

Характеристика способу буття (СМЕРТЬ є/існує ТАК) представлена іменниками та прикметниками, які вказують на те, що смерть є чимось страшним та невартим: “*Death seemed a poor recompense for his efforts*”; “*Death... like horror*”. **ДЕЩО (DEATH) є/існує ТАК (a poor recompense, horror).**

Характеристика способу буття (ЖИТТЯ є/існує ТАК) представлена іменниками та прикметниками, значення яких вказують на те, що життя може бути одночасно і гарним – ‘splendor’ (*beautiful and impressive features of something*) – “... a life of splendor”, і, навпаки, незаможним – ‘beggars’ (*poor person*) – “*Even if we lived as beggars in Paris!*”. **ДЕЩО (LIFE) є/існує ТАК (splendor, as beggars).**

Отже, можна зробити висновок, що концепти “DEATH” та “LIFE” досить розгорнуто та всебічно можна представити за допомогою фреймової моделі. Наповнення слотів цих концептів маж спільні та різні лексеми. Певні вербалізатори притаманні лише одному з концептів, але є і такі, демонструють схожі ознаки для обох концептів.

Список літератури

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Школа "ЯРК", 1999. – 896 с.
2. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика : курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во ТамГУ, 2001. – 123 с.
3. Жаботинская С.А. Концепт / домен : матричная и сетевая модели / С.А. Жаботинская // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 168. – Т. 1. – С. 254–259.
4. Пименова М. В. Типы концептов / М. В. Пименов // Ментальность и язык : коллективная монография : [отв. ред. М. В. Пименова]. – Кемерово : КемГУ, 2004. – 265 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2008. – 712 с.
6. Fillmore, Ch. The case for case // Universals in linguistic theory. – New York, 1968. – P.1–88.

**Л. Сандій
(Тернопіль)**

АНГЛОМОВНА АКТУАЛІЗАЦІЯ НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ ДОКТРИН

В статті проаналізовано соціолінгвальні аспекти англійських лексико-фразеологічних інновацій, що актуалізують нові економічні доктрини. Виявлено кореляцію неологізмів з відповідною соціокультурною інформацією й охарактеризовано специфіку вербальної репрезентації нових концепцій в економіці.

Ключові слова: актуалізація, вербальна репрезентація, неонімінація, соціолінгвальний аспект.

В статье проанализированы социолингвальные аспекты лексико-фразеологических инноваций, актуализирующих новые экономические доктрины. Выявлена корреляция неологизмов с соответствующей социокультурной информацией и охарактеризована специфика вербальной репрезентации новых концепций в экономике.

Ключевые слова: актуализация, вербальная репрезентация, неониминация, социолингвальный аспект.

The article analyzes socio-lingual aspects of English lexical and phraseological innovations that actualize new economic doctrines. It also defines the correlation between neologisms and corresponding socio-cultural information and describes characteristic features of verbal representation of new conceptions in economy.

The results of the undertaken research show that some quasi-synonyms (economy, economics, capitalism) or their clipped forms (mostly the formant -nomics) are actively involved in the verbalization of modern economic doctrines, models and trends. Considering the fact that neologisms (neolexemes and neophrases) which are formed on the basis of the quasi-synonymic terms denote specific concepts, they reflect hierarchical hyper-hyponymic relations.

The sociolinguistic analysis of the neologisms relevant to new economic doctrines proves that the multiplicity of ideas and trends in today's economy are predominantly secondary nominations formed on the basis of both common names (experience economy, greenomics, handicapitalism) and proper nouns (Enronomics, Goldilocks economy, Obamanomic). The structural-semantic analysis of new nominative units enables to distinguish specific characteristics of word-formation, semantic neomination and phraseological neomination.

A thorough analysis of the interdependency between socio-lingual and lingual (structural-semantic) parameters of English lexical and phraseological innovations that actualize new economic doctrines provides support for the hypothesis of the existence of a multidimensional correlation between processes of neomination in the English language and key factors in forming a new economic paradigm.

Key words: actualization, verbal representation, neomination, socio-lingual aspect.

Характерними рисами постіндустріальної економіки є аксіологічний плюралізм, перегляд традиційних світоглядних орієнтирів і норм, гетерогенність. Наявність неоднорідних, подекуди гранично протилежних, явищ та їхніх інтерпретацій сприяє появі численної групи англійських неологізмів, котрі вербалізують нові економічні доктрини, моделі і концепції.

У сучасних мовознавчих студіях існують ґрунтовні напрацювання вітчизняних і зарубіжних лінгвістів, присвячені висвітленню актуальних питань англійської неології [1; 3; 4; 5; 7; 8]. Однак дослідження кола питань, котрі стосуються соціокультурних параметрів новостворених мовних засобів в англійській мові сфери економіки, дотепер залишається актуальним. З огляду на вищезазначене, **метою** наукової розвідки є аналіз соціолінгвальних аспектів вербальної репрезентації реалій, співвіднесених з новими економічними доктринами. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- виокремити та систематизувати лексичні й фразеологічні одиниці, що репрезентують нові економічні доктрини;
- встановити кореляцію між інтралінгвальними та екстралінгвальними чинниками формування новотворів;
- охарактеризувати специфіку вербальної репрезентації нових економічних доктрин.

Розпочати варто з розгляду телескопійних найменувань, що утворилися в результаті дії механізму аналогії і залучення форманта *-nomics* (усічення лексеми *economics*), який позначає „економічну політику; економічний аспект діяльності”. Слід нагадати, що „уламок” *-nomics* спочатку використовувався винятково у складі відантропонімних дериватів. Проте в сучасному словнику англійської мови в структурних моделях телескопізмів зі словотворчим елементом *-nomics* трапляються і пропріальні одиниці, і загальні назви.

Проаналізуємо первинно авторські неологізми, котрі в останні роки використовуються у мові ЗМІ для найменування економічних стратегій окремих політичних лідерів, а саме: *Bushonomics*, *Clintonomics*, *Kerrynomics*, *Manmohanomics*, *MBnomics*, *Merkelnomics*, *Obamanomics*, *Putinomics*, *Rubinomics*, *Sarconomics*, *Thaksinomics*. У наведених телескопізмах до словотвору залучаються не лише антропоніми-прізвища (*Bush*, *Merkel*, *Obama*, *Sarkozy*, *Putin*), що стало вже типовим, а й імена державних діячів *Thaksinomics* (*Taksin Shinawatra*) „економічний курс прем'єр-міністра Таїланду Таксіна Шинаватри”, *Manmohanomics* (*Manmohan Singh*) „економічна політика індійського лідера Манмохана Сінгха” чи навіть ініціали, як у лексемі *MBnomics* (*Lee Myung-bak* + *economics*) „макроекономічна політика південнокорейського президента Лі Мін Бака”.

На наш погляд, існує кілька причин, чому така інноваційна лексика рідко фіксується у лексикографічних джерелах. По-перше, популярність політичних діячів є мінливою, а отже, більшість назв, утворених із використанням антропонімів, швидко втрачає актуальність. По-друге, ставлення мовців до тієї чи іншої економічної доктрини зазвичай підтверджується лише контекстуально. Адже, як слушно зауважує Ю.Є. Калугіна, власні назви „неспроможні” надавати якісну змістову характеристику номінованим поняттям [6, с 59]. Тому без вивчення контексту й етимології нових слів-гібридів, одним з компонентів яких є ономастична реалія, їхня семантика залишається прихованою.

Дещо інше походження має лексема *Enronomics* (*Enron* + *economics*) „економічна стратегія, що спирається на бухгалтерські маніпуляції”, оскільки для неї твірною одиницею слугує не антропонім, а ергонім, тобто власна назва ділового об'єднання людей. Привертає увагу дериваційний потенціал ономастичної реалії *Enron*, яка, набуваючи типізованого значення, бере участь у створенні цілої низки похідних неонімацій з оцінною конотативною складовою семантики (*Enronitis*, *Enronic*, *Enronian*, *Enronista*, *Enronism*, *to Enron*, *to Enronize*, *Enronish*). Таким чином, скандал навколо енергетичного концерну „Енрон” перетворив пропріатив *Enron* у символ корпоративної злочинності та фінансових махінацій.

У ряді неологізмів з формантом *-nomics* другим компонентом слугують не власні, а загальні назви. Логічно припустити, що зростання кількості таких телескопійних новотворів зумовлене їхньою здатністю давати більш прозорі номінації, зрозумілі без опори на контекст, як-от: *economics*, *environomics*, *greenomics* „економіка, що сповідує етику екологічної свідомості”; *freeconomics* „бізнес-модель, котра базується на уявленні про безкоштовність операцій, здійснюваних через Інтернет”; *womenomics* „концепція про зростання ролі жінок в економічному житті”. „Уламковий” елемент *-nomics* демонструє високу частотність використання, унаслідок чого з'явилася велика кількість структурно однотипних зрощень: *bionomics*, *bossonomics*, *burgernomics*, *culturenomics*, *debtonomics*, *infonomics*, *lattenomics*, *urbanomics*.

Шляхом фразеологізації вільних словосполучень утворилися неологізми, в яких використовується не усічена, а повна форма лексеми *economics*: *attention economics* „економічна модель, для якої найважливішим є привернути увагу споживачів до товарів / послуг”, *bling-bling economics* „економіка, котра потурає інфантильному витрачання коштів з метою підвищення свого соціального статусу”, *crapshoot economics* „бізнес-модель, в якій компанія виживає за рахунок прибутковості лише окремих товарів / послуг”, *zombie economics* „економіка, основу якої складають збанкрутілі чи неплатоспроможні фірми, котрі, незважаючи на це, продовжують існувати”.

Враховуючи те, що у дослідницьких і наукових публікаціях терміни *economics* та *economy* часто вживаються як синоніми, у низці найменувань твірною основою слугує лексема *economy*: *gig economy* „модель економіки, котра передбачає короткочасну роботу спеціалістів-фрілансерів над невеликими проектами, які вони знаходять в Інтернеті”, *plutonomy* (*Pluto* (Плутос – бог багатства в грецькій міфології, у римлян Плутон) + *economy*) „економіка, в якій більшість матеріальних благ належить меншості”, *capriccino economy* „економіка, для якої характерним є швидке зростання в одній галузі і помірний ріст в інших секторах”, *experience economy* „концепція, згідно з якою споживачі отримують певні враження від придбання товарів і послуг”, *Goldilocks economy* „економіка, що є ані поживленою, щоб спричинити інфляцію, ані надто млявою для початку рецесії”. Викликає зацікавлення семантика фразеологічної одиниці *Goldilocks economy*. Завдяки метафоричному використанню імені Золотоволоски з англійської казки “*Goldilocks And The Three Bears*” вгадується асоціативний зв'язок з фондовим ринком *bear market*, на якому переважає тенденція до зниження цін.

У деяких назвах економічних моделей твірною базою слугує мовна одиниця *capitalism*, котру вважаємо квазісинонімом лексем *economics*, *economy*. Як зауважує Ю. Д. Апресян, для того, аби квазісиноніми, семантичний обсяг яких збігається частково, були взаємозамінними, необхідно, щоб їхні семантичні розбіжності у ряді позицій могли нейтралізуватися [2, с. 235]. Саме як взаємозамінний квазісинонім слів *economics*, *economy* лінгвальний знак *capitalism* використовується у низці найменувань, утворених у ході слово- і фразотворення: *crony capitalism* „капіталізм, побудований на знайомствах та особистих зв'язках”, *fiduciary capitalism* „капіталістична модель, в якій корпорації знаходяться під впливом інституціональних акціонерів (пенсійних фондів, пайових інвестиційних фондів тощо), *handicapitalism* (*handicap* + *capitalism*) „орієнтація на виробництво продукції для людей з обмеженими можливостями”, *philanthrocapitalism* (*philanthropy* + *capitalism*) „соціально орієнтований капіталізм, поєднання бізнесу і філантропії”.

Усі наведені новотвори є видовими назвами, оскільки мають вужче значення, ніж родові терміни (*economics*, *economy*, *capitalism*). На наш погляд, зростання кількості видових найменувань навколо родових термінів пояснюється зміною вектора економічної діяльності у бік більш цільових та прорахованих стратегій.

На відміну від усіх вищерозглянутих назв економічних концепцій і моделей, неологізм *market-Leninism* „економіка, в якій поєднуються аспекти капіталізму і комунізму” утворився не на базі семантично споріднених лексем *economy*, *economics*, *capitalism*, а шляхом сполучення контрастних за значенням слів, внаслідок чого утворюється нова смислова якість і несподіваний експресивний ефект. З огляду на суперечливість первинного сенсу мовних одиниць *market* та *Leninism* наведену неонімінацію можна трактувати як оксюморон.

На підставі проведеної наукової розвідки зробимо деякі **висновки**. По-перше, для вербальної репрезентації сучасних економічних доктрин, моделей і тенденцій економічного розвитку активно залучаються квазісиноніми *economics*, *economy*, *capitalism* або їхні усічення (переважно формант *-nomics*). По-друге, неологізми, утворені на базі квазісинонімічних термінів, є одиницями гіперо-гіпонімічної термінологічної парадигми, оскільки позначають видові поняття. І по третє, множинність ідей і тенденцій в економіці втілюють вторинні номінації, структурними компонентами яких є як загальні назви (*experience economy*, *greenomics*, *handicapitalism*), так і власні назви (*Enronomics*, *Goldilocks economy*, *Obamanomic*).

Перспективу подальших наукових пошуків вбачаємо у дослідженні лінгвальних і соціокультурних параметрів лексичних і фразеологічних неологізмів англійської мови сфери економіки.

Список літератури

1. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Андрусак Ірина Василівна. – Ужгородський нац. ун-т. – Ужгород, 2003. – 268 с.

2. Апресян Ю. Д. Избранные труды : монография. Т. 1. Лексическая семантика (синонимические средства языка) / Ю. Д. Апресян. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Школа „Языки русской культуры” : Издательская фирма „Восточная литература” РАН, 1995. – 472 с.
3. Балюта Е. Г. Проблеми охорони довілля й інноваційні процеси в словниковому складі англійської мови: монографія / Е. Г. Балюта; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2010. – 200 с.
4. Єнікєєва С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови : [монографія] / Санія Маратівна Єнікєєва. – Запоріжжя : Запорізький нац. ун-т, 2006. – 302 с.
5. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу / Юрій Антонович Зацний. – Львів : ПАІС, 2007. – 228 с.
6. Калугина Ю. Е. Экономические термины-неологизмы в когнитивно-дискурсивном аспекте / Калугина Ю. Е. // Вестник МГОУ. Серия : Лингвистика. – М. : Изд-во МГОУ, 2008. – № 2. – С. 56–62.
7. Ayto J. A Century of New Words / John Ayto. – Oxford, N. Y. : Oxford University Press, 2007. – 250 p.
8. McFedries P. Word Spy : The Word Lover’s Guide to Modern Culture / Paul McFedries. – N. Y. : Broadway Books, 2004. – 432 p.

**Г. Семен
(Чернівці)**

РОБОТА З ГАЗЕТОЮ НА ЗАНЯТТЯХ ЗІ СТУДЕНТАМИ ФАКУЛЬТЕТУ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ

Стаття присвячена можливостям поетапного введення читання англомовної преси спортивної тематики на заняттях зі студентами факультету фізичної культури та здоров'я людини, видам діяльності, труднощам перекладу та перспективам використання газетних матеріалів в учбовому процесі.

Ключові слова: спортивна термінологія, види спорту, спортивна преса, види діяльності, методичні рекомендації.

Стаття посвящена возможностям поэтапного введения чтения англоязычной прессы спортивной тематики на занятиях со студентами факультета физической культуры и здоровья человека, видам деятельности, трудностям перевода и перспективам использования газетных материалов в учебном процессе.

Ключевые слова: спортивная терминология, виды спорта, спортивная пресса, виды деятельности, методические рекомендации.

Knowledge of foreign language is a necessary component in the background of physical training majors. Learning English is helpful for communicating with colleagues from abroad where they often travel to for sporting events or training sessions in different kinds of sport; getting access to the authentic sources of information; thorough understanding of sport terminology of their major as it is English that a lot of sport terms are borrowed from.

The aim of the survey is to investigate the possibilities of using newspapers at the English lessons with physical training and health protection college students. Articles from Digest, Kyiv Weekly (Section Sports), USA Today (Section C: Sport Life), Daily Mail (Sport) have been selected for analysis. The issue of teaching English to sport majors has been discussed at a number of conferences; the problem of using newspaper at the lessons was elucidated in the articles and abstracts. But it still needs some special attention as new kinds of sport appear and newspapers bring us new notions each time we read them.

Newspaper texts should be introduced gradually taking into consideration the level of students' background and the scope of their interests. Special attention should be paid to the vocabulary, to the lexical peculiarities of newspaper texts on sport: proper names, special sport terms, compounding, clipping, abbreviations as well as grammar phenomena such as phrasal verbs, passive voice, tenses of the verb, infinitive constructions. Sport phraseology also needs some special explanations. At the same time a lot of words in the articles on sport are understandable for students: title, round, knock-out. Sport majors can easily use them provided they have good reading habits.

One of the most difficult task is reading authentic texts from the English-speaking world press for in this case the problem of style is added, the usage of different stylistic devices which sport journalists introduce to hold the attention of the readers – metaphors, similes, graphon etc. Only some students that have shown excellent results in learning English can cope with this challenging task so far. But in future there is sure to be more highly motivated students as knowledge of English is likely to help create new jobs for physical training majors.

Key words: terminology of sport, kinds of sport, sport press, types of activities, methodological recommendations.