*

5. Промислово-виробнича сфера із стрижневими компонентами ***Stellung*** *„посада”,* ***Schicht*** *„зміна”,* ***Aufwand*** *„затрати”,* ***Arbeit*** *„робота”* та ін., наприклад: *eine Stellung bekleiden – „займати посаду”, körperliche Bestandaufnahme – „інвентаризація наявних матеріальних цінностей”, eine Schicht fahren – „пропрацювати зміну”, das Ergebnis belasten – „нараховувати витрати на результат господарської діяльності”, aus dem Dienst scheiden – „піти з посади”, neutraler Aufwand – „позапланові витрати не пов'язані з виробництвом”, gleitende Arbeitszeit – „мінливий графік роботи”, leichte Arbeit – „некваліфікована праця”.*

Однак, слід зазначити, що часто важко визначити приналежність терміна-фразеологізма до конкретної тематичної групи, так як одна і та ж сама одиниця може вживатися у різних сферах, наприклад *Mittel binden – „вкладати засоби”,* може належати як до фінансової сфери, так і до торгівлі; *Preisbildung zweiter Hand – „підтримка роздрібних цін”* – економічна політика, або сфера торгівлі.

Підсумовуючи проведене дослідження, **констатуємо** наступне: 1) хоча пласт термінів –фразеологізмів є незначним, це не дає достатньої підстави їхнього вилучення із фонду фразеологічних одиниць, оскільки їх значення неможливо вивести із значень компонентів; 2) в основі номінації даного явища лежить метафоричний принцип переосмислення загальновживаних слів; 3) терміни-фразеологізми, як правило, позбавлені емоційності, експресивності і мають конкретне термінологічне значення, якщо знаходяться в спеціальному контексті.

Література

Дружбяк С.В. Метафоричні терміни в системі соціально-економічної лексики (на матеріалі німецької мови) // Культура народов Причерноморья. Межвузовский центр „Крым”, 2008. – № 142 т. 1. – С. 222-224. *Житнікова К.В*. Комунікативно-прагматична функція терміна-фразеологізма терміносистеми менеджменту та маркетингу // Вісник Харківського національного університету ім.. В.Н. Карабіна. – Харків: Константа, 2004. – № 636. – С. 72-76. *Жданова Н.О*. Терміноутворювальні механізми у сфері біржової лексики: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15. – Донецьк, 2003. – 182с. *Подвойська О.В*. Термінологія соціальної ринкової економіки в сучасній німецькій мові: номінативний та функціональний аспекти. – Дис. канд. філол. наук. – К., 2007. – 244с. *Чуєшкова О*. Семантична структура терміносполук економічної терміносистеми // Вісник національного університету „Львівська політехніка”. – Львів, 2006. – № 559. – С. 156-160. *Arntz R., Picht H*. Einführung in die Terminologiearbeit. – Hildesheim, 1995. – 326 S. *Duhme M*. Phraseologie der deutschen Wirtschaftssprache: eine empirische Untersuchung zur Verwendung von Phraseologismen in journalistischen Fachtexten. – Essen: Die Blaue Eule, 1991.– 222 S. *Fleischer W*. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. – 2., durchges.und erg. Aufl. – Tübingen: Niemeyer, 1997. – 357 S.

Джерела ілюстративного матеріалу

DUDEN Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z. – Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag, 2001. – 512 S.

ЖАРКОВСКАЯ И.
(Харьковский нац. пед. ун-т им. Г.С.Сковороды)

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ СМЕЩЕНИЯ В ПРЕДЕЛАХ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА CONFLICT

Ассоциативно-образная составляющая контекста основана на феномене ассоциации – такой связи между психическими явлениями, в первую очередь образами, при которой «актуализация одного из них вызывает и актуализацию другого» [Серкин 2004, с. 51]. На этапе «определенной филогенетической и онтогенетической зрелости» [Жоль 1984, с. 11] в общественном языковом сознании возникают устойчивые связи между различными явлениями, основанные на когнитивных операциях сравнения и ассоциации – того «цементирующего начала, которое скрепляет и позволяет удерживать в едином целом многочисленные разрозненные элементы нашей памяти» [Глазунова 2000, с. 15]. В настоящее время исследования в области влияния ассоциаций на языковой материал и речевую деятельность становятся особо актуальным направлением [Слива 2005, с. 4; Чабаненко 2005]. Выбор номинации, ее функция-реализация и, следовательно,