

2. Беляева М. А. Грамматика английского языка. – Режим доступа: [http://www.classes.ru/grammar/15.Grammatika\\_angliyskogo\\_yazyka/case\\_gender.html](http://www.classes.ru/grammar/15.Grammatika_angliyskogo_yazyka/case_gender.html)
3. Иванова И. П. Теоретическая грамматика современного английского языка: [Учебник] / И. П. Иванова, В. В. Бурлакова, Г. Г. Почепцов. — М.: Высш. школа, 1981. — 285 с.
4. Левицкий В.В. Основы германистики / Виктор Васильевич Левицкий. – Винница: НОВА КНИГА, 2006. – 528 с.
5. Расторгуева Т. А. История английского языка / Т. А. Расторгуева; Учебник – 2-е изд, стер. – М.: ООО «Издательство Астрель»:ООО «Издательство АСТ», 2003. – 348 с., [4] . – На англ. яз.
6. Смирницкий А. И. История английского языка / А. И. Смирницкий; (средний и новый период). [Курс лекций]. – М., 1965. – 136 с.
7. Смирницкий А. И. Морфология английского языка / А. И. Смирницкий. –М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1959. – 440 с.
8. Штелинг Д. А. О неоднородности грамматических категорий / Д. А. Штелинг // Вопросы языкознания. – 1959. - №1. – С.55-64.
9. Barber Ch. L. Early Modern English / Charles Laurence Barber. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 1997. – 280 p.
10. Farrar E. O. The History of the English Language / Emerson Oliver Farrar. – NY: Adamant Media Corporation, 2005. – 415 p.
11. Fennel A. B. A History of English: a sociolinguistic approach / Barbara A. Fennel. – MA: Blackwell Publisher, 2001. – 284 p.
12. Gorlach M. Introduction to Early Modern English / Manfred Gorlach. – Cambridge: Cambridge University Press, 1991. – 456 p.
13. Strang B. M. H. A History of English / Barbara M. Strang. – London: Methuen and Co Ltd, 1970. – 453 p.
14. Sweet H. A Short historical English Grammar / Henry Sweet. – Oxford: Clarendon Press, 1892. – 270 p.

#### СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

15. Akenside M. Hymn to Science. – Режим доступа: <http://rpo.library.utoronto.ca/poem/6.html>
16. Aphra B. The City Heiress. – Режим доступа: <http://etext.lib.virginia.edu/toc/modeng/public/BehCity.html>
17. Dryden J. Absalom and Achitophel. – Режим доступа: <http://rpo.library.utoronto.ca/poem/736.html>
18. Dryden J. Mac Flecknoe A Satire upon the True-blue Protestant Poet T.S. – Режим доступа: <http://rpo.library.utoronto.ca/poem/745.html>
19. Dryden J. The Third Satire of Juvenal. – Режим доступа: <http://rpo.library.utoronto.ca/poem/3894.html>
20. Fletcher P. The Purple Island. – Режим доступа: <http://rpo.library.utoronto.ca/poet/125.html>
21. Gammer Gurton's Needle. – Режим доступа: <http://etext.lib.virginia.edu/toc/modeng/public/AnoGamm.html>
22. John G. The Beggar's Opera. – Режим доступа: <http://etext.lib.virginia.edu/toc/modeng/public/GayBegg.html>
23. King Edward the Third. – Режим доступа: <http://etext.lib.virginia.edu/toc/modeng/public/AnoEdw3.html>
24. Marvell A. The Definition of Love. – Режим доступа: <http://rpo.library.utoronto.ca/poem/1377.html>
25. Puttenham G. The Arte of Poesie (1589). – Режим доступа: [http://rpo.library.utoronto.ca/display/display-prose.cfm?prosenum=17&subfile=puttenham\\_artofp\\_1.html](http://rpo.library.utoronto.ca/display/display-prose.cfm?prosenum=17&subfile=puttenham_artofp_1.html)

**Мороз А. В.**  
(Чернівці)

### **ДЕРИВАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НІМЕЦЬКОЇ ФАХОВОЇ МОВИ ТОРГІВЛІ**

*У статті йде мова про словотворчі особливості німецької фахової мови торгівлі. Автор описує різні класифікації способів термінотворення, досліджує найбільш поширені словотворчі типи даної фахової мови, характеризує та аналізує їх.*

*В статті йде мова про словообразовательні особливості німецького спеціального мови торгівлі. Автор описує різні класифікації способів термінообразовання, досліджує найбільш поширені словообразовательні типи даного спеціального мови, характеризує та аналізує їх.*

*The article deals with the derivational peculiarities of the German special trade language. The author describes different classifications of the word-formation's ways, investigates the most popular derivational types of the given special language, characterizes and analyses them.*

Інтеграція та взаємодія в процесі функціонування різних наук потребують посиленої уваги науковців до питань термінознавства, дослідження лінгвістичних та прагматичних аспектів термінології в різних сферах наукової діяльності. Проблеми становлення, семантики, деривації та тенденції розвитку термінологічних одиниць, фахової лексики вивчали як зарубіжні, так і українські дослідники, зокрема А.А.Реформатський, В.В.Виноградов, В.М.Лейчик, Г.О.Винокур, Б.Н.Головін,

Д.С.Лотте, Т.Л.Канделаки, Е.Ф.Скорородько, Т.Р.Кияк, В.А.Татарінов, С.Д.Шілов, Ю.Н.Марчук, Е.Жильбер, Й.Сміт, Ф.Дорнер, Т.І.Панько, Ф.А.Циткіна, Л.О.Симоненко. Основи вітчизняного лінгвістичного вчення про термін були закладені в ХХ столітті в працях радянських вчених.

Науково-технічна термінологія – це велика складова частина лексики, яка постійно розвивається. Доля термінів у лексичному складі мови стрімко зростає. Лінгвісти слушно зауважують, що термінологічна лексика надзвичайно поширена не лише в спеціальній науково-технічній літературі, активно функціонує в середовищі фахівців, вона все більше проникає в усне розмовне мовлення різних соціальних верств населення, в художню літературу, публіцистику. Тому цілком закономірно звертається пильна увага до термінів та терміносистем з боку лінгвістів, які розглядають термінологію як важливу частину лексики сучасної літературної мови.

Вивчення проблем термінології надзвичайно актуальне з кількох причин:

1) термінологія – головне джерело поповнення лексичного складу високорозвинених сучасних мов. Саме термінологія як частина природної людської мови – це найуніверсальніший засіб зберігання, передавання, оброблення інформації. Обсяги ж інформації зростають шаленими темпами: за даними науковців, зараз її обсяги подвоюються через кожні п'ять-сім років, що спричиняє так званий “термінологічний вибух” – появу великої кількості нових термінів;

2) наукове знання інтернаціональне за своєю природою. У сучасному світі відбуваються потужні інтеграційні процеси, які не оминають наукової сфери і висувають проблему міжнародної стандартизації термінів як основи для порозуміння між фахівцями різних країн;

3) кожна національна термінологія має низку специфічних проблем, зумовлених історично, відчуває гостру потребу у створенні національних термінологічних стандартів, термінологічних словників тощо.

Німецька фахова мова торгівлі внаслідок того, що торгівля в Німеччині перебуває у постійному русі та розвитку, характеризується прагненням до впорядкування та спрямування до стандартизації її термінологічних одиниць. Класифікація досліджуваних понять залежить значною мірою від процесу термінологічного словотворення – складного процесу, взаємопов'язаного з усіма лексикологічними явищами та ґрунтується на суспільній та науково-технічній обумовленості розвитку. У німецькій фаховій мові торгівлі терміни продукуються за давно усталеними моделями та законами.

Способи та засоби творення термінів розглядаються у працях багатьох учених-лінгвістів, проте, єдиної думки про словотвір термінів немає, тому дослідження дериваційних особливостей терміноодиниць актуальне та перспективне. Б.М.Головін вважає, що вони утворюються лише за двома шляхами – на основі “своїх” слів та запозичених з інших мов [1].

Мета даної статті – виявити особливості, основні типи, способи словотвору німецької фахової мови торгівлі. Словотворчі засоби грають значну роль у створенні зрозумілої внутрішньої форми терміна, яка служить засобом його професійної орієнтації [3, с.131].

Для словотворчої архітекτονіки термінологічних одиниць, а саме термінологічних одиниць торгівлі, характерні в цілому такі ж особливості, що й для загальноновживаної лексики.

Аналіз терміносистеми торгівлі показав, що найбільш поширеним словотворчим типом даної термінології виступає термін-словосполучення.

Для того, щоб нові терміни органічно увійшли до літературної мови, вони повинні відповідати архітектонічним особливостям відповідної мови (найперше це стосується афіксів, орфоєпії тощо).

Українські термінологи працюють над розв'язанням загальних проблем термінотворення, а саме: як позбутися перенасичених багатокомпонентних термінів, як досягти точності термінологічних одиниць на фоні оптимальної короткості та ін. Словотвірною досконалий термін повинен бути також пластичним – мати здатність до творення похідних термінів. Слід додати, що сьогодні окремі терміни зазнають перегляду і з погляду їх дериваційних можливостей. Тому дослідження дериваційних особливостей німецької фахової мови торгівлі перспективне та корисне тому, що одержані результати можна використати для нормалізації та стандартизації термінів української фахової мови торгівлі.

Термін-словосполучення – це граматичне поєднання двох чи більше слів, яке служить засобом номінації спеціальних понять і має відносно сталу дефініцію: *die Qualitätssicherung* – *управління якістю продукції*, *die Risikoreduktion* – *зменшення ризику*, *der Transitzoll* – *транзитне мито*, *spontane Nachfrage* – *спонтанний попит*, *inländische Güter* – *внутрішні товари*.

Існує багато різних класифікацій способів термінотворення: семантичний, морфологічний, морфолого-синтаксичний, синтаксичний. У даній роботі детальніше зупинимось на морфологічно-му способі (суфіксальне, префіксальне, префіксально-суфіксальне творення термінів) термінотво-

рення, оскільки він найбільш продуктивний для німецької фахової мови торгівлі.

Продуктивність морфологічного способу пояснюється тим, що у термінах утворених цим способом, закладені основи структурної систематизації, тобто однотипні способи словотвору характерні для позначень однотипних технічних понять.

За морфологічним способом творення новий термін формується на базі однієї чи кількох основ з допомогою словотворчих афіксів – суфіксів, префіксів, а також субстантивації.

Більшість термінів німецької фахової мови торгівлі, як показало дослідження структурних моделей, – це іменники, тому й закономірно для детального аналізу обрано саме цей спосіб термінотворення.

Для аналізу дериваційних відносин у досліджуваній фаховій мові взято 2255 термінів. Із них утворені суфіксальним способом 1319 термін, що становить 58,5 %. Отже, кількість суфіксальних словотворчих формантів, за допомогою яких утворюються терміни-іменники, досить значна. Суфікси, приєднуючись до різних основ, продукують терміни з новим лексичним значенням, що позначають певні поняття об'єктивної дійсності. Ступінь активності цих суфіксів неоднаковий. Найчастотніші суфікси, характерні для німецької фахової мови торгівлі, – *-ung*, *-e*, *-er*, *-el*, *-tion*, *-schaft*. Велика кількість саме цих суфіксів пояснюється тим, що кожен з них надає терміну певного відтінку у значенні. Суфікс *-ung* застосовується для творення назв різних дій, процесів, операцій, методів у торговельній діяльності, наприклад, *die Zahlung* – *платіж*, *die Kostensenkung* – *зниження витрат*, *die Handelsbeschränkung* – *торговельне обмеження*, *die Bewertung* – *оцінка*. Терміни із суфіксом *-e* означають види та назви товарів, форми оплат, предмети вжитку та ін., наприклад, *die Luxusware* – *предмет розкоші*, *die Anleihe* – *позика*, *die Strafe* – *штраф*, *die Zuwachsrate* – *темп росту дорожнечі*. Суфікс *-er* позначає виконавця певної дії, наприклад, *der Händler* – *торговець*, *der Vermittler* – *посередник*, *der Diensteanbieter* – *продавець послуг*, *der Besteller* – *замовник*. Кількісно мало представлені – *-ik*, *-keit*, *-heit*, *-ismus*, *-ist*, *-ion*, *-tät*, *-us*, *-um*, *-eur*, *-at*. Відсоткове відношення частотності використання даних суфіксів наведено у таблиці.

Таблиця 1

Відсоткове відношення частотності суфіксів німецької фахової мови торгівлі  
(всього утворено суфіксальним способом 1319 термін)

Суфікс	<i>-ung</i>	<i>-e</i>	<i>-er</i>	<i>-el</i>	<i>-tion</i>	<i>-schaft</i>
К-сть	297	279	145	119	73	42
%	22,5 %	21,2 %	11 %	9,1 %	5,5 %	3,2 %

27,5 % – це інші суфікси, які слугують для утворення термінів досліджуваної підмови. Різноманіття таких суфіксів дуже велике, але якщо проаналізувати кожен окремо, то у процентному відношенні це буде 3-1 %, або й менше.

Слід зауважити, що для продукування термінів прикметників німецької фахової мови торгівлі найчастотнішим виявився суфікс *-ig* (34 терміни), менш продуктивні – *-iv*, *-lich*, *-el*, *-isch*, *-är*, *-bar*, *-los*. З їхньою допомогою характеризуються торговельні операції, події, процеси, наприклад: *wertmäßig* – *вартісний*, *zahlungskräftig* – *платоспроможний*, *kurzfristig* – *короткостроковий*, *preisgünstig* – *вигідний*, *hochwertig* – *високоякісний*, а також *kostenlos* – *безкоштовний*, *defizitär* – *дефіцитний*, *einheimisch* – *вітчизняний*, *mangelhaft* – *бракований*, *lukrativ* – *прибутковий*.

Перш ніж перейти до характеристики префіксів фахової мови торгівлі, слід зауважити, що кожна морфема, в тому числі й префікс має широке категоріальне значення. Тому дослідження префіксів відбувається шляхом аналізу їх як складових компонентів похідних термінів та одночасно як самостійних семантичних структур.

За допомогою префіксації утворено 832 терміни з 2255 досліджуваних, що становить 36,9 %. Найтиповішими префіксами німецької фахової мови торгівлі виявилися *ver-*, *be-*, *ab-*, *ein-*, *aus-*, *er-*, наприклад: *der Vertrag* – *угода*, *die Verkaufsstelle* – *торгова точка*, *der Geldbetrag* – *сума грошей*, *der Austausch* – *обмін*, *der Absatz* – *збув*, *das Warenangebot* – *пропозиція товарів*, *der Einfuhrzoll* – *мито на ввіз*, *die Preiserhöhung* – *підвищення ціни*.

Частотність використання найбільш характерних префіксів для творення термінів досліджуваної підмови представлено у таблиці.

На інші префікси припадає лише незначна кількість термінів, які продукуються за їх допомогою *im-*, *auf-*, *zu-*, *vor-*, *ber-*, *unter-*, *nach-*, *mit-*, *ent-*, *gegen-*, *bei-*, *her-* та ін., наприклад: *das Entgelt* – *відшкодування*, *der Handelsüberschuss* – *торговельний надлишок*, *das Einzelhandelsunternehmen* – *підприємство роздрібною торгівлі*, *der Nachlass* – *знижка*, *der Zuwachs* – *приріст*, *der Umsatz* – *обіг*.

Відсоткове відношення частотності префіксів німецької фахової мови торгівлі  
(всього утворено префіксальним способом 832 терміни)

Префікс	ver-	be-	an-	ab-	ein-	aus-	er-
К-сть	192	86	68	64	64	62	50
%	23,1 %	10,3 %	8,2 %	7,7 %	7,7 %	7,5 %	6 %

Значна кількість термінів фахової мови торгівлі твориться за допомогою безафіксального способу – 460, що становить 20,4 %, наприклад: *der Wert* – *вартість*, *der Preis* – *ціна*, *die Kaufkraft* – *купівельна спроможність*, *das Exportgut* – *експортний товар*, *der Geldstrom* – *грошовий потік*.

Отже, провівши дослідження, доходимо висновку, що найбільш продукуючі суфікси даної підмови – *-ung* та *-e*, префікси – *ver-* та *be-*.

Терміни німецької фахової мови торгівлі – це здебільшого багатокомпонентні слова або терміни-композиції, які переважно складаються з двох, трьох, чотирьох основ. Із 2255 проаналізованих – 1249 (55,4 %) багатоосновних термінів. Серед них виявлено:

- 1024 (82 %) двоосновних термінів (*der Exportmotor* – *експортний двигун*, *der Preiskampf* – *цінова боротьба*, *der Nominalwert* – *номінальна вартість*, *das Warenangebot* – *пропозиція товарів*);

- 207 (16, 6 %) триосновних термінів (*der Großhandelsmarkt* – *ринок гуртової торгівлі*, *das Einzelhandelsunternehmen* – *підприємство роздрібною торгівлі*, *die Außenhandelsbilanz* – *зовнішньоторговельний баланс*);

- 18 (1,4 %) чотириосновних термінів (*der Lebensmitteleinzelhandel* – *роздрібна торгівля продовольчими товарами*, *die Bio-Supermarktkette* – *мережа біо-супермаркетів*, *die Mehrwertsteuerbefreiung* – *звільнення від податку на додану вартість*).

Отже, аналіз термінів-композицій свідчить, що вони утворюються здебільшого з двох основ, словотвірні моделі яких переважно іменник + іменник, прикметник + іменник.

Провівши дослідження дериваційних особливостей німецької фахової мови торгівлі, доходимо висновку, що морфологічний спосіб термінотворення найпродуктивніший. Це зумовлено насамперед тим, що він найбільш поширений і для загальноживаної мови, а як відомо фаховій мові торгівлі властивий дуже низький рівень абстрактності, оскільки для неї характерні незначна кількість фахових термінів та незв'язний синтаксис.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Головин Б.Н. Лингвистические основы учения о терминах / Б.Н.Головин, Р.Ю.Кобрин. – М. : Высшая школа, 1987. – 104 с.
2. Д'яков А.С. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти / А.С. Д'яков, Т.Р.Кияк, З.Б.Куделько. – К. : Academia, 2000. – 217 с.
3. Журавлева Т.А. Особенности терминологической номинации / Журавлева Т.А. – Донецк : АООТ Торговый дом „Донбасс“, 1998. – 253 с.
4. Кияк Т.Р. Ще раз про болючі точки українського термінотворення / Т.Р.Кияк // Українська термінологія і сучасність : збірн. наук. пр. – К. : КНЕУ, 2001. – Випуск IV. – С. 14-18.
5. Ларькова Л.Ф. Деякі структурно-семантичні особливості суфіксального утворення термінів іменників в сучасній німецькій мові / Л.Ф.Ларькова // Актуальні проблеми романо-германських мов та методики викладання іноземної мови. – К. : Вища школа, 1980. – С. 53-56.
6. Суперанская А.В. Общая терминология : Вопросы теории. – 3-е изд. стер. / А.В.Суперанская, Н.В.Подолянская, Н.В.Васильева. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 248 с.

Найдеш О. В.  
(Чернівці)

#### АНАЛІЗ ФОНОСЕМАНТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТЕКСТУ

У статті досліджуються фоносемантичні особливості тексту. Запропонований „мінорно / мажорний” поділ поетичних і прозових творів німецькомовної літератури слугує виявленню певних закономірностей уживання у тому чи іншому мотивному творі відповідних фонестемних рядів, що також сприяє посиленню мінорної чи мажорної тональності тексту.

В статті досліджуються фоносемантичні особливості тексту. Предложено „мінорно / мажорно” деление поэтических и прозаических произведений немецкоязычной литературы служит выявлению