

6. Whitman W. Song of Myself. (SM) – The Portable Walt Whitman. Ed. by Van Doren. Penguin Books, 1977. – P. 26–57.

Стаття надійшла до редакції 20.04.2011

Л.САНОЦКАЯ

ЛЕКСИКО-МОРФОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ АКТУАЛИЗАЦИИ ЖАНРА ЛИРО-ЭПИЧЕСКОЙ ПОЭМЫ

В статье установлено, что в результате сравнительного анализа по морфологическим парадигмам в текстах лиро-эпической поэмы обнаружена относительная стойкость парадигматических классов, предметная парадигма доминирует над качественной и динамичной, а качественная над динамичной. Также определено, что функционирование абстрактных существительных обусловлено эпическим характером текста, а наличие сложных слов разных морфологических классов можно причислить к типологическим характеристикам лиро-эпической поэмы.

Ключевые слова: лексико-морфологический анализ, парадигма, морфологические классы слов, функционирование языковых единиц.

L.SANOTSKA

LEXICO-MORPHOLOGICAL ASPECT OF ACTUALIZATION OF LYRIC-EPIC POEM

In this article a high comparative stability of paradigmatic classes is established as a result of the comparative analysis by morphological paradigms; object paradigm dominates over dynamic, qualitative over dynamic. The article determines that functioning of abstract nouns is conditioned by the epic mode of the text. It is grounded that compound words of different morphological classes characterize the lyric-epic type of text.

Key words: lexico-morphological analysis, paradigm, morphological class, functioning of linguistic units.

УДК 81'373:33(045)

Анатолій ХРИПЛИВИЙ

ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНІ ФАКТОРИ УТВОРЕННЯ НОВИХ БІЗНЕС-ТЕРМІНІВ

У цій статті ми розглянемо процеси термінологізації загальноживаної лексики, семантичних особливостей економічних термінів та жаргонів та екстралінгвістичні фактори утворення нових бізнес-термінів.

Ключові слова: екстралінгвістичні фактори, семантична характеристика, акроніми, семантична деривація, омографія.

Мова сфери економіки, яка обслуговує цілу низку відповідних наук, привертала й продовжує привертати увагу вчених в аспекті

виявлення основних структурних і семантичних характеристик фахової лексики та фразеології.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть сфера економіки виявилась одним із головних постачальників неологізмів в англійську мову у зв'язку з новими тенденціями і напрямками соціально-економічного розвитку. Зміни в суспільстві вимагають уточнення, поглиблення існуючих наукових понять та зумовлюють утворення нових мовних одиниць для позначення сучасних реалій економічного життя.

В останні десятиліття в лексико семантичній системі англійської мови, зокрема з підсистем сфери економіки, спостерігаються активні, динамічні процеси. Розвиток мови на лексичному рівні пов'язаний насамперед з появою неологізмів, тобто слів та словосполучень, що сприймаються носіями літературної мови окремого національного варіанта як нові (за формою або змістом).

Розглянемо найпомітніші типи неологізмів, що з'явилися в англійській мові можна сказати просто на наших очах. Абревіація. Частотними є літерні скорочення. Можна виділити два напрямки розвитку абревіатур: 1) перетворення в акроніми (FTSE /Financial Times Stock Exchange index/ FOOTSIE); 2) часткова або повна омографія та омофонія з власним іменем (Connie Lee – College Construction Insurance Association). Особливий вид абревіатур становлять ініціальні скорочення словосполучень з прийменником *to*, який замінюється на цифру 2 на підставі омофонічності: B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer) Цифри в абревіатурах можуть позначати й кількість слів, що починаються з певної букви, наприклад, R4–Registered Representative Rapid Response (System).

Утворення англійських телескопізмів відбувається за одним із трьох формальних типів; 1) сполучення двох цілих слів, які репрезентують явище міжслівного накладення, *ab + cd → ab/cd*: *fraud + auditor → frauditor*; 2) злиття одного цілого слова з фрагментом іншого, в результаті чого утворюються «часткові» телескопізми за моделями *ab + cd → abd* (*swap + option → swaption*); 3) «повні» телескопізми, тобто сполучення фрагмента одного слова з фрагментом іншого базового слова за моделями *ab + cd → ad* (*advertisement + architecture → advertecture*). Трапляються випадки

переміщення одного слова або його частини в середину іншої лексики: $ab+cd \rightarrow ac(d)b$, наприклад *yummie* (*yuppie*+ *Muslim*).

Англійська мова знаходить ресурси для поповнення лексики економічної сфери переважно в межах своєї системи – за рахунок словотвірної та семантичної деривації, а також завдяки міжваріантним контактам. Збагачення лексики сфери економіки відбувається і завдяки надходженню в літературну мову лексики та фразеології з професійних жаргонів (*gondola*, *re-engineering*, *spine*, *reschedule*, *duvet day*, *golden handcuffs*, *scorched-earth policy*). Іншомовні слова, які поповнюють економічний словник англійської мови, становлять незначну частку всіх інновацій. Вони запозичуються в англійську як з метою найменування специфічних для англосмовного світу економічних понять, так і позначення нових реалій та понять ділового життя, особливо сфери фінансів і фондового ринку. В кількісному відношенні на перше місце висуваються запозичення з японської мови (*zaitech*, *kanban*, *keiretsu*, *shinren*).

Провідну роль у творенні неологізмів сфери економіки відіграє словотвір, який принципово не відрізняється від словотворення одиниць загальноживаної мови. За нашими підрахунками, більшість загальної кількості інновацій в економічній сфері утворено шляхом лексичної деривації.

Значна кількість лексичних неологізмів утворена шляхом словоскладання, що пояснюється не тільки прагненням до мовної економії (зона досягається за рахунок семантичної ємності композитів), але й загальною тенденцією англійської мови до аналітизму. За структурою компонентів складні одиниці економічної лексики становлять чотири типи: 1) складні слова, утворені з простих основ (*front-office*, *money-man*, *price-tag*); 2) складно-похідні слова (*code-sharing*, *hot-desking*, *short termism/ -ist*, *office-hoteling*), 3) складноскорочені слова (*ad-vid*, *tech biz*, *cred card*), 4) лексикалізовані синтаксичні утворення (*hire-and-fire*, *just-in-time*, *business-to-business*). Процес творення складних слів на базі словосполучень може супроводжуватися компресією останніх (*to go and get- → to go-get*), причому компресія може поєднуватися з реверсією: *to share a job- → to job-share*, *to raise funds, to fund-raise*.

Значну роль у творенні складних слів відіграє аналогія, тобто нова одиниця виникає не стільки за певною моделлю, скільки за

зразком конкретного слова (*get rich-quick* → *get-rich-click*). Унаслідок утворення низки нових одиниць за зразком складного слова (і не тільки складного) незмінний компонент цієї лексики стає височастотним словотворчим засобом, з'являється нова модель з постійним незмінним напівфіксом. Особливо продуктивними у творенні похідних у сфері економіки виявилися такі з них: *friendly*, *-speak*, *-size*, *-driven*, *-led*, *-intensive*, *-free*, *-proof*, *-prone*.

Нові афікси виникають не тільки на базі реально наявних морфем, але й на основі «псевдоморфем», які можуть збігатися з існуючими лексичними одиницями або бути їх частинами внаслідок довільного розчленування чи словотвірної фрагментації. Процес телескопії сприяв утвердженню в ролі напівфікса таких елементів, як *-preneur*, *-nomics*, *-flation*, *-mail*, а скорочення слів спричинилося до появи таких дериваційно активних у сфері економіки формантів, як *euro-*, *e-*, *petro-*. Виникнення нових афіксів засвідчує наявність взаємозв'язків між різними способами словотвору, що підтверджує думку лінгвістів про його комплексно-системну природу.

Семантичні неологізми останніх десятиліть у сфері економіки, які складають більше чверті всіх інновацій, свідчать, що модифікації та зрушення, які відбуваються в існуючих лексичних одиницях, пов'язані з їх функціональною міграцією, з процесами термінологізації слів загальноживаної мови (*derivative* – похідний фінансовий контракт, *presence* – активність компанії на певному ринку, *niche* – прибуткова частина ринку) та транстермінологізації. Останнє явище типово для термінів технічної сфери (*circuit-breaker* – форма контролю, яка запобігає раптовій зміні цін акцій, *free fall* – різке падіння цін на фінансовому ринку; погіршення стану економіки), медицини (*hiccup* – невелика зміна конфігури, *shock therapy* – радикальні економічні реформи) тощо.

Нові слова у сфері економіки виникають й на базі власних імен. Яскравим прикладом є лексична одиниця McDonald, яка не тільки стало символом швидкої їжі, а й основою для цілої низки неологізмів, пов'язаних з «імперією Мак-Дональдів»: McJob, McMan, McWorld, McMansion. Зазначені факти дозволяють говорити про появу нового словотворчого форманта *Mc* зі значенням «позбавлений смаку, безликий, стереотипний». Виникнення певної кількості нових слів та словосполучень

фразеологічного типу пов'язане з тенденцією до евфемізації мови, у т. ч. з метою досягнення «політичної коректності». Наприклад, бізнесові хабарі іменуються *facilitation payments*, бухгалтерські маніпуляції – *creative accounting*, шпигунство за конкурентами – *competitor analysis*. В англійську мову увійшла ціла низка меліоративних субституцій понять «скорочення виробництва» та «звільнення робітників і службовців»: *termination, cost containment, cost management, internal efficiencies, involuntary separation from payroll; to surplus, to sacrifice, to restructure, to re-engineer, to outsource, to trim costs, to pare down*.

В останній час спостерігається активний процес збагачення англійської мови в галузі економіки фразеологічними неологізмами номінативного типу, особливо бінарними сталими словосполученнями (*bulge bracket, quality circle, bracket creep*). Переосмислення вільних словосполучень як основний спосіб формування фразеології відбувається не лише у процесі перенесення останніх із загальноживаної мови в мову економіки (*catch a cold, tie the knot*), а також при їх перенесенні в економічну терміносистему з іншої (*zero drag, black hole*).

Формування нової фразеології продовжується шляхом виокремлення частин більш складних фразем, а також внаслідок еліпса та лексикалізації комунікативних фразеологізмів (*golden goose* → *Kill the goose that laid the golden eggs; falling knife* → *Never try to catch a falling knife*). Певна частина фразеологічних неологізмів утворюється за зразком існуючих словосполучень (*people pill, suicide pill* → *poison pill; pink pound, blue pound* → *grey pound*). Аналогічне фразотворення, нерідко поєднане з метафоричним чи метонімічним механізмом, є дійовим чинником розширення явища синонімії та антонімії, гіперо-гіпонімічних відношень у фразеології взагалі та в новій фразеології зокрема. Лексико-фразеологічні та семантичні інновації цієї групи відбивають радикальні зміни, пов'язані з розповсюдженням та втіленням у життя нових економічних теорій і концепцій (*monetarism, supply-sideism*), з інтеграційними та дезінтеграційними проце-сами (*globalisation, single market, euro-zone, euro-phobe, EMU*), з переходом багатьох країн до ринкової економіки (*transition economy, shock therapy, destatisation, decollectivisation*).

Центрами інноваційних процесів є такі соціофункціонально марковані одиниці, як *entrepreneur, economy (economics), market, global, euro*. Ці одиниці беруть активну участь у словотворчих процесах (напр., з'явилася значна кількість нових одиниць словотвірної парадигми лексеми **globe**: *globalization, globalist, globitarian, globophile, globocrat, glocal, glocalise* тощо). Ключові лексичні одиниці цього блоку створюють Фразеологічні та нефразеологічні сполуки внаслідок розширення їх синтагматичних зв'язків: *global corporation, global brand, global village, global government, go global; free market, single market, market economy: social entrepreneur serial entrepreneur*.

Ядерним центром сфери економіки продовжує залишатися лексема *economy (economics)*, яка на рубежі стопіть активно вступала у взаємодію зі словотворчими елементами, іншими словами. З нею утворюються численні словосполуки, як, позначають тенденції економічного розвитку та стан економіки, галузі економічної науки, типи економічних систем та моделей (*attention economics, crashshoot economics, experience economy, hydrogen economy, stakeholder economy, share economy, wage economy, goldilocks economy, knowledge economy, learning economy, new economy, real-time economy*). Уламок цього слова – *nomics* виявився продуктивним словотворчим формантом (*bionomics, cybernetics, burgernomics*).

Триває процес збільшення неологізмів, пов'язаних з концепцією сталого розвитку (*sustainable development*), що втілюється в словосполученнях *sustainable management, sustainable economy, sustainable debt*. Ця філософія знаходить своє мовне відображення в «етичних» (*social audit, social/ ethical investment, conscience investment, ethics officer, ethical business, fair trade, fair competition*) та «екологічних» інноваціях (*green audit, green aid, green sweater worker, envirobusiness, envirotech, envirocorporation*). Розвиток англійської мови під впливом змін в економічній сфері не обмежується лише появою нових слів та словосполук. Виникли певні різновиди економічно спрямованих форм мовлення, для позначення яких використовують напівафікс **-speak**: *bizspeak, management-speak, marketing speak, banker-speak, quality-speak, guruspeak* тощо.

Іншим соціофункціональним блоком сфери економіки, насиченим новоутвореннями, є блок «економіка і НТП». Ціла низка лексичних одиниць закріплюється за сучасною інформаційною технікою всією семантичною структурою або окремими лексико-семантичними варіантами (*digital, silicon, smart, information, electronic, online, Internet, net, virtual*). Ці одиниці перетворюються на центри, навколо яких «будуються» незчисленні елементи словотвірних, фразеологічних, лексико-семантичних парадигм

Сучасний етап науково-технічного прогресу вніс певні зміни в систему словотворчих засобів, зумовив виникнення нових дериваційних елементів або нових семантичних варіантів існуючих суфіксів. Сфера електронної економіки повністю або частково обслуговується такими новими словотворчими елементами, як **info-** (*infomediary, infopreneur, infotech, infocentre*), **tele-** (*teleshopping, telebanking, telebroking, telemarketing, telecommuter, telecottage*), **cyber-** (*cybercommerce, cyberventing, cybersquatters, cyberbusiness, cybermedia*), **e-** (*e-trade, e-shopping, e-company, e-asset, e-lancer, e-tail/-retail, e-economy*).

Актуальність процесів та явищ сучасного етапу науково-технічного прогресу породжує в мовній свідомості необхідність відобразити ці процеси та явища у варіативних номінаційних засобах, внаслідок чого відбувається атракція синонімів до відповідних понять. Тільки за останні кілька років довгі синонімічні ряди виникли навколо понять «електронна торгівля» (*e-shopping, cybercommerce, electronic commerce, Internet shopping, online shopping*), «електронні гроші» (*cybercash, cybercurrency, E-cash, e-money, e-wallet, virtual money*), «інтернетмагазин» (*cyberplaza, e-mail, electronic shop, virtual store*).

Інформаційна революція викликала явище поліномінації її важливих понять, але вона ж зумовила й необхідність більш чіткого розмежування нових та старих, традиційних понять. Так, наприклад, традиційні комерційні заклади отримали такі «ретронімічні» по відношенню до нових електронних підприємств позначення, як *stores with doors, physical store, real-world retailer, offline company*.

Соціальна значущість економіки в суспільстві зумовлює необхідність поширення нової лексики і фразеології цієї сфери в

загальноживаній мові, перетворення економічних термінів у біфункціональні одиниці та їх детермінологізацію

Отже, англійська мова знаходить ресурси для поповнення економічного лексику переважно в межах власної системи – за рахунок словотвірної, семантичної деривації, міграції у літературну мову лексики та фразеології зі сленгу та професійних жаргонів, а також завдяки міжваріантним контактам. Іншомовні запозичення становлять незначну частку нових слів сфери економіки в сучасній англійській мові. Провідну ж роль при утворенні економічних інновацій відіграє словотвір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. BARGIELA-CFFAPPINI, F.; HARRIS, S. (eds.). *The languages of business: An international perspective*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 257 p.

2. HE WINGS, M.; NICKERSON, C. (eds.). *Business English: Research into practice*. – London/New York, Longman. – 176 p.

3. Ian MacKenzie. *English for the financial sector*. – Cambridge University Press, 2008. – 159 p.

4. Graham Tullis. Tonya Trappe. *New Insights into Business*. – 2008. – 179 p.

Стаття надійшла до редакції 20.04.2011

А. ХРИПЛИВИЙ

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ОБРАЗОВАНИЯ НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

Статья посвящена процессам терминологизации обще употребляемой лексики, семантических особенностей экономических терминов и жаргонизмов и экстралингвистических факторов образования новых бизнес-терминов.

Ключевые слова: экстралингвистические факторы, семантическая характеристика, акронимы, семантическая деривация.

А. КНУПЛЯВУ

EXTRALINGUISTIC FACTORS OF FORMATION NEW BUSINESS TERMS

In this article we'll consider extra linguistic factors of formation new business-terms, semantic features of economic terms and jargons.

Key words: extra linguistic factors, semantic characteristic, acronyms, semantic derivation, homography.