

Пацевська О.С. (Київ, Україна)

Прагматичний ефект контекстуального оточення терміна у польських економічних текстах

У статті розглянуто особливості прагматичного функціонування термінів-фразеологізмів у польських текстах економіки з точки зору їхнього контекстуального представлення із урахуванням специфіки таких текстів у польському економічному дискурсі.

Ключові слова: прагматичний ефект, термін-фразеологізм, економічні тексти, контекст, польська мова.

В статье рассмотрены особенности прагматического функционирования терминов-фразеологизмов в польских текстах экономики с точки зрения их контекстуального представления с учетом специфики таких текстов в польском экономическом дискурсе.

Ключевые слова: прагматический эффект, термин-фразеологизм, экономические тексты, контекст, польский язык.

The article discusses the features of pragmatic functioning terms, phraseology in Polish texts economy in terms of their contextual representation of these specific texts in the Polish economic discourse.

Key words: pragmatic effect, the term-phraseologism, economic texts, the context, the Polish language.

Успішність професійно-орієнтованої комунікації залежить від рівня обізнаності автора і адресата повідомлення у специфіці текстів відповідної галузі. Виділення економічного та інших функціонально-тематичних різновидів тексту пов'язано із тривалим періодом пошуків у напрямку тематичної класифікації текстів (Ю.Ф.Прадід, Г.Я.Солганік). Значущою цивілізаційною реалією стала комунікація у економічній сфері. Дослідження 80-х років ХХст. в основному розглядали економічний текст як джерело накопичення, вивчення і систематизації фахової термінології, аналізу економічної терміносистеми, укладання і упорядкування словників і глосаріїв. Наукові статті, дисертації, монографії, предметом дослідження у яких ставав економічний текст, присвячувалися переважно проблематиці лінгвістичного (семантичного, словотвірного, граматичного, етимологічного) аналізу певних груп економічної термінології (С.М.Кіршо, Н.В.Мандрик, Р.С.Цаголова).

У своїй роботі ми зосередимося на ролі контекстуального оточення терміна-фразеологізма як особливого мовного знаку в економічних польських текстах наукових та публіцистичних. Наша робота обмежується вивченням польської фахової мови економіки на наявність в них специфічних мовних одиниць, які входять до складу терміносистем і виконують функції термінів у фаховому тексті, які одночасно є при цьому фразеологізмами. *ідіофразеологізмами*. У літературі предмету вживається також термін на позначення природи подібних утворень – *термінологічний фразеологізм* або

термінологізм, а також *термін-фразеологізм* (ТФ) та *фразеотермін*. У зарубіжній лінгвістиці було запропоновано цілий перелік термінів на позначення вищя, що перебуває на перетині термінології і фразеології, зокрема, «спеціальні фразеологізми» (fachsprachliche Phraseologismen) (термін Б. Шпілнера), «фразеологія або фразеолексеми для спеціальних цілей» (LSP phraseology/ phraseolexemes) (термін Дж. Драскау), «спеціальна фразеологія» (fachsprachliche Phraseologie) (термін Х. Піхта). У роботі Р. Глейзера, як свідчать Т.Н.Федуленкова й Г.Ю.Ширяєва, наводиться таке визначення «термінологічна фразеологія – сукупність висловів, утворених на основі сталих сполучень слів, що зустрічаються у текстах спеціальної направленості» [4, 207]. Оскільки у даному визначенні первинною є фразеологія, а вторинною – термінологічний аспект, такі одиниці ми б пропонували називати ТФ на відміну від термінологізмів, для яких характерний зворотній зв'язок.

Структура значення ТФ є складнокомпонентною комплексною структурою. Рівень *денотативного* (предметного, референційного) значення розкриває співвіднесеність слова і предмета; *системний* (диференційний) формується на основі відношення слова до інших слів у певній групі за семантичним принципом та у межах мовленнєвого ланцюга; на *сигніфікативному* (поняттєвому) рівні розкриваються загальні суттєві ознаки для об'єднання окремих предметів у певні класи на підставі відношення слова і мисленнєвого смислу; *прагматичний рівень* є відображенням ставлення автора до об'єкта, позначеного мовним знаком і складається із контекстуального значення та конотації (суб'єктивно-оцінні, модальні та інші компоненти). Контекстуальне значення, окрім рівня прагматики, має пряме відношення до системного рівня, оскільки словесне оточення впливає на ТФ. Денотативний і сигніфікативний аспекти аналізуються із залученням інструментарію семантики, прагматичні засоби дозволяють дослідити системний і прагматичний аспекти значення ТФ.

Отже, *актуальність* дослідження полягає у потребі дослідження специфіки функціонування економічних ТФ у польському науковому і публіцистичному дискурсі, *завданням* нашим є вивчення особливої ролі контекстуального оточення ТФ – як найближчому так і наскрізно у просторі фахових текстів науковго і публіцистичного характеру.

У нашому дослідженні економічним текстом вважається такий текст, що функціонує як засіб комунікації у професійно-зорієнтованому економічному просторі і є варіантом комунікативної ситуації в економічному дискурсі. Іншими словами «*економічний текст – це цілісна концептуально та структурно організована одиниця психомовленнєворозумової діяльності людини, функціонально вбудована в універсальний і/чи обмежений часом і простором економічний дискурс*» [3, 98 – 101].

Залежно від конкретного функціонального навантаження економічні тексти *офіційно-ділового стилю* дослідники (зокрема, Май Лікунь) пропонують відносити до двох функціональних підстилів: *підстилю офіційних економічних документів* (жанри офіційного економічного договору, угоди,

трактату, протоколу, декларації, контракту, меморандуму, комюніке, конвенції, акту) і *підстилю матеріально-фінансових документів* (жанри коносамента, векселя, платіжного доручення, банківського переказу, рахунка-фактури, чека, страхового полісу, товарних сертифікатів, доручення тощо); *економічні тексти наукового стилю* – до шести *наукових економічних підстилів*: *власне наукового* (економічна монографія, дисертація, наукова економічна стаття, доповідь, дипломна і курсова роботи з економічних спеціальностей), *навчально-наукового* (підручник, навчальний посібник, методичний посібник, вказівки, рекомендації, порадник, навчальна лекція (курс лекцій) з економічних дисциплін), *науково-інформаційного* (економічний реферат і анотація більшого за обсягом наукового економічного тексту), *науково-довідкового* (енциклопедія, довідник, каталог, прейскурант, перелік з різних сфер економіки), *науково-ділового* (патент, автореферат економічної дисертації, економічний науковий звіт, висновок економічної експертизи), *науково-популярного* (нарис, економічна стаття та лекція, спрямовані на популяризацію економічних знань серед громадян); *тексти економічної публіцистики* – до *підстилю інформаційної економічної публіцистики* (економічна хроніка, замітка, репортаж, інформаційна кореспонденція, інформаційне інтерв'ю, інформаційний звіт, деякі інші) та *підстилю аналітичної економічної публіцистики* (економічний коментар, огляд, рецензія, стаття, аналітичне інтерв'ю, аналітична кореспонденція, аналітичний звіт, деякі інші).

Обираючи тексти для аналізу і добору ТФ ми зверталися до певних текстів *науково-довідкового* характеру (словник, довідник, енциклопедія) та обмежилися лише одним видом текстів *власне наукового* підстилю (наукова економічна стаття), *науково-інформаційного* (економічний реферат і анотація більшого за обсягом наукового економічного тексту), *науково-популярного* (нарис, економічна стаття, спрямовані на популяризацію економічних знань серед громадян), які є максимально наближеними формально і за метою до текстів публіцистики, та текстами підстилю *аналітичної економічної публіцистики*, виключивши з розгляду інші види публіцистичних текстів, зокрема, тексти підстилю інформаційної економічної публіцистики.

У залежності від ієрархії різних видів інформації (когнітивної, естетичної, експресивної) тексти відрізняються між собою за закономірностями будови і мовного оформлення. Для текстів із переважанням когнітивної інформації використовують нейтральний варіант письмової літературної норми, для експресивних – емоційно забарвленні лексичні і синтаксичні засоби, естетична функція реалізується із залученням спеціальних стилістичних засобів (тропів і фігур). Тексти, що є предметом нашого розгляду не представляють жодну зі згаданих функцій у чистому вигляді, ми маємо справу із накладанням певних зон і своєрідним «коктейлем» комунікативних намірів. Параметрами визначення домінантної інформації у тексті є характер представленої інформації, комунікативне завдання тексту, відправник і адресат.

Наукові тексти є необхідним етапом аналізу стану наукової думки у конкретній галузі. Тому, говорячи про наукові тексти, прийнято за їхнє комунікативне завдання визначати передачу спеціальних (професійно-зорієнтованих) відомостей, що мають наукову новизну і цінність, вважається, що вони призначені для доволі вузького кола осіб і є позбавленими авторської індивідуальності, переважає когнітивна інформація – так званий інформаційно-термінологічний тип тексту. Дійсно, елементи емоційної інформації є у таких текстах «стертими», проте можна зафіксувати модальні засоби, притаманні науковій дискусії – лексичні посилювачі, риторичні запитання і вигуки.

Якщо ж говорити про відсутність авторського стилю у наукових текстах, то уже починаючи з 70-х років стає помітною тенденція до «гуманізації» викладу, все більша орієнтація на інтереси, потреби і можливості читача, максимальне пристосування спеціального тексту до участі в процесі комунікації, що досягається через усе більш широке використання емоційно-експресивних елементів, індивідуальних стильових засобів, прийомів мовної виразності. На нашу думку, поява ОТФ та функціонування ТФ в економічному та інших дискурсах є проявом авторського стилю у науковому тексті. Виділяючи основні риси сучасного наукового стилю, Р. О. Будагов вказує, що він тяжіє не лише до «звичних» точності, простоти, логічної стрункості, але й до «емоційної вражальності... постійної взаємодії з загальнолітературною мовою... широкого використання різноманітних стилістичних ресурсів мови» [1, 45].

З точки зору структури наукові тексти мають логічну побудову, що забезпечується спеціальними засобами формальної і семантичної когезії: до семантичних відноситься повторюваність ЛО (найчастіше ключових термінів), до формальних – надлишкові зв'язні слова. Додатковими засобами логічної організації наукового тексту є шрифт, курсив, розрядка, колір, підкреслення. Для наукових економічних текстів характерними є складність і різноманітність синтаксичних структур, точність формулювань, дефініцій, висока термінологічна насиченість, у тому числі вузькоспеціальними термінами і абстрактною лексикою; маркерами такого дискурсу, окрім термінів, є одиниці, що вказують на послідовність і логіку викладення думок, доказів, прийомів дослідження, на типовість/нетиповість, періодичність і повторюваність закономірностей, явищ, на джерело, авторство, спосіб вираження думки, концепції, ступінь вірогідності інформації, формули скромності як прийом самоавторизації. Необхідними елементами організації такого типу текстів когезійні елементи, які виражають відношення причини, наслідку, цілі, часу, допусту. Інтертекстуальний характер текстів науково-економічних підстилів ілюструється наявністю посилань, виносок, цитат, приміток, наявністю невербальних або змішаних знаків – схем, таблиць, графіків, формул, у яких також присутні ТФ, причому такі, що не згадуються у тілі статті.

Текстам економічної публіцистики притаманні як елементи наукового стилю, так і елементи розмовного стилю, поєднання поміркованої

науковості, книжності із потужною силою переконання і впливу. Експресивність, зумовлена основною, перлокутивною функцією публіцистичного тексту (В.М.Вакуров, М.М.Кожина М.М.Кохтев, І.П.Лисакова, Г.Я.Солганік, О.О.Тертичний), поєднується з інформативністю, доказовістю, наявністю стандарта у вираженні. Отже, провідною функцією текстів інформаційно-публіцистичного економічного підстилю є інформаційна, аналітико-публіцистичного економічного підстилю – функція впливу (перлокутивна). Публіцистичні тексти з економіки можуть бути адресовані різним аудиторіям – масовому читачеві та фахівцям.

Автори текстів економіко-публіцистичних жанрів намагаються дотримуватися принципів добору мовних засобів з настановою на їхню зрозумілість та атрактивність з метою привернення і утримання уваги читача:

1) з метою створення атмосфери довіри між комунікантами і різновиду «спільної мови» звертаються до використовують загальновідомих економічних термінів та ТФ і уникають наукових, енциклопедичних дефініцій, схем, графіків тощо (*okres bezodsetkowy, kredyty hipoteczne, podatki akcyzowe, zamknięty rynek, kraje wytwarzające i konsumujące energię, ceny hurtowe*);

2) дотримуються пропороції знайомий/незнайомий термін, відоме/нове поняття із перевагою першого з них (*gospodarcza prosperity, specjalistka od investor relations, kredyty spożywcze/konsumpcyjne, solidność spłacania zobowiązań - kwota zaległości w relacji do wartości zadłużenia*);

3) «популяризують» економічну термінологію шляхом евфемізації, продукування ОТФ, використання ТФ (*biegun kredytowej Polski* – кредитний полюс Польщі, *turbodoladowanie zakupów* – гіперпришвидшення закупів, *niesolidni klienci* – порушники кредитних зобов'язань, *średniak akcyzowy* – країна, що має середній у світі показник рівня акцизних зборів);

4) тісно «переплітають» термінологію із фразеологією у рамках одного речення (*Na czarnej liście BIK (Biura Informacji Kredytowej) mają one ledwie 3-proc. udział. Banki prześcigają się w redukowaniu do minimum formalności – Lukas Bank obiecuje gotówkę do ręki w 15 minut, BZ WBK przebija go 5 minutami, a Bank Pocztowy kusi dostarczeniem pieniędzy do domu. Banki rozdają karty kredytowe na prawo i lewo. Poprzeczka dostępności kredytów została znacznie obniżona. (Polityka №15(2600), 14.04.2007, ss.34-39)*; використовують повтори ключових термінів – синонімічні, антонімічні, омонімічні, асоціативні, спільнокореневі, алюзії, гру слів тощо (*Horyzont kredytowy nie jest jednak aż tak bezchmurny*);

5) використовують засоби розмовно-економічного підстилю, професіоналізми, сленгізми, жаргонізми: елементи професійного мовлення біржових брокерів, посередників, банківських службовців, податківців тощо (*firmy krzaki* – фірми-одноденки, *produkty z średniej półki* – товари з середньої полиці, які магазин прагне продати найбільшій кількості покупців (на рівні руки покупця, середня цінова і якісна категорія), *pomostówki* – пенсії для пільгових категорій, *łowcy okazji* – любителі розпродажів, *badylarz* – огородник, власник теплиць);

6) широко використовують розмовні, просторічні засоби (*nastawiony zakupowo* – налаштований на більші закупи; *zalew zachodniej żywności* – потоп західних продуктів; *towary podlej jakości* - товари низької якості; *ucieczki w szarą strefę* – втечі у «тінь», *niemiłe niespodzianki w gospodarce światowej* – неприємні несподіванки світової економіки), вдаються до гіперболізації, персоналізації (*krociowe zyski, internet puchnie, ceny szaleją, gwałtownie rośnie deficyt, przesadny deficyt budżetowy, budżet tonie, posłów ogarnia amok, dramatyczny wzrost cen, gigantyczne nakłady, rosyjska administracja pozostaje głucha*), розгорнутих образних порівнянь (*Czy budżet tonie, czy więc zbliża się potop i czas rezerwować bilety na arkę? Może jeszcze nie, ale warto zacząć się dowiadywać, skąd arka odpływa.* (Polityka №14, 7.04.2007, ss.68-71), афоризмів („*Nic za darmo*”, „*Dobry zwyczaj nie pożyczaj*”, „*Bez kredytu nie ma dobrobytu*”);

7) додержуються принципу економії мовних засобів: лаконічне викладення поєднується з інформативною насиченістю (терміни-зліпки: *demoludy, biobaroni, multikredytowiec, internauta* та ін.□ кальки: *przyjazne osiedle, e-katastrofa, e-handel, e-bankowość*; метонімія: *ratusz* - мерія);

8) часто вживати аббревіатури, ергоніми, номенклатурні найменування (*BIK -Biuro Informacji Kredytowej; Warszet - system informatyczny obslugujący Gieldk Papierów Wartościowych w Warszawie od 17 listopada 2000 roku*);

Економічний текст є відзеркаленням певної моделі економіки та пов'язаної із цим термінологічної ситуації. Жанр тексту, зміст і стиль викладу та вживання у тексті спеціальної термінології формують політекономічне тло професійно-зорієнтованого повідомлення, так, у тілі економічного тексту можуть містити як *загальноекономічний* (універсальний) *компонент*, так і *специфічний компонент*, що дозволяє ідентифікувати політекономічний фон, певну модель економіки і уточнити спеціальну галузь знань. Засобами присутності специфічного компонента у текстах економіки є: терміни, ТФ, їхні дефініції й тлумачення, ремінісценції, особливості синтагматики і семантичного структурування текстів, стилістичні особливості, статистичні дані, формули інші графічні засоби.

Серед основних ознак терміна, запропонованих науковцями-термінознавцями, особливе місце посідає неоднозначна у трактуваннях різних авторів вимога *контекстуальної стабільності* (Т.С. Коготкова, Д.С. Лотте, О.О. Реформатський, А.Д. Хаяутін), сформульована у 70-х роках ХХ століття.

З одного боку, термін за своєю функцією повинен відзначатися незалежністю від контексту, проте дослідники (Д.С.Лотте, Т.І.Панько) відзначають, що зсуви можуть відбуватися у структурі термінів у залежності від найближчого контекстуального оточення: „Відхилення від принципу незалежності терміна від контексту можуть бути допущені лише у двох випадках: 1. Коли відомо, про яке поняття йдеться, можна випускати частини терміна, що визначають його суть. 2. За необхідності частих повторів того самого видового терміна можуть виникнути стилістичні похибки, у зв'язку з

чим слід відкидати частини визначень, замінюючи їх, за традицією, відповідними вказівними словами (цей, той, даний і т. ін.)» [2, 74].

У випадку публіцистичних текстів варіативність засобів уникнення повторення термінів є значно ширшою, ніж згадані вище – це, найчастіше – наведення інтернаціоналізма або англійського відповідника, а також утворення авторських оказіональних синонімів термінологічного характеру (ОТФ), описових, евфемічних тощо, звернення до прихованих засобів когезії. Так, у тексті «*Dolce vita na raty*» (*Newsweek Polska* 38/2007, 23.09.07, с.46-49), присвяченому збільшенню обсягу кредитів для населення, автор наводить декілька синонімів ключового для статті поняття «*kredytobiorcy*» - *gromada, суспільство позичальників, власники кредитів*, серед яких є нетерміни, однослівні й аналітичні власне терміни, ТФ, ОТФ, а деякі є лише метафоризованими авторськими оказіоналізмами: *społeczeństwo wydające pieniądze szybciej niż je zarabia* (квазітермін, дефініція), *entuzjaści życia za pożyczone pieniądze* (нетермін), *zadłużeni* (нетермін), *posiadacze kredytu* (ТФ), *posiadacze rachunków kredytowych* (термін), *społeczność pożyczających* (ОТФ, термінологізм), *pożyczający pieniądze* (термін), *Polska kredytowa* (авторський неологізм, формально, ОТФ), *Rzeczpospolita kredytowa* авторський неологізм, формально, ОТФ, *fani zadłużania* (авторський неологізм, формально, ОТФ, термінологізм).

Для автора статті ключовий термін, що послідовно має форму множини (фактично це ЛО *pluralia tantum*), є семантично варіативним по відношенню до форми множини від «*kredytobiorca*» і конотує негативне, дистанціююче ставлення до описуваного явища. Синоніми наводяться за принципом зростання оцінного навантаження, замкнутого кола повторення інваріанта першого терміна *zadłużeni* (ті, що заборгували, боржники, у боргах «по вуха»), останнім у переліку є найбільш категоричний, тавруючий авторський варіант *fani zadłużania* (аматори заборгування, залежні від кредитів, такі, що люблять бути винними гроші), що повинно підштовхнути читача до висновку про неприйнятність бездумного позичання.

Кількаразове повторення терміну *Polska kredytowa*, утвореного за загальновідомою моделлю *Polska Ludowa* (негативно конотований термін Народна Польща, тобто ПНР), свідчить про те, що автор, номінує згадане поняття конотованим ОТФ, а наводячи таку кількість контекстуальних і оказіональних синонімів радше не намагається уникнути тавтології, а прагне усебічно описати і оцінити ключове явище. Особливого обирає вільне словосполучення *kredytowa Polska*, яке у наступному ж абзаці перетворюється на формально термінологічне *Polska kredytowa* – непрямий порядок слів за законами польської мови має детермінувати приналежність словосполучення до термінологічних. Отже, явище, назване спочатку іще не є «діагнозом» явища, натомість, після перерахування певних його ознак стає поняттям і потребує термінологічної номінації.

Свій внесок у тлумачення терміна вносить і наведення розгорнутих описових антонімічних конструкцій, фактично, дефініцій на позначення

населення, що не має кредитів: *dorośli obywatele, nie mający żadnej styczności z sektorem finansowym - дорослі громадяни, що не мають жодного відношення до фінансового сектору* (контекстуальний антонім, евфемізм); *Polak, który nie przelał awersji do kredytów* – поляк, який не поборов огиду/антинатії до кредитів («поляк» ужито в узагальненому сенсі – поляки, оцінна дефініція); *ci, których poraża perspektywa spłaty wieloletniego kredytu – mi, кого вражає/лякає перспектива виплати багаторічного кредиту* (слово «перспектива» ужито іронічно, евфемізм).

Кожне з наведених формулювань містить оцінні елементи, що несуть конотацію засудження тих, хто бездумно бере кредити. Характерно, що автор намагається дібрати якнайбільше термінологічних визначень для явища, яке оцінює негативно, а називаючи протилежне за значенням явище, навпаки, уникає термінів взагалі. На його думку, не брати кредитів – це норма, здорова людина має вроджену антипатію до кредитів, брати багато кредитів – відступ від норми, позичальник – це той, хто поборов захисний механізм антипатії до заборгування. Пропонує автор і однослівний термін для людини, залежної від кредитів, яка має декілька різних кредитів одночасно – *multikredytowiec*.

Другий ключовий термін статті *kredytowy entuzjazm* – фонове поняття для згаданого першого – теж має синоніми: *ofensywa kredytowa, kredytowa eksplozja*, усі є термінологізмами, трансформованими з військової сфери, що підкреслює екстремальний, некерований і шкідливий для людини характер явища.

Прагматична функція терміна полягає на передачі установки автора повідомлення під час акту обміну інформацією у рамках професійно-зорієнтованої комунікації. Дослідники, як правило, доходять висновку про нетиповий характер цієї функції у випадку терміна, за винятком конотованих термінів політичної сфери, коли термін стає хибно мотивованим з метою свідомого дезінформування адресата шляхом евфемізації [5, 54].

На нашу думку, специфіка ТФ та економічної сфери знань переконує у особливій природі економічної ТФ, яке, зокрема, полягає у особливій ролі контекстуального і прагматичного потенціалу цих одиниць, особливо у текстах публіцистики. Прагматичне значення ЛО лежить в основі комунікативно-функціонального підходу, тобто такого інструменту розгляду ЛО з урахуванням ролей і та намірів учасників комунікації, її мети та специфіки перебігу. Між прагматикою як наукою та контекстом існує тісний зв'язок – вона вивчає мовне і позамовне тло всіх стадій вербальної комунікації від намірів потенційних комунікантів і породження повідомлення до його сприйняття і розуміння.

Таким чином, досягнення комунікативного, прагматичного ефекту текстів популярної економічної публіцистики – активного втручання у події і здійснення впливу на читача – залежить від повноти і способу розкриття і презентації термінів і ТФ у тексті. У неспецифічному оточенні ТФ і, особливо, ОТФ, що залишається без супровідних коментарів, призводить до різних варіантів порушення комунікативного ефекту повідомлення – від приблизного, неточного до помилкового розуміння або повного нерозуміння його змісту.

Дібраний і проаналізований нами матеріал засвідчує, що у переважній більшості текстів ТФ та ОТФ не лише отримують, як правило, розгорнуті і комплексні тлумачення, а й сам композиційний прийом наскрізного повторення і коментування ключового ТФ (ОТФ) у текстах економічної аналітичної публіцистики є поширеним, традиційним і часто експloatованим.

Автори текстів преси мають практично необмежений доступ до мовних і мовленнєвих ресурсів на всіх рівнях системи, з яких вони добирають засоби і матеріал, керуючись прагматичним наміром впливу на читача та принципом комунікативної функціональності, виправданості. Тексти на економічну тематику характеризує поєднання елементів різного стилю що повинні виконувати публіцистичної ролі публіцистичного тексту у встановленні ефективної комунікації між автором і читачем. Потрапляючи у текстів преси економічний термін реалізує свій текстотворчий потенціал і допомагає у створенні стилістичного ефекту взаємодії функціонально-стилістичних особливостей терміна із лексикою інших стилістичних пластів.

Іще однією, додатковою, властивістю контексту є його роль у встановленні доведеності тверджень автора та вірогідності інформації, що пропонується адресатові. Автор може використовувати ТФ для створення ефекту послідовності, наскрізності, наповненості, замкнутості, а отже, переконливості системи власних доказів, ТФ виступає у ролі маркера економічного дискурсу, когезійним елементом даного тексту і, водночас, атракційного елемента, оздоби, що привертає увагу читача. Іntenції адресата передбачають наявність певної стратегії у досягненні прагматичного ефекту професійно-зорієнтованого повідомлення, тактичними прийомами якої є специфіка структурної побудови тексту і його наповнення відповідними елементами, зокрема, ТФ. Повторюючи ТФ у різний спосіб, автор повідомлення задає спокійний тон, атмосферу довіри та забезпечує передбачуваний характер комунікації, встановлює свою роль авторитета, фахівця, "привчає" адресата до цих ТФ, сприяє їхньому потраплянню до активного словника користувачів мови.

Як видно з попереднього прикладу та більшості дібраних нами фрагментів, кожний логічно оформлений текстовий відрізок містить доволі симетричну сітку ТФ із певною логікою повторення. У публіцистичних текстах це, зазвичай, увесь простір статті, у науковому – певні його фрагменти. ТФ може наводитися у повній та еліптичній (якщо така є) формі (*niepewność konsumenta - niepewność; pokusa nadużycia zaufania konsumenta - pokusa nadużycia*), наводить синонімічний англомовний термін, що характерно для наукового економічного дискурсу або утворює численні okazionalni відповідники із прозорою семантикою, «грає» словами, вдається до евфемізації для урізноманітнення текстової шати і уникнення тавтології, що типово для економічної аналітичної публіцистики. Добираючи джерельний термін для синонімічних ОТФ, автор зазвичай використовує конотативний потенціал таких ЛО, наприклад, для ключового ОТФ *kredytowy entuzjazm* протягом тексту наводиться два okazionalni відповідники

ofensywa kredytowa, kredytowa eksplozja, що є термінологізмами, трансформованими з військової сфери, які несуть конотацію катастрофи, лиха, екстремального явища, некерованості, шкоди для людини. Аналізуючи подібні термінологізми, можна прогнозувати наявність мовного у даному випадку потенціалу джерельних термінів *gorączka, głód, inercja, lawina, nacisk, piętrzenie się, przegrzanie, wyścig* для творення ОТФ.

Таким чином, прагматика ТФ в економічних текстах полягає у функціонуванні цих одиниць у якості лексичних маркерів, що сприяють ідентифікації дискурсу читачем та позначають межі композиційних відрізків тексту для зручності в орієнтації у ньому. Цей аспект функціонування ТФ прямо пов'язаний із інтенціями автора повідомлення, його соціальними параметрами та даними комунікативної ситуації. ТФ як прагматична одиниця реалізує свій потенціал передачі і маніпулювання інформацією, що міститься у змісті поняття, номінованого ТФ, приваблює увагу адресата до поняття, доносить точку зору автора, його ставлення і оцінку описуваних фактів, явищ, подій. Відправник повідомлення використовує контекст як доказ достовірності інформації, для адресата контекст є допоміжним інструментом адекватного і коректного витлумачення значень ТФ та змісту усього тексту.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Литературные языки и языковые стили. – М.: Высшая школа, 1967. – 378 с.; 2. *Лотте Д.С.* Основы построения научно-технической терминологии. – М.: Изд-во АН СССР, 1961. – 157 с.; 3. *Май Лукунь*. Подстили и жанры экономического текста // Русский язык: система и функционирование (к 80-летию проф. П.П.Шубы): Матлы III Междунар. научн. конф. (Минск, 6 – 7 апреля 2006 г.) / Белорусский госуниверситет. – Минск: РИВШ, 2006. – Ч.2. – С.98 – 101.; 4. *Федуленкова Т.Н., Ширяева Ю.А.* Коммуникативная валидность терминологической фразеологии // Прикладная лингвистика без границ. Материалы международной конференции в Российском Государственном Педагогическом Институте им. А.И. Герцена. — С.-Петербург, 2004. — 212 с.; 5. *Lejchyk W., Biesikerska L.* Terminoznawstwo: przedmiot, metody, struktura. – Białystok, 1998. – 184 s.

Пейчева О.М. (Одеса, Україна)

Про ступінь засвоєння діалектних рис південнослов'янськими літературними мовами

У статті досліджується ступінь засвоєння фонетичних діалектних рис південнослов'янськими літературними мовами.

Ключові слова: південнослов'янські літературні (стандартні) мови, мовна норма, діалект, діалектний континум, фонема, субститут, елізія, нестабільний консонант.

В статье исследуется степень восприятия фонетических диалектных черт (в частности, нестабильности некоторых консонантов) южнославянскими литературными языками.