

І. І. Барнич,
старший викладач
(Львівська комерційна академія)

КОГНІТИВНИЙ ПІДХІД ДО ТРАКТУВАННЯ ТЕРМІНА (НА МАТЕРІАЛІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ В НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ)

У статті проаналізовано з позиції когнітивістики термін у німецькій та українській мовах. Простежено семантичний потенціал німецькомовного терміна у порівняльному аспекті. Розглянуто поняття "мова фахового спілкування" та "термінологія". Досліджено значення фінансово-економічного терміна у професійній комунікації. Описано рівні концепту як когнітивної одиниці. Проаналізовано терміни, завдяки яким здійснюється пізнання економічних процесів.

На зламі XX–XXI століть лінгвістика виходить на етап інтеграції галузевих наук. Так, у психології домінує напрям біхевіоризм, що приводить у лінгвістиці до зміни парадигми, "Kognitive Wende" (когнітивний поворот) [1: 14]. У мовознавстві виникає когнітивно-дискурсивна парадигма, яка виходить за межі лінгвістики в результаті інтеграції логіки, психології та комп'ютерної науки.

Новий етап у теорії еволюції терміна пов'язаний з когнітивним підходом. Значний внесок у дослідження цієї проблеми зробили О. І. Голованова, М. Н. Володіна, В. М. Лейчик, В. Ф. Новодранова, Е. Ф. Скороходько, Р. Арнтц, Г. Будін, М. Гундт, Л. Гоффманн, М. Шварц, П. Зандріні та інші.

Мета статті – дослідити в когнітивному та порівняльному аспектах фінансово-економічні терміни в сучасній німецькій та українській мовах.

Ще з глибокої давнини вважалося, що людське мислення тісно пов'язане з мовою. Зокрема, когнітивний підхід до вивчення мовних одиниць знаходимо в науковій спадщині В. Гумбольдта та О. О. Потєбні. Так, В. Гумбольдт писав: "У залежності думки і слова виявляється те, що мова є не лише засобом вираження вже пізної істини, а більш того, є засобом відкриття раніше невідомої. Відмінність їх полягає не лише у звуках та знаках, але й у самому світосприйнятті" [2: 27]. О. О. Потєбня зазначає, що мова є посередником між пізнаним і тим, що пізнається, а "сама форма існування мови є діяльністю, скерованою на пізнання світу і самої людини, діяльністю, яка накопичує і постійно розвиває світогляд...", тобто здійснюється зв'язок людини з навколишнім світом [3: 171].

З розвитком когнітивної науки з'явився новий підхід не тільки до вивчення мови, але й до її окремих аспектів. Так, О. С. Кубрякова і М. Шварц зазначають, що когнітивна лінгвістика має вже третє покоління когнітологів. М. Шварц підкреслює: "Когнітивна лінгвістика як дисципліна має великий потенціал, який на цей час не використовують у повному обсязі" [4: 105].

За О. С. Кубряковою, "мову починають вивчати не тільки як унікальний об'єкт, але як засіб доступу до всіх ментальних процесів, які відбуваються в голові людини, визначають його власне буття і діяльність у суспільстві" [5: 9].

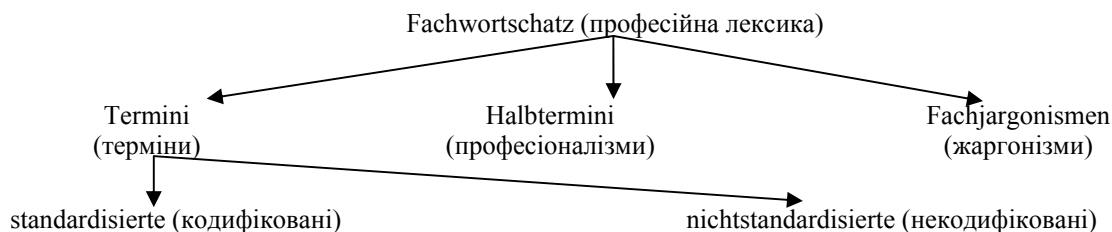
Термінологічна лексика, яка є складовою частиною будь-якої загальнонавчаної мови, забезпечує взаєморозуміння між носіями спеціальних галузей наук. Термінологія і вчення про терміни пройшли два етапи – докогнітивний та когнітивно-дискурсивний. Якщо в 30-50 роках XX століття об'єктом лінгвістичної науки був сам термін, то в 70-90 роках термінологія сформувалась уже як наука, що визначила місце і функцію терміна, створила його теоретичну базу, метамову та методологію.

Наука, використовуючи загальнонавчані слова, наповнює їх науковим змістом. У такий спосіб розвивається термінологія як складова частина фахової мови. Професійна комунікація – це мовна комунікація, яка наповнена фаховими термінами. Комунікація, насамперед, передбачає комунікативний менеджмент (Kommunikationsmanagement), завдяки якому в учасників процесу спілкування здійснюється зв'язок між центральною нервовою системою комуніканта й навколишньою дійсністю. Когнітивісти розглядають навколишній світ як соціальну, емоційну, духовну, традиційну, ритуальну, імперативну будову.

Таким чином, професійна комунікація, на думку Л. Гоффманна – це внутрішньо й зовнішньо мотивована мовленнєва діяльність, яка спрямована на професійні дії та когнітивні процеси, що приводять до зміни знань фахівців [6: 2: 614].

За своїм складом мова професійної комунікації не є однорідною і складається з термінів, професіоналізмів, професійних жаргонізмів тощо. В. Шмідт відобразив професійну лексику в такій таблиці:

Таблиця 1.



Учений вважає, що термін – це фахове слово, яке має свою дефініцію. Слова "standardisierte" та "nichtstandardisierte Termini" означають уніфіковані та неуніфіковані терміни. Відповідно термін "Halbtermini" – це фахові некодифіковані слова й вирази, а також професіоналізми. Термін "Fachjargonismen" – це експресивно забарвлені слова та словосполучення, які відображають предмети та явища відповідної галузі знань.

Звернімо увагу на те, що термін "Terminologie" (термінологія) часто вживається як синонім до терміна "Fachsprache" (мова професійного спілкування). Проте деякі лінгвісти все ж розрізняють терміни "Terminologie" і "Fachsprache". Щодо терміну "Fachsprache", то існує ціла низка його визначень. Одне з найвідоміших належить Л. Гоффманну: "Мова професійного спілкування – це сукупність усіх мовних засобів, які використовують в обмеженій комунікативній сфері для взаєморозуміння комунікантів спеціальної галузі" [7: 53].

У словнику "Linguistisches Wörterbuch Lewandowski" подано таке визначення термінології: "Термінологія як система термінів наукової, а саме фахової мови, становить основу професійної лексики. Термінологія – це словниковий склад, специфічна лексика наукової сфери" [8: 1151]. У словнику також зазначено, що термін – це спеціальне слово або словосполучення, що має одне значення, не залежить від контексту та може вживатися ізольовано [8: 79-800].

Якщо основним елементом дослідження термінології є термін, то, на думку Л. Гоффманна, професійна комунікація зосереджена на "системі знань і когнітивних процесах", які відображаються в концептах. Концепт як когнітивний елемент є стрижневим у процесі комунікації. За теорією когнітивістики, будь-який акт комунікації складається з концептів, які вступають у зв'язок один з одним і утворюють певну структуру в тексті.

На рівні концепту як когнітивної одиниці розрізняють три рівні: когніція, комунікація й мова. Кожен рівень має свої основні елементи (див. таблицю 2).

Таблиця 2.

когніція	комунікація	мова
концепт	(понятійний) знак	термін
система концептів	мовленнєвий акт	речення, текст

Таблиця засвідчує, що на рівні когніції концепт є основним елементом, який у процесі комунікації виражається понятійним знаком. Комунікація може бути реалізована завдяки різним семіотичним знакам, які в мовленні передаються терміном. Система концептів на когнітивному рівні в межах комунікації відображається мовленнєвим актом, а на рівні мови – граматично побудованим реченням або текстом.

За підрахунками Е. Ф. Скороходька, 30-40 % слів і словосполучень, які вживаються в науковому дискурсі, є термінами. Термін вважають головним носієм поняття конкретної галузі знань і наукової дисципліни. Вчений вважає, що науковим терміном може бути слово або усталене словосполучення, яке виражає спеціальне поняття науки, техніки, іншої галузі людської діяльності та має дефініцію, яка розкриває ознаки цього поняття, що є релевантними саме для цієї галузі [9].

Науковий термін є неоднорідною одиницею, тому необхідно розрізняти типи термінів, звертати увагу на їхні системо- та текстозумовлені характеристики, які визначаються функцією терміна в системі мови та в конкретному тексті [10: 12]. До системо- та текстозумовлених характеристик терміна належать когнітивна вартість (кількість безпосередніх та опосередкованих семантичних дериватів), інформаційна насиченість (кількість безпосередніх та опосередкованих семантичних складників).

За нашими спостереженнями, фінансово-економічні терміни з потужним когнітивним потенціалом мають широку сферу функціонування, відомі не лише фахівцям певної галузі, але й широкому загалу, наприклад: (укр.) – аванс, акредитив, баланс, бартер, моніторинг, олігополія, опціон, ордер, орендар, пеня, прайс-лист; (нім.) – die Devisen, das Kartell, die Parität, die Reklamation, die Reserve, der Transfer. Терміни з таким потенціалом зафіксовані у словниках, і вони виражають конкретні категоріальні поняття певної галузі або дисципліни. Такі терміни відіграють важливу роль у формуванні терміносистеми.

Фінансово-економічні терміни з незначним когнітивним потенціалом виражають вузькоспеціальні маловживані поняття, наприклад: (укр.) – баратрія, бонд, конверсія, коносамент, консоль, сенато, жиробанк, low-cost-авіакомпанія; (нім.) – das Agio, die Fluktuation, das Manko, das Obligo, die Rendite, der Storno, bankrott, online-Markt, online-Wertpapierhandel, dealen, bullisch. Такі фінансово-економічні терміни є інформаційно насиченими, проте не всі вони в українській і німецькій мовах кодифіковані. У науковому тексті зазначені терміни мають особливий статус, оскільки передають нову, не завжди відому читачеві інформацію. Однак у текстах такі терміни відіграють роль інформативних маркерів, головна функція яких – інформаційна. Інформативні маркери у фахових текстах переконують, застерігають, зацікавлюють тощо. Особливо емоційними є терміни у текстах, які стосуються біржі, реклами, страхування, оподаткування.

Історія виникнення терміна відображає результат практичної діяльності комуніканта, його досвід та процес мислення. Термін також відтворює сферу інтелектуально-організованої соціальної дійсності, передає інформацію про певну частину світу. За словами М. Володіної, "відображаючи спеціальне поняття, термін стає носієм фрагменту інформації, який має свою цінність в особливій понятійній системі, і в цьому сенсі термін відображає особливу когнітивну-інформаційну структуру, в якій акумулюється виражене в конкретній мовній формі професійно-наукове знання накопичене людством за весь період його існування" [11: 30].

На нашу думку, фінансово-економічні терміни є продуктом когнітивної діяльності, завдяки якій носії мови і фахівці пізнають економіку загалом. Тільки з появою когнітивістики інформаційне наповнення терміна дає

змогу провести чітко розмежування між спеціальними і неспеціальними знаннями про предмет. Так, термін *банк* (*die Bank*) у професійно-науковому значенні – це "кредитно-фінансова установа, що зосереджує вільні кошти, надає їх у строкове користування у формі кредитів, стає посередником у взаємних виплатах і розрахунках між підприємствами" [12: 93]. У розмовній мові цей термін є загальнозрозумілим і означає "заклад, де зберігаються гроші і який видає кредити". Отже, він містить поняття, пов'язані з економікою: *кошти* (*das Geldmittel*), *кредит* (*der Kredit*), *виплати* (*die Auszahlungen*), *розрахунки* (*die Abrechnungen*), *підприємства* (*die Unternehmen*).

Термін *ринок* (*der Markt*) у своїй когнітивній структурі містить такі концепти: *обмін* (*der Austausch*), *господарська діяльність* (*die Wirtschaftstätigkeit*), *товар* (*die Ware*), *послуги* (*die Dienstleistungen*), *виробник* (*der Hersteller*), *споживач* (*der Verbraucher*). Усі вони є складниками *ринкового механізму*, який містить такі концепти: *попит* (*die Nachfrage*), *пропозиція* (*das Angebot*) і *ціна* (*der Preis*). Таким чином, інформаційна структура терміна *ринок* крізь призму когніції полягає в тому, що термін стосується спеціалізованої галузі знань. Завдяки смисловій інформації, акумульованій у термінах *банк* та *ринок*, здійснюється процес пізнання економічних процесів.

На наш погляд, фінансово-економічний термін реалізує свою когнітивну та комунікативну функції як у практичній, так і в науковій сферах. Він забезпечує взаєморозуміння між представниками різних галузей знань, стимулює людину до отримання знань та набуття досвіду в галузі економіки. Практична комунікація здійснюється на біржі (*die Börse*), в банках (*die Bank*), в страхових і консалтингових компаніях (*der Versicherungsverein und der Consultingsverein*), у податковій системі (*das Steuersystem*), в торгівлі (*der Handel*), на підприємствах народного господарства (*der Betrieb*) тощо. Наукова комунікація відбувається в різних галузях економічних наук, наукових школах і напрямках.

Отже, з плином часу термінологія перетворилася на "трансдисциплінарну та міжгалузеву науку" [13: 2], а когнітивне термінознавство займається дослідженням терміна та мови професійного спілкування.

Стверджуємо, що фінансово-економічні терміни фіксують і відображають результати професійного мислення, досвіду, практичної та теоретичної діяльності людини. У професійній сфері терміни набувають ознак системності, проявляють свої конститутивні властивості та виконують інші функції. Тобто, "термін – це слово або словосполучення, яке має професійне значення, відображає і формує професійне поняття..." [14: 264].

Таким чином, можна зробити такі висновки:

- 1) терміни виникають у результаті взаємодії когніції та комунікації в професійному спілкуванні;
- 2) фінансово-економічні терміни відображають спеціальні поняття;
- 3) терміни як мовне вираження спеціальних понять є особливим способом репрезентації знань. Інформація, яка зосереджена в терміні, фіксується в понятійному уявленні носія мови і вводиться в мовну свідомість;
- 4) когніція терміна полягає в тому, що людина отримує інформацію, яка акумулюється в терміні протягом певного часу. Вона допомагає усвідомити соціально-історичні події, уявити процес формування терміносистем і професійно-наукових знань загалом;
- 5) когнітивний підхід дає змогу зрозуміти, яким чином відбувається пізнання і сприйняття термінологічної варіативності фахових термінів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik / M. Schwarz. – Tübingen ; Basel : Francke, 1996. – 235 s.
2. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1984. – 400 с.
3. Потебня А. А. Эстетика и поэтика / А. А. Потебня. – М. : Высшая школа, 1976. – 614 с.
4. Schwarz-Friesel M. Zum Status externer Evidenz in der Kognitiven Linguistik / M. Schwarz-Friesel // In Sprachtheorie und germanistische Linguistik. – 2009. – S. 103–125.
5. Кубрякова Е. С. Язык и знания : На пути получения знаний о языке : Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
6. Hoffmann L. Fachwissen und Fachkommunikation. Zur Dialektik von Systematik und Linearität in den Fachsprachen / L. Hoffmann // In Bungarten, Frachsprachentheorie. Band 2 Tostedt : Attikon. – 1993. – S. 595–617.
7. Hoffmann L. Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung / L. Hoffmann. – Berlin : Akademie-Verlag, 1984. – 53 s.
8. Lewandowski T. Linguistisches Wörterbuch (in 3 B.) / T. Lewandowski. – Heidelberg / Wiesbaden : Quelle und Meyer, 1994. – 1287 s.
9. Скороходько Е. Ф. Сучасна англійська термінологія / Е. Ф. Скороходько. – К. : УІЛМ, 2002. – 70 с.
10. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміноцентричної теорії наукового дискурсу) : [монографія] / Е. Ф. Скороходько. – К. : Логос, 2002. – 99 с.
11. Володина М. Н. Когнитивно-информационная природа термина (на материале терминологии средств массовой информации) / М. Н. Володина. – М. : МГУ им. Ломоносова ; Филолог. фак.-т., 2000. – 128 с.
12. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.
13. Picht H. Terminologie – ein trans-und interdisziplinäres Wissensgebiet. Die Entwicklung nach Eugen Wüster / H. Picht // Fachsprache. – 1993. – № 2. – S. 2–18.
14. Березин Ф. М. Общее языкознание / Ф. М. Березин, Б. Н. Головин. – М. : Просвещение, 1979. – 416 с.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik / M. Schwarz. – Tübingen ; Basel : Francke, 1996. – 235 s.
2. Humboldt V. fon. Izbrannyye trudy po yazykoznaniiu [Selected Writings on Linguistics] / V. fon Humboldt. – M. : Progress, 1984. – 400 s.

3. Potebnia A. A. Estetika i poetika [Aesthetics and Poetics] / A. A. Potebnia. – М. : Vyshchaia shkola, 1976. – 614 s.
4. Schwarz-Friesel M. Zum Status externer Evidenz in der Kognitiven Linguistik / M. Schwarz-Friesel // In Sprachtheorie und germanistische Linguistik. – 2009. – S. 103–125.
5. Kubriakova E. S. Yazyk i znaniia : Na puti polucheniia znaniia o yazyke : Chasti rechi s kognitivnoi tochki zreniia. Rol' yazyka v poznanii mira [Language and Knowledge : On the Way of Learning about Language : Parts of Speech from the Cognitive Point of View. A Role of Language in the World Research] / E. S. Kubriakova. – М. : Yazyki slavianskoi kul'tury, 2004. – 560 s.
6. Hoffmann L. Fachwissen und Fachkommunikation. Zur Dialektik von Systematik und Linearität in den Fachsprachen / L. Hoffmann // In Bungarten, Frachsprachentheorie. Band 2 Tostedt : Attikon. – 1993. – S. 595–617.
7. Hoffmann L. Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung / L. Hoffmann. – Berlin : Akademie-Verlag, 1984. – 53 s.
8. Lewandowski T. Linguistisches Wörterbuch (in 3 B.) / T. Lewandowski. – Heidelberg / Wiesbaden : Quelle und Meyer, 1994. – 1287 s.
9. Skorokhod'ko E. F. Suchasna angliis'ka terminologiiia [Modern English Terminology] / E. F. Skorokhod'ko. – К. : UILM, 2002. – 70 s.
10. Skorokhod'ko E. F. Termin u naukovomu teksti (do stvorennia terminotsentrychnoi teorii naukovogo dyskursu) [A Term in the Scientific Text (According to the Creation of Scientific Discourse Terminological Theory) : [monografiia] / E. F. Skorokhod'ko. – К. : Logos, 2002. – 99 s.
11. Volodina M. N. Kognitivno-informatsionnaia priroda termina (na materiale terminologii sredstv massovoi informatsii) [Cognitive-Informational Nature of the Term (on the Material of Mass Media Terminology)] / M. N. Volodina. – М. : MGU im. Lomonosova ; filolog. fak.-t., 2000. – 128 s.
12. Zagorodnii A. G. Finansovo-ekonomichnyi slovnyk [Financial-Economic Dictionary] / A. G. Zagorodnii, G. L. Vozniuk. – К. : Znannia, 2007. – 1072 s.
13. Picht H. Terminologie – ein trans-und interdisziplinäres Wissensgebiet. Die Entwicklung nach Eugen Wüster / H. Picht // Fachsprache. – 1993. – № 2 – S. 2–18.
14. Berezin F. M. Obshchee yazykoznanie [General Linguistics] / F. M. Berezin, B. N. Golovin. – М. : Prosveshchenie, 1979. – 416 s.

Матеріал надійшов до редакції 18.05. 2012 р.

Барнич И. И. Когнитивный подход к трактовке термина (на материале финансово-экономической сферы в немецком и украинском языках).

В статье проанализирован термин из позиции когнитивистики в немецком и украинском языках. Прослежен семантический потенциал немецкоязычного термина в сравнительном аспекте. Рассмотрены понятия "язык профессиональной коммуникации" и "терминология". Исследуется значение финансово-экономического термина в профессиональной коммуникации. Описаны уровни концепта как когнитивной единицы. Проанализированы термины, благодаря которым происходит познание экономических процессов.

Barnych I. I. The Cognitive Approach to Interpreting the Term (on the Basis of the Financial-Economic Sphere in the German and Ukrainian Languages).

The article analyzes a term from the position of cognitive approach in the German and Ukrainian languages. The semantic potential of the German term is traced in the comparative aspect. The concepts "language for specific purposes" and "terminology" are shown. The value of the financial-economic term in the professional communication is researched. The levels of concept as a cognitive unit are described. The terms, according to which the recognition of the economic process takes place, are analyzed.