

## НАЦІОНАЛЬНО-СПЕЦИФІЧНІ ЕЛЕМЕНТИ СЕМАНТИКИ ФОЕК НІМЕЦЬКОЇ МОВИ У ПОРІВНЯННІ З АНГЛІЙСЬКОЮ, УКРАЇНСЬКОЮ І РОСІЙСЬКОЮ МОВАМИ

Вчені стверджують, що при переході з однієї мови на іншу можна досконало оволодіти вимовою, лексикою, граматиною, але, важко, майже, неможливо позбутися звичних семантичних зв'язків та асоціацій. У випадках, коли значення слів-відповідників у порівнюваних мовах збігаються, стверджувати про їх відповідність не завжди можна. У Гегеля читаємо: «Природі речей суперечить вимога, щоб слово мови якогось народу передавалось таким словом нашої мови, яке відповідало б йому у повній мірі. Слово нашої мови дає нам наше певне уявлення про відповідний предмет, а не уявлення іншого народу». Слово тисячами ниток зв'язане з літературними й культурними традиціями мови оригіналу. Воно живе в контексті даного речення, абзацу, твору, в контексті певного автора, в контексті всієї літератури, а можливо, і даної асоціації. Знання семантичних асоціацій і символіки слів та фразеологічних одиниць на позначення економічних понять (далі ФОЕК) дає студенту змогу виявити семантичний ореол слова чи ФОЕК та можливість вивчити його (її) реальне функціонування у певному соціумі. Слово, ФОЕК живе в контексті культури, тому в різних мовах вони можуть мати неоднакові семантичні асоціації. Наприклад, в українській, російській та англійській мовах лексема собака не виступає символом матеріальної бідності, як у німецькій мові: *auf den Hund kommen* (ugs.) — «збідніти, розоритися».

Неповторні національні асоціації слів чи ФОЕК входять до складу національно-культурного значення цих одиниць, але не фіксуються тлумачними та перекладними словниками. Ці асоціації поділяються на мотиваційні асоціації (внутрішня форма слова чи ФОЕК) та асоціації, викликані національно-культурним контекстом. Асоціації у семантичній структурі слова чи ФОЕК належать до периферії, однак вони є надто важливими для міжкультурного спілкування, оскільки часто стають причиною перешкод у міжкультурній комунікації. Якщо, наприклад, для німців, англійців, росіян українські лексеми *верба* (pussy-willow, die Weide), *тополя* (poplar, abele та die Pappel та варіанти die Pyramidenpappel,

die Silberpappel), *явір* (sycamore, maple, der Bergahorn) є нічим іншим як вид дерева, а *калина* (guelder rose, snow-ball-tree, gemeiner Schneeball, Schneeballstrauch, Wasserholunder) рослиною у вигляді куща, то для українців названі слова передають значно ширшу і глибшу інформацію, оскільки містять символічне значення. Про це свідчить український фольклор та поезія, в яких знаходимо: «не прийнялися три явори, Калина зів'яла», «Пишається калинонька, явір молодіє», «На городі верба рясна» та ін. Саме незнанням семантичних асоціацій пояснюється нерозуміння іноземцем багатства поезії та фольклору певного народу.

На семантику слова чи ФОЕК впливають різноманітні асоціації, а на асоціації — умови життя народу. Так, наприклад, слова *магазин* і *покупець* та їхні перекладні іншомовні відповідники дають різні асоціативні картини: «магазин — одноэтажное здание из бетона и стекла с надписью: «Магазин», в котором мало товаров и большая очередь раздраженных людей, ругающихся с продавцом»; «покупатель» — преимущественно женщина в очереди в магазин, с сумками, наполненными продуктами, раздраженная и уставшая». Тому сучасні комерсанти називають свої торговельні заклади шопами та маркетами. Тут ми бачимо не стільки схильність до епігонізму (з грецької мови *epigonos* — той, що повторює, послідовно наслідує чийсь ідеї) до всього західного (в чому ми їх іноді звинувачуємо), а тому, що вони не бажають, щоб разом з старою назвою тягнувся шлейф неприємних асоціацій.

Національні асоціації часто бувають специфічними і не піддаються логічній інтерпретації, а тим більше дослівному перекладу, який буде не зрозумілим для носія іншої культури та знищить своєрідність і національний компонент семантики, що викличе непорозуміння та стане перешкодою в міжкультурному спілкуванні, як, наприклад, дослівний переклад назви української пісні «Пісня про рушник» на російську мову «Песня о полотенце».

Ще яскравіші національні асоціації, разом з тим, і національно-мовні картини світу виявляються у словах-символах. Символ — це знак, зв'язок з референтом якого специфічно вмотивований сукупністю уявлень, асоціацій про предмет символічного позначення та про предмет первинного позначення; це словесний знак, семантика якого є результатом поєднання та переосмислення на асоціативному рівні його прямих, переносних, конотативних значень під специфічним впливом «культурного контексту». Слово-символ, на думку Ю. Лотмана, є своєрідним згорнутим текстом, що сконденсовано містить великі сюжети, закарбовані у пам'яті народу. Процес створення символу тісно пов'язаний з співвід-

ношенням у мовній одиниці денотативної та фонової інформації, причому фонова інформація переважає. Семантику символу можна розкрити лише у контексті світоглядної традиції певного соціуму, тому декодувати символ для носія іншої культури є надто важко, а іноді і неможливо, якщо фонова інформація втрачається. Символи є багатоплановими, багатовимірними, полісемантичними. Ця їх особливість дає можливість зближувати далеке, знаходити спільне в різному, осмислювати абстрактне через окремі ознаки конкретного. Символи можуть розходитися з узуальною мовною семантикою, їх важко перекласти з однієї мови на іншу, бо вони не мають чітко окресленого значення, а лише натякають на можливе їх розуміння, яке зумовлюється культурно-історичними чинниками. Надзвичайно важливу роль у розумінні символу відіграє загальнокультурний рівень, фонові знання реципієнта, які викликають у нього при сприйнятті слова ті чи інші асоціації. Через те, іноді, символ не правильно декодується носіями іншої культури. При перекладі символів не слід допускати буквалізму, а потрібно шукати рівнозначні замінники у мові перекладу.

Символіка ФОЕК буде близькою і, навіть, співпадати, якщо ФОЕК виникли на основі спостережень, як наприклад, у серії наступних одиниць, що передають поняття «зміцнити, поправити свій матеріальний стан» — *wieder auf den Beinen sein* (нім. м.) — *finds one's feet/legs* (англ. м.) — «стать на ноги» (рос. м.) і різну символіку, якщо їх поява обумовлена певними побутовими факторами, як у німецькій мові, наприклад, поняття «заборгувати» — *bei jmdm tief / hoch im Kreide stehen / sein / stecken* (дослів. переклад — стояти / бути глибоко / високо у крейді).

Відмінності у символах породжені особливостями побуту, традиціями, звичаями, віросповіданням, кліматом, географічним положенням країни тощо. Так, наприклад, поняття «робити марну роботу» німці виражають як: «*Wasser in ein / mit einem Sieb schöpfen*» (носити воду решетом), англійці як: «*to flog a dead horse*» (бити батоном мертвого коня) або «*to beat the air*» (бити повітря), українці — «товкти воду в ступі», росіяни — «толоць воду в ступе». Поняття «велика кількість грошей» у німецькій мові виражається *jmd schwimmt /erstickt/wühlt im Geld* (плавають/задиhaються/риються в грошах), а в англійській — «*one is rolling in money* (закутуються грошима)», «*to have money to burn* (палять гроші)», в українській мові — «грошей, хоч греблю гати», у росіян — «денег куры не клюют».

До ФОЕК з абсолютно національно-специфічними елементами семантики належать: «*ein alter Hase*» — «стріляний *горобець*»,

«auf der faulen Haut liegen» — «сидить на печи», *er weiss, wo das Gold im Rhein liegt* — про «надто розумну людину» (національно-специфічними є елементи р. Рейн та пряме значення всього комплексу, що містить натяк на міф про золото Нібелунгів «Песнь о Нибелунгах» та текст опери Р. Вагнера «Золото Рейна — Rheingold»), *ein Ritt über Bodensee* — «надто ризикована справа чи бізнес, про безпеку якого підприємець не здогадується».

Отже, викладений матеріал засвідчує, що в словах та ФОЕК зафіксовані фрагменти національного світогляду, через що вивчати такі мовні знаки потрібно у симбіозі з іншими знаковими системами культури (народними традиціями, фольклорними та мистецькими творами тощо). Разом з тим порушені тут питання акцентують на нагальній потребі ознайомлення тих, хто вивчає іноземну мову, з національними семантичними асоціаціями і символами, без знання яких міжкультурна комунікація не може бути ефективною. Зіставний аналіз німецьких, англійських, українських і російських фразеологічних одиниць різних тематичних груп показав їх схожість та відмінності. Схожість цих усталених знаків пояснюється смисловим співпадінням. З іншого боку, ФОЕК формуються із ознак, що є важливими для культурно-історичного розвитку того чи іншого народу, із своєрідного національного розуміння і категоризації довкілля. Такі ФОЕК мають національний характер, специфічний для кожного народу, оскільки вони відображають його етнічний побут, традиції, звичаї, географічне положення, клімат тощо.

Н. Л. Драб, доц.,  
І. М. Лобецька, викл.,  
кафедра іноземних мов факультету МЕІМ

### **ВИЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ ПРОДУКУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО СПРЯМОВАНОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ-ДОПОВІДІ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЇ-РЕКЛАМИ**

Розвиток міжнародних зв'язків, взаємопроникнення культур європейських країн, активне економічне співробітництво диктують необхідність звернутися до проблеми формування комунікативних умінь студентів старших курсів економічних ВНЗ України. На нашу думку, найважливішими комунікативними вміннями у бізнес-світі є вміння робити презентацію-доповідь (ПД) та презентацію-рекламу (ПР).