

Keywords: gender component, nouns for denotation of persons on the sort of activity, category of gender.

Воловик Л. Б.
Полтавський університет економіки і торгівлі

ТЕКСТОТВІРНІ ПОТЕНЦІЇ НІМЕЦЬКИХ ПРЕФІКСАЛЬНИХ ДІЄСЛІВ В ТЕКСТАХ ЕКОНОМІЧНИХ ГАЗЕТНИХ СТАТЕЙ

В статті розглядаються текстотвірні потенції німецьких префіксальних дієслів в текстах економічних газетних статей. В розглянутих текстах префіксальні дієслова виконують ряд функцій, серед яких важливими є когерентна, інформативна та структурно-сислової завершеності.

Ключові слова: словотворчий компонент (СК), похідна основа слова (ПО), твірна основа слова (ТО), текст економічної газетної статті.

Економічна сфера є важливим джерелом поповнення німецької економічної терміносистеми. Префіксація є активним способом дієслівного словотвору як у загальнолітературній німецькій мові, так і в окремих терміносистемах.

Метою статті є виявлення текстотвірних потенцій німецьких префіксальних дієслів в економічному тексті.

Поняття функціонування термінів у термінознавстві є широким за обсягом і враховує умови функціонування термінів у текстах що належать до різних жанрів. Важливу роль відіграє методично правильна побудова тексту, де не тільки логіка розвитку думки автора, але й форма її вираження сприяє успішному сприйняттю переданої інформації. Вихідною базою для побудови комунікативно значущих компонентів тексту виступають терміни та термінологічні словосполучення, які несуть основне смислове навантаження в спеціальних текстах [6, с. 20].

Вивчення елементів, що складають синхронну словотвірну систему мови проводилось з посиланням на лексикографічні дані шляхом словникового відбору досліджуваних лексичних одиниць з певною їх класифікацією. Однак поряд з особливостями структурно-семантичної організації похідних слів не менш важливим аспектом аналізу є визначення ролі даного типу лінгвістичних одиниць в оформленні тексту. На актуальність і важливість аналізу похідних слів як структурних елементів тексту звертається увага в ряді досліджень (Н. Д. Арутюнова, К. С. Кубрякова, Н. С. Валгіна, Р. Г. Гагаулін) [5, с. 21].

Об'єктом аналізу репрезентації твірних основ (ТО) дієслів та похідних основ (ПО) іменників – економічних термінів стали 160 текстів економічних статей, опублікованих протягом 2005-2010 років у німецькомовних газетах "Markt", "Transfer".

Текст економічної газетної статті – це особливий вид тексту. Ситуація, про яку піде мова в тексті, є тією ж тимчасовою ситуацією, при якій відбувається її читання, адже вона вже частково відома тому, хто її читає як із інших джерел інформації, так із попередніх інформацій, викладених у попередніх номерах газети. Загальність ситуації виражена датуванням газети. Текст економічної газетної статті створений для зорового сприйняття і за характером інформації – це текст-повідомлення [5, с. 31]. Текст економічної газетної статті багатомірний, він поділяється в залежності від теми на менші тексти окремих статей, кожен з яких є цілісно завершеним, але всі ці тексти складають один текст всього випуску газети, так як цей текст цілісний по відношенню

до заголовку, має завершеність самим фактом закінчення газети, єдиний з точки зору часового критерію і комунікативних намірів [9, с. 106-107].

Для виявлення текстотвірних потенцій префіксальних дієслів, ми користуємося найбільш поширеним в даний час визначенням терміну “текст”, що включає такі основні властивості тексту, як структурна і семантична єдність, завершеність, прагматична настанова [5, с. 16].

Текстотвірні потенції префіксальних дієслів зумовлені їхніми системними властивостями, до яких належить семантична вмотивованість. Дана властивість проявляється в тексті завдяки здатності префіксальних дієслів служити засобом внутрішньотекстового зв'язку зі спільнокореновими словами попередніх чи наступних речень:

“Er bewirbt sich um eine Stellung. Woran erkennt man einen untervorbereiteten Bewerber im Jobinterview ? Er wird auf die Aufforderung, seinen beruflichen Werdegang zu schildern. Ihre Bewerberstory ist kurz, spannend, unterhaltsam, auf einen oder mehrere Höhepunkte angelegt” (Markt, 13. Jahrgang, Ausg. 35, 2005).

Префіксальні дієслова разом з іншими засобами міжфразового зв'язку характеризуються здібністю здійснювати зв'язок у тексті не тільки між окремими реченнями, але і між абзацами:

“Ich betreibe Selbstmarketing, wenn ich positive Kontakte zu anderen aufbaue und meine Begeisterung und mein Engagement für bestimmte Themen vermitteln kann.

Andere betreiben klassischen Marketing. Im Gegensatz zum klassischen Marketing, bei dem die Verkaufsargumente häufig von Kollegen aus anderen Fachabteilungen geliefert werden, heißt es beim Selbstmarketing, seine Stärken selbst zu erspüren” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 35, 2007).

Одним із системних властивостей префіксальних дієслів є їхня здатність функціонувати в якості ТО слів та утворювати нові похідні одиниці. При цьому між ТО і ПО встановлюються структурно-семантичні зв'язки:

“Jeder Manager erwartet, dass er gutes Geld bekommt. Diese Erwartung des Einkommens als Haupttriebfeder für den Job zu nennen gilt jedoch als Gesprächskiller” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 35, 2007).

Семантико-структурна і комунікативна організація тексту здійснюється в результаті дотримання деяких правил, серед яких важливу роль відіграє відбір способу повторної номінації, порядку слів, типу модальності.

У німецькій економічній термінології широко розповсюджено явище повторної номінації. Питання про повторну номінацію постає при створенні зв'язного тексту, тобто вибору словесної заміни для уже названого суб'єкта чи об'єкта. Щоб запобігти повторенню одних і тих же слів, виникає необхідність лексичних заміни. Однак такі заміни не завжди зручні і допустимі, адже труднощі виникають при створенні спеціальних економічних текстів, де підшукати інше найменування економічному поняттю не можливо із-за чіткого визначення його змісту. У такому випадку повторення ключових слів (термінів) не уникнути [2, с. 52]:

“Das verstehe ich nicht unter einer kreativen Bewerbung”. Pseudokreative Bewerbungen, die um jeden Preis auffallen wollen, seien für sie eher eine Plage. Die Agentur erhalte häufig außergewöhnliche Bewerbungen: “Anscheinend haben viele Leute das Gefühl, in einer Werbeagentur müsse man sich besonders kreativ bewerben, sagt sie” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 40, 2007).

Можливість заміни в економічних текстах має певні текстуальні обмеження.

Відсутність заміни (при лексичному повторі) може підвищити семантично-стилістичну напруженість тексту, посилити його виразність [2, с. 52]:

“Verwenden Sie eine eindeutige Betreffzeile. Verwenden Sie keine Abkürzungen (zum Beispiel kfm., d.h., dto.). Verwenden Sie in Ihrer Bewerbungs-Mail kein HTML – Format, sondern stellen Sie Ihr Mail – Programm auf das Nachrichtenformat “Nur Text” ein” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 40, 2007).

Вибір засобів повторної номінації при побудові тексту підкоряється як структурно-семантичним правилам, так і стилістично-композиційним [2, с. 52].

Ступінь інформативності засобів повторної номінації, засобів заміни залежить: 1) від здатності заміни поєднувати функцію заміщення з функцією повідомлення нової інформації; 2) від наявності виділеного термінологічного еквівалента [8, с. 18].

“Verbrauchsgüter – Gebrauchsgüter. Das Begriffspaar Verbrauchs – und Gebrauchsgüter wird in der Praxis vor allem für Konsumgüter verwendet. Verbrauchsgüter werden sofort und einmalig verbraucht (z.B. Brot, Bier, Zigaretten). Gebrauchsgüter dienen dem mehrmaligen Verbrauch. Sie können längerfristig und mehrmalig genutzt werden (z.B. Kleidung, Wohnung, Autos, Möbel” [3, с. 13].

Засоби повторної номінації і способи їх застосування, при всій їх словесній різноманітності, складають дві основні групи: 1) засоби, що підсилюють інформативні якості тексту за рахунок термінологічного компоненту; 2) засоби, що належать до чисто формальних показників зв'язку текстових компонентів. Перші поглиблюють і поширюють змістову структуру тексту [2, с. 58]:

“Aber auch immer mehr Unternehmen schätzen die Vorteile von Online – Bewerbungen. Denn auch auf Unternehmensseite können online erhaltene Bewerbungen Kosten und Bearbeitungszeit sparen” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 40, 2007).

Словотвірчі засоби забезпечують розкриття змісту тексту. Словотвірні структури характеризуються повторюваністю лексичних основ у структурах, наявністю внутрішнього контексту і обов'язковою зовнішньою валентністю [4, с. 17].

Особлива текстотвірна функція належить СК з однаковими основами і морфемами. Релевантність морфем з однаковими основами для побудови тексту полягає в їх самостійності і специфіці значень. З одного боку ця функція несе єдине значення морфемі, з іншого боку, текстотвірний характер мають базисні морфемі з однаковою морфологічною структурою. Різноманітні повторення (повторення морфем), повторення слів, словосполучень і речень забезпечують розкриття змісту тексту:

“Die Deutsche Lufthansa erhält das Gros ihrer Bewerbungen – 2006 waren dies rund 97500 – über das Internet. “Seit 2002 haben wir den Bewerbungsprozess sukzessive auf online umgestellt. Das ist sowohl für den Bewerber als auch für uns eine große Erleichterung” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 40, 2007).

Наведений фрагмент є прикладом текстотвірного характеру СК “Bewerb”. Контекст існує за рахунок цієї морфемної структури. СК “Bewerb” може бути причетним до встановлення теми тексту. Морфологічно, семантично, тематично пов'язані словотвірні конструкції підтримують семантичні відношення тексту і пояснюють текстові відношення. Через зміну термінів, через введення нових елементів зберігається змістовий і тематичний розвиток тексту. Основою для постулату функції тексту оказіонального словотвірного компоненту служить той факт, що оказіональні словотвірні компоненти несуть у собі узагальнюючу функцію: вони узагальнюють те, про що йде мова на початку тексту і що буде в кінці тексту [4, с. 18]. При цьому мова йде перш за все про складні слова, чий співвідносні елементи можуть бути різними. У

тексті СК відновлюється в різноманітних комбінаціях: вводяться новоутворені компоненти, модифікується один і той же основний компонент складного слова через різні компоненти складного слова і той же самий компонент складного слова через основні компоненти складного слова. Ефект модифікації залежить від рівня семантичного зв'язку компонентів, які є взаємозамінними. Через співставлення однакових за значенням слів виникають ряди, де вони пов'язані між собою семантично:

“Bei Online – Bewerbungen werden Bewerbungen, die per E-Mail mit Datenhängen versendet werden, Bewerbungen über standardisierte Bewerbungsformulare sowie direkt über die Karriereseiten der Unternehmen versendete Bewerbungen unterschieden. Für die letztgenannte Variante müssen sich Bewerber in der Regel auf den Karriereseiten registrieren und gelangen über ein Log-in den Bewerbungsbereich” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 40, 2007).

Значення слів “Bewerbungsformulare”, “Bewerbungsbereich” мають велике лексично-семантичне значення, ніж значення їх основних СК. Однакові за значенням компоненти утворюють стабільний, єдиний текст – тематичне ядро. Синтаксичне, семантичне і прагматичне значення цих елементів полягає в тому, що автор може досягти мінімуму вживаних знаків і максимуму у мовній комунікації [4, с. 19].

У тексті автор утворює семантичний комплекс мовних знаків, які він вносить завдяки комунікативним потребам і можливостям у комунікативну ситуацію, через пропуск частини контекстуальних при читанні інформацій:

“Laut Studie bewirbt sich mehr als die Hälfte der befragten Stellensuchenden lieber mit einer Online – Bewerbung als mit einer klassischen Bewerbungsmappe” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 40, 2007).

Приналежність складних слів із багатьма словотворчими гніздами створює можливість для нових утворень у тексті. Може створюватися безліч ланцюжків, які сприяють утворенню тексту і полегшують розуміння подій в тексті [4, с. 20].

“Viele deutsche Wirtschaftsunternehmen sind weltbekannt. Die meisten der großen Industrieunternehmen haben ihre Standorte in einer der großen Industrieregionen Deutschlands. Die Chemieunternehmen sind VEBA, BASF, Hoechst und Bayer. Die Energieunternehmen sind VEBA, Preussag und RWE” [10, с. 26].

Повтори залежать від об'єму збільшення гнізд слів, а також від синонімічної можливості заміни основних морфем. У тексті можуть повторюватися синтаксичні словосполучення, цілі речення. Відтворення змісту тексту через СК, як поєднуюча ланка у реченнях створює основоположний принцип когерентності тексту:

“Sie verkaufen im Fachgeschäft, im Supermarkt oder im Warenhaus. Verkaufen, Waren anbieten, Kunden bedienen sind ihre wichtigsten Tätigkeiten. Verkäufer verpacken auch die Waren, führen Lagerarbeiten durch und zeichnen die Waren aus.

Zunehmend an Bedeutung in diesem Beruf gewinnt die Arbeit mit mobilen Datenerfassungsgeräten für die Bestandskontrolle und Inventur oder mit Scannerkassen, an denen die Verkaufsdaten der Artikel durch Laserstrahl abgelesen werden” [12, с. 23].

Ланцюжки знаходимо безпосередньо через семантичні відношення між першою згадкою терміну і повторенням на основі синонімії, семантичної еквівалентності, контрасту [4, с. 21]. Відношення між компонентами у тексті, які служать тематичній прогресії, утворюють відношення семантичної ідентичності. [10, с. 36] Відношення змін між складними словами і чий складові частини функціонують у тексті як спрощення, завдяки семантичним зв'язкам утворюють тематичну основу і зв'язність тексту: [4, с. 22].

“Aber auch immer mehr Unternehmen schätzen die Vorteile von Online-Bewerbungen.

Denn auch auf Unternehmensseite können online erhaltene Bewerbungsunterlagen Kosten und Bearbeitungszeit sparen” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 40, 2007).

Зв’язність тексту здійснюється за допомогою низки структурних і лексико-семантичних засобів. Зв’язність тексту – це більше ніж відображення семантичного поповнення значень у змісті тексту. Елементи, які повторюються, ведуть до націлювання на певний результат, а саме, на інформативність [4, с. 22]. Основними поняттями при описі когерентності тексту є поняття “семантично-прагматичних варіацій”. Щоб реалізувати передачу інформації при оформленні тексту, автор звертається до поширеного варіативного простору. Для поширення варіативного простору тексту, можуть вживатися однакові СК:

“Eine der wichtigsten Versicherungen ist die Haftpflichtversicherung. Haftpflichtversicherung sind unentbehrlich, denn laut Gesetz muss immer derjenige zahlen, der einen Schaden verschuldet hat. Hier ist Vorsorge Privatsache. Zahlreiche Versicherungsunternehmen bieten verschiedene Haftpflichtversicherungen an” (Markt, 15. Jahrgang, Ausg. 39, 2007).

Таким чином, німецькі префіксальні дієслова виконують важливі функції в текстах економічних газетних статей: когерентну, інформативну, структурно-сміслову завершеності. Вихідною базою для побудови комунікативно значущих компонентів тексту виступають терміни та термінологічні словосполучення, які несуть основне смислове навантаження в текстах економічних газетних статей.

Перспективне направлення подальших досліджень визначається комплексним вивченням економічних термінів в економічних текстах у напрямі від ТО префіксальних дієслів до співвідносних з ними за структурою та семантикою ПО – економічних термінів.

Л і т е р а т у р а :

1. Арутюнова Н. Д. Тождество и его подобие / Нина Давидовна Арутюнова. – М. : Наука, 1976. – 183 с.
2. Валгина Н. С. Теория текста / Нина Сергеевна Валгина. – М. : Логос, 2004. – 280 с.
3. Гавриш О. О. Фахова німецька мова. Економіка підприємства : навч. посіб. / Олена Олександрівна Гавриш. – К. : КНЕУ, 2006. – 284 с.
4. Гагаулин Р. Г. Словообразование и текст : учебное пособие / Равиль Гибатович Гагаулин. – Уфа : Башк. ун-т, 1990. – 78 с.
5. Гальперин И. Р. О понятии текст / Илья Романович Гальперин. – Вопросы языкознания, 1974. – № 6. – 156 с.
6. Кубрякова Е. С. Текст и его понимание / Елена Самойловна Кубрякова // Русский текст. – СПб., 1994. – № 2 – С. 18-27.
7. Куделько З. Б. Англійська терміносистема ринкових взаємин: синтагматичні та прагматичні особливості : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / З. Б. Куделько. – Львів, 2003. – 20 с.
8. Сорокина Е. Н. Информативность как критерий редакторской оценки средств выражения в научной литературе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. Н. Сорокина. – Москва, 1982. – 25 с.
9. Федоровская И. А. Функционирование указательных прилагательных в тексте / И. А. Федоровская // Сборник научных трудов. – М. : Моск. гос. ин-т им. Мориса Тереза, 1984. – 244 с.
10. Bartling H. Grundzüge der Volkswirtschaftslehre / H. Bartling, F. Luzius. – München : Verlag Franz Vahlen, 2000. – 319 S.
11. Daneš F. Zur linguistischen Analyse der Textstruktur / F. Daneš In: Folia linguistica. Acta Societatis linguisticae Europaeae. – 1970. – T. IV, 1/2. – 76 S.
12. Fingerhut M. Deutsch lernen für den Beruf. Arbeitsbuch/ Monika Fingerhut. – Ismaning : Verlag Für Deutsch, 2000. – 119 S.

В статье рассматриваются текстообразующие потенции немецких префиксальных глаголов в текстах экономических газетных статей. В рассмотренных текстах префиксальные глаголы выполняют ряд функций, среди которых важными являются когерентная, информативная и структурно-смысловая завершенности.

Ключевые слова: словообразовательный компонент (СК), производная основа слова (ПО), производящая основа слова, текст экономической газетной статьи.

The article considers the text-formative potential of prefixed verbs on the basis of German economic terms in the economic texts. The prefixed verbs perform several functions in the concerned texts: coherence, informativity and structural-semantic completeness.

Keywords: word-formative constituent, derived stem, basic stem, economic newspaper article.

Волошина В. В.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

ПОРІВНЯННЯ ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖІВ У ХУДОЖНІХ ТВОРАХ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО

Статтю присвячено аналізу використання В. О. Сухомлинським таких мовно-зображальних засобів, як порівняння. Описано різні підходи щодо типів та структури порівнянь. Охарактеризовано функції порівнянь.

Ключові слова: лінгвостилістичні засоби, порівняння, сполучникові й безсполучникові порівняння, підрядні порівняльні речення, присднувальні речення, прями й зворотні порівняння.

Однією з особливостей стилю В. О. Сухомлинського є широке та майстерне використання порівнянь. Педагог добрав такі порівняння, які б чітко, зрозуміло характеризували зображуваний предмет, явище, ілюстрували б ставлення автора до переданого у тексті. Добираючи їх з великою майстерністю, автор використовував порівняння як один із основних лінгвостилістичних засобів характеристики персонажів, адже саме вони виступають одним із головних засобів пізнання світу. Виявлення зовнішніх і внутрішніх зв'язків між предметами та явищами становить невичерпне джерело художнього асоціативного мислення.

Мета цього дослідження – проаналізувати використання В. О. Сухомлинським таких мовно-зображальних засобів, як порівняння; охарактеризувати їх функції; описати різні підходи щодо типів та структури порівнянь.

Дослідженню порівнянь як образного засобу мови значну увагу приділяв О. О. Потебня. Учений вважав, що саме в порівнянні як процесі відбувається рух думки “від предмета до предмета”. У мові розташовуються поряд ті реалії, які в дійсності є віддаленими, і лише в художньому тексті, у сприйнятті письменника, а отже, й читача, вони виявляються в єдиному семантичному просторі, народжуючи нові значення [6:82].

А. П. Коваль, характеризуючи функції порівнянь, зазначала: “З допомогою порівнянь відбувається зближення таких віддалених понять, як живе й неживе, як фізичне й психічне; порівняння може торкатись якості і кількості, емоцій і експресії, іншими словами, у порівнянні особливо виразно проявляє себе єдність процесів пізнання людиною світу [2:24]”.

Порівняння у мові, з одного боку, є засобом пізнання світу і, з іншого, – результатом цього пізнання, оформленим у вигляді компонентів тексту.

За структурою порівняння можуть бути *сполучникові* й *безсполучникові*. У досліджуваних художніх текстах переважають порівняння першого типу, присднувані сполучниками як, мов, мовби, немов, немовби, ніби, наче.