

Висновок. Отже, вивчення ділової англійської мови, що сприяє формування комунікативної професійної компетенції, можливе за умови моделювання у навчальному процесі типових ситуацій реального спілкування, які виникають у різних сферах життя і стосуються різних тем. Тобто предметно-змістовна форма іншомовного мовлення студентів під час навчання зумовлюється темою, ситуацією і сферою спілкування, компонентом змісту навчання.

Література

1. Витвицкая Л. А. Компетентностный подход в университетском образовании / Л. А. Витвицкая // Вестник ОГУ. – 2011. – №11 (130). – С. 176-182.
2. Белл Д. Майбутнє постіндустріальне суспільство. Досвід соціального прогнозування / Д. Белл; Пер. з англ. під ред. В.Л. Іноземцева. – М., 2000.
3. Концепція викладання іноземних мов у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.philolog.univ.kiev.ua/student/2012/Conception1.pdf>.
4. Розвиток вищої освіти в контексті європейської інтеграції [Електронний ресурс]: сесія від 22–24 квітня 2013 р. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246288684&cat_id=244277212.
5. Реферат книги: Barnett, R. (ed.) The Future University: Ideas and Possibilities. — New York and London: Routledge, 2012. – 233p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://magazines.russ.ru/oz/2013/4/30y.html>

Максименко О.О.,
кандидат педагогічних наук,
доцент, заступник завідувача кафедри іноземних мов
фінансово-економічного факультету
Микал Т.А.,
старший викладач,
кафедра німецької мови
факультет міжнародної економіки і менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПРО МОРАЛЬНО-ЦІННІСНИЙ СКЛАДНИК У ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ

Анотація. У статті висвітлено особливості підготовки студентів-економістів до міжкультурної комунікації засобами морально-етичних цінностей німецькомовного суспільства. Розглянуто окремі позиції щодо оцінювання економічної діяльності в процесі розвитку економіки країни. Відповідно до тем, визначених програмою з іноземної мови, запропоновано перелік завдань, спрямованих на підготовку до міжкультурної комунікації з носіями мови.

Ключові слова: морально-ціннісна складова, міжкультурна комунікація, іноземна мова, студенти-економісти, економічна діяльність.

Abstract. The article deals with the peculiarities of economics students teaching for intercultural communication by the means of moral and ethical values of the German speaking society. Some ideas on the evaluation of the economic activity in the development of the country's economy are represented. According to the topics of the foreign language curriculum the list of the tasks aimed at the training for the intercultural communication with the native speakers are suggested for the practical use.

Key words: moral and valuable component, intercultural communication, foreign language, economics students, economic activity.

Постановка проблеми. Вихід України на європейські терени розширює її співпрацю з німецькомовними країнами, що висуває жорсткі вимоги до рівня іншомовної підготовки фахівців і в першу чергу економічної сфери, яка є найактивнішою у сучасному світі. Водночас чітко сформована діюча система морально-етичних засад суспільства Німеччини різко виріз-

няється на тлі численних економічних проблем України. Саме тому морально-ціннісний складник в опануванні німецької мови студентами-економістами має виключні важелі у міжкультурному спілкуванні з носіями мови.

Аналіз останніх джерел. Проблема морально-ціннісних засад економічної діяльності посідає одне з основних місць у житті суспільства Німеччини, що пояснює велику кількість досліджень німецьких учених, серед яких У. Хеммель (Ulrich Hemel), В. Корф (Wilhelm Korf), Х. Вайтенберг (Hansjörg Weitbrecht) та інші. Особливості морально-етичної підготовки в системі освіти розробляють Г. Швайцер (Gerd Schweizer), У. Мюллер (Ulrich Müller) і Т. Адам (Thomas Adam). Питання міжкультурної компетенції у сучасній економічній освіті порушують М. Міллінг (Marc Milling), Ш. Ратхе (Stefanie Rathje) та Ю. Болден (Jürgen Bolden).

Серед українських дослідників та науковців ґрунтовну розробку теоретичних та практичних аспектів міжкультурної комунікації в іншомовній освіті майбутніх економістів здійснили Т. Колбіна, С. Амеліна, О. Артюхова, Ю. Семенчук та інші. Міжкультурна компетенція студентів-економістів знайшла своє втілення у працях О. Зеліковської, О. Березовської, О. Нікітенко, Г. Чередніченко, Л. Короткої, О. Коваленко, Л. Халезової.

Виняткова увага вітчизняних науковців до англomовної підготовки студентів-економістів майже усуває з поля зору питання опанування німецької як першої мови. Ліпшим є стан речей для вивчення німецької як другої іноземної мови на факультетах міжнародної економіки. Це пояснює відведення на другий план досліджень особливостей навчання німецької мови в цілому та її складників зокрема і на інших спеціальностях економічних університетів.

Саме тому **метою статті** є висвітлення особливостей морально-ціннісної складової у підготовці студентів-економістів до міжкультурного спілкування німецькою мовою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Навчання мов за міжкультурним підходом визначається в Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти (ЗРМО) Ради Європи ключовим на сучасному етапі. Він покликаний забезпечити розвиток цілісної особистості, сприяння її самоусвідомленню через обізнаність про власну культуру та збагачення досвіду, розуміння відмінностей між іншими мовами та культурами [1, с. 1, 6]. Міжкультурний підхід передбачає виховання в індивідуума толерантності, сприяння порозумінню, налагодження співпраці та забезпечення мобільності не тільки на теренах Європи, а й світу. Багатомовний і багатокультурний контекст життя і професійної діяльності в європейській спільноті обумовлює його виняткову вагомість в опануванні іноземних мов і німецької зокрема.

Міжкультурне усвідомлення ґрунтується передусім на «знаннях» та розумінні зв'язків (подібних і відмінних рис) між «світом походження» і «світом спільноти, мову якої вивчаєш». Термін «міжкультурна свідомість» охоплює розуміння ширшого діапазону культур від наявного в тих, хто опановує мову. Це допомагає порівняти мови і культури в певному контексті, усвідомити, що являє собою одна спільнота порівняно з іншою. Згідно з ЗРМО навчання мов за міжкультурним підходом передбачає трансляцію таких міжкультурних вмінь та навичок:

- порівнювати рідну й іноземну культури;
- сприймати прояви інших культур і здатність визначити й використовувати різні стратегії для спілкування з їх представниками;
- виконувати роль посередника, тобто вміти пояснити особливості представникам рідної та іноземної культури;
- розв'язувати міжкультурні непорозуміння та конфліктні ситуації;
- запобігати проявам стереотипів у стосунках [1, с. 5, 103, 105].

У професійній економічній діяльності перераховані знання, свідомість, уміння і навички спираються безпосередньо на обізнаність щодо особливостей розуміння культури сфери діяльності, її історичних витоків та засад сучасності.

Варто нагадати, що німецька соціально-філософська традиція остаточно сформувалася в період Реформації. У Німеччині довго не існувало автономної від держави політичної економії як науки про господарче життя суспільства. Її роль виконувала специфічна прусська дисципліна про внутрішню політику, яка встановлювала принципи домінантного адміністративного управління економікою, що здійснюється Державою – *Polizeiwissenschaft*.

У сучасній німецькомовній соціальній думці розуміння господарства та індивіда господарювання конститується на ґрунті концепцій «соціального ринкового господарства», які пропонували модель убудованості ринку в соціальну та політичну структуру. Рішення щодо втілення в життя концепту «соціального ринкового господарства» виникло під впливом повоєнних соціальних та політичних обставин, що склалися у країні у ХХ ст. Виходячи з цього, були встановлені жорсткі межі у сфері соціальної політики, освіти, соціальної відповідально-

сті задля усунення негативних впливів ринкової економіки з метою гармонійного поєднання правового, економічного та соціально-культурних порядків.

Головними категоріями німецькомовної соціально-філософської думки на сучасному етапі залишаються «солідарність», «субсидіарність», «відповідальність», «легітимність», «узгодження», «порядок», «свобода», де остання розумілася як «свобода в умовах закону», а не інструмент зростання ефективності ринку [2].

Зазначимо, що з набуттям популярності підприємницької діяльності у морально-етичній проблематиці економіки Німеччини чітко розмежовується площина підприємницької етики (Unternehmensethik) та економічної етики (Wirtschaftsethik). Під підприємницькою етикою розуміють сферу етичних досліджень моральної легітимності підприємницької діяльності. Певною мірою підприємницька етика є етикою бізнесу, оскільки її дослідний інтерес зосереджується на питаннях управління підприємством, а саме на можливості реалізації моральних норм та ідеалів в умовах сучасної економіки на рівні підприємства. Проте у визначеннях етичних норм відбувається неприйняття англійського «Business Ethics», на користь терміну «підприємницька етика» – «Unternehmensethik» [2].

Пройшовши тривалий шлях розвитку під впливом суворого контролю з боку уряду та впливу церкви, суспільство Німеччини функціонує на міцних морально-ціннісних засадах, що і є запорукою успішної економіки країни. Важелі впливу в цьому питанні перейшли на рівень власне суспільства та освітньої системи, що можна прослідкувати, проаналізувавши сторінки Інтернету. Так, наприклад, працює сайт DNWE (Das Deutsche Netzwerk Wirtschaftsethik / Німецька мережа економічної етики, заснована у 1993 р.). Оскільки основним напрямом її діяльності є Економічна етика та Моральна економіка, на її основі відбуваються семінари для студентів-теологів і студентів-економістів. Вона виступає як посередник між практичною і науковою діяльністю в галузі економіки в німецькомовному просторі [3].

Іншим способом підтримки ціннісних орієнтацій в суспільстві є існування таких організацій як Institut zur Förderung ethischer und christlicher Werte in Wirtschaft und Gesellschaft / Інститут підтримки етичних і християнських цінностей в економіці та суспільстві, який висвітлює та популяризує основні засади функціонування німецькомовного суспільства та його реальності [4].

У суспільстві вважається, що фахівець який отримав пристойну освіту, але не має морального стрижня, може дуже легко потерпіти поразку на життєвому шляху. Враховуючи вагомість морально-ціннісного складника міжкультурної комунікації, в межах тематики програмного матеріалу з німецької мови («Економічні науки», «Товари», «Підприємства», «Правові форми підприємства», «Виробництво», «Фактори виробництва», «Ринок», «Маркетинг», «Маркетинг. Інструменти», «Реклама», «Торгівля», «Менеджмент», «Банки», «Гроші», «Біржі») пропонується вивчення розвитку морально-ціннісних засад економічної діяльності в Німеччині та порівняння з Україною у виконанні завдань.

Першим вбачаємо ознайомлення з особливостями економічного словника на етапі введення нових лексичних одиниць, наприклад, відтінки значення слова «потреби» у повсякденному житті не розрізняються. Але як економічний термін ця лексема має відмінності в значенні, серед яких:

- das Bedürfnis (die Bedürfnisse) – потреба, але її можна прирівняти до слова der Wunsch – бажання. (lebensnotwendige Bedürfnisse, Urbedürfnisse, Grundbedürfnisse, Existenzbedürfnisse, absolute Bedürfnisse, Kulturbedürfnisse, Luxusbedürfnisse, Individualbedürfnisse, Kollektivbedürfnisse);

- der Bedarf – потреба, конкретизоване бажання;

Якщо до конкретної потреби є і гроші, то людина стає купівельноспроможною. Вона вже може виступити у ролі покупця, але німецькою: der Nachfrager, утворене від die Nachfrage – попит, дослівно «той, хто має попит».

- das Bedürfnis – це відчуття людиною нестачі чого-небудь, пов'язане з прагненням усунути цю нестачу;

- das Gut – товар (die Güter). Це слово у повсякденному житті перекладається як «благо», «майно» та ін. Але як економічний термін німецькою – це товар. Sachgüter – (речові) товари, Konsumgüter – споживчі товари, Produktionsgüter – виробничі товари, Gebrauchsgüter – споживчі товари (багаторазового використання), Verbrauchsgüter – споживчі товари (одноразового використання), freie Güter – безкоштовні товари, wirtschaftliche Güter – економічні товари.

Наступним є короткі обговорення в групах та малих групах з висловлюванням узагальненої думки щодо висловлювань. Прикладами висловлювань можуть слугувати:

- Nicht die Politik ist das Schicksal, sondern die Wirtschaft.
Walther Rathenau (1867 – 1922)
- Jede Wirtschaft beruht auf dem Kredit-System, das heißt auf der irrtümlichen Annahme, der andere werde das geborgte Geld zurückzahlen.
Kurt Tucholsky (1890 – 1935)
- Steuern sind ein erlaubter Fall von Raub.
Thomas von Aquin (1224 – 1274)
- Wer nur um Gewinn kämpft, erntet nichts, wofür es sich lohnt zu leben.
Antoine de Saint-Exupéry (1900 – 1944)
- Wenn man einen Sumpf trocken legen will, darf nicht die Frösche beauftragen.
Mark Twain (1835 – 1910)
- Der Aufbau von Feindbildern ist die wirksame Methode zur Manipulation der Massen.
Thomas Pfitzer (geb. 1961)

Корисними будуть індивідуальні тлумачення висловлювань. Серед прикладів висловлювань згадаємо:

- Der edle Mensch schämt sich, wenn seine Worte ständig großartiger sind als seine Taten.
Konfuzius (551 – 479 v.Chr.)
- Beim Geld hört die Gemütlichkeit auf.
David Hansemann (1790 – 1864)
- Geh weg von dem Tore, denn du lernst nichts von ihm.
(Sprüche 14:7)
- Wer auf den Wind achtet, der sät nicht; und wer auf die Wolken sieht, der erntet nicht.
(Prediger 11:4)
- Wer viel verspricht und hält nicht, der ist wie Wolken und Wind ohne Regen.
(Sprüche 25:4).

Групові завдання з проблем етичної поведінки на прикладі висловлювань, серед яких:

- Aus dem Stein der Weisen macht der Dumme Schotter.
(Deutsches Sprichwort)
- An einem edlen Pferd schätzt man nicht seine Kraft, sondern seinen Charakter.
Konfuzius (um 500 v.Chr.)
- Man muss ernten, wenn die Bäume Früchte tragen.
(Sprichwort)
- Für augenblicklichen Gewinn verkaufe ich die Zukunft nicht.
Wern von Siemens (1816 – 1892).

Вагомості у цьому випадку набувають і життєві ситуації: «Die Welt der Wertpapiere war für mich alles, die Wirtschaftsseiten der Zeitungen und Zeitschriften habe ich praktisch wie ein Staubsauger aufgesogen und es gab kaum ein mir unbekanntes Unternehmen. ... Die Unkenntnis und Unfähigkeit der Behörden und der leichte Zugriff auf das Geld und die sich entwickelnde Gier hatten einen logischen Effekt: Ich griff in die Kassa. Nicht in die der Firma, sondern viel verwerflicher, in die der Kunden.» Дітмар Бюмер (Dietmar Böhmer) [3].

У подальшому з набуттям студентами певного рівня актуалізуються завдання, а саме:

- пошук і обговорення інформації з німецькомовних сайтів щодо економічних новин та подій в Україні та Німеччині, їх тлумачення у спільнотах;
- погляди науковців, практиків та експертів з економіки про події, поведінку, рецепти успішного бізнесу в Німеччині / Україні тощо;
- перегляд і обговорення епізодів та аналіз особливостей поведінки носіїв мови у різних бізнесових ситуаціях (відеоматеріали).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, морально-ціннісні орієнтири в економічній діяльності сучасного суспільства Німеччини є вагомим складником підготовки студентів-економістів до міжкультурної комунікації. Ознайомлення та засвоєння загальноприйнятих норм функціонування суспільства у сфері економіки має широкі можливості реалізації в межах програми з німецької мови та сприятиме успішній діяльності майбутніх економістів у німецькомовному середовищі.

Література

1. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. укр. видання доктор пед. наук, проф. С. Ю. Ніколаєва. – К. : Ленвіт, 2003. – 261 с.

2. Маслікова І.І. Основні етико-економічні проблеми та напрями в історії західноєвропейської філософської думки / І.І. Маслікова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка – К., 2005. – С. 23–30.

3. DASDEUTSCHENETZWERK.WIRTSCHAFTSETHIK. [Електронний ресурс].–Режим доступу : <http://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/fb2/c-systematische-theologie/christliche-sozialwissenschaften/gabriel/wirtschaftsethik.pdf> 4. Institut zur Forderung ethischer und christlicher Werte in Wirtschaft und Gesellschaft.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.wirtschaftsGott.com/ueber – Назва з екрана.

Малевиц Л.Д.,
кандидат філологічних наук,
доцент, завідувач кафедри українознавства
Національного університету водного
господарства та природокористування

ПРИНЦИПИ КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ГАЛУЗЕВІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Анотація. У статті запропоновано основні принципи класифікації запозичених найменувань у галузевій термінології. На матеріалі української термінології водного господарства проаналізовано групи термінів, виділені залежно від характеру процесу запозичання, мов-джерел запозичень, поширеності термінів серед інших мов, функційних особливостей іношомовних термінологічних одиниць.

Ключові слова: термін, термінологія, запозичення, класифікація запозичень.

Abstract. The article outlines the basic principles of classification of borrowed terms used in domain terminology. On the basis of Ukrainian terminology of water management terms are grouped according to the nature of the borrowing process, the source languages of borrowings, the prevalence of terms in other languages and the functional features of foreign terminological units.

Keywords: term, terminology, borrowing, borrowing classification.

Інтеграція української науки до світового науково-освітнього простору, потреба гармонізації національної термінології в умовах інтенсивної взаємодії різномовних терміносистем, той факт, що терміни виступають найвагомішою частиною запозичених найменувань у кожній розвиненій сучасній мові, зокрема й українській, закономірно зумовлюють актуальність дослідження процесів термінологічного запозичання.

Загалом запозичування термінів – багатоаспектний процес, пов'язаний і з кількісними, і з якісними змінами в кожній терміносистемі. У численних мовознавчих розвідках термінологічне запозичання оцінюють неоднозначно: як нормальну функцію лінгвістичного життя, один із шляхів збагачення словникового складу мови на основі наукових, економічних, культурних зв'язків між народами [8, с. 56; 9, с. 60; 11, с. 110], як недолік національних галузевих терміносистем [10, с. 15], як обов'язкову умову повноцінного функціонування і розвитку термінології [3, с. 119, 185–187; 14, с. 190; 15].

Важливо з'ясувати особливості номінативних процесів у галузі сучасної спеціальної лексики, виявити причини термінологічного запозичання, проаналізувати кількісні параметри використання терміноодиниць, побудованих на ґрунті власних словотвірних засобів і запозичених з інших мов, окреслити специфіку термінів-запозичень. Останнє тісно пов'язано з проблемою класифікації спеціальних найменувань, вироблення релевантних принципів поділу термінів на групи, що і є метою нашої статті.

Об'єкт дослідження – українська термінологія водного господарства, аналіз якої становить особливий інтерес, оскільки це сучасна макротерміносистема з давньою історією (перші писемні фіксації датовано XI століттям), яка активно розвивається сьогодні.

Терміни-запозичення становлять близько 5% усього корпусу номінативних одиниць сучасної термінології водного господарства. Така порівняно невелика кількість запозичень закономірна з огляду на давні витоки природно сформованої термінології, тривалий розвиток її в межах сільськогосподарської, яка зберігає історичні нашарування більшою мірою, ніж інші галузі словника і для якої загалом нехарактерне залучення елементів інших мов. Проникнення іношомовних лексем в українську термінологію відбувалося з неоднаковою інтенсивністю в різні періоди її становлення і розвитку, проте їх кількість неухильно зростала і продовжує активно зростати на сучасному етапі.