

УДК 811.111'373.46:33]'371:070.432

ПРАГМАСЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ У ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

Снеда Ю.С., аспірант кафедри іноземних мов для природничих факультетів,
асистент кафедри англійської філології

Львівський національний університет імені Івана Франка

Статтю присвячено аналізу провідних прагмасемантичних особливостей економічної лексики в текстах англійських газет. Подано визначення професійної термінології та економічної лексики, досліджено поєднання загальноновживаної лексики з фаховою економічною термінологією в англійських газетних статтях.

Ключові слова: професійні терміни, економічна лексика, денотат, конотат, синтаксична конструкція.

Статья посвящена анализу ведущих прагмасемантических особенностей экономической лексики в текстах англоязычных газет. Даны определения профессиональной терминологии и экономической лексики. Исследовано сочетание общеупотребительной лексики с профессиональной экономической терминологией в англоязычных газетных статьях.

Ключевые слова: профессиональные термины, экономическая лексика, денотат, конотат, синтаксическая конструкция, лексическая конструкция.

Snieda Yu.S. PRAGMATIC SEMANTIC FEATURES OF ECONOMIC LEXIS IN ENGLISH MASS MEDIA ARTICLES

The article is devoted to the analysis of the leading pragmatic semantic features of the economic vocabulary in the texts of English-language newspapers. The definition of professional terminology and economic vocabulary is given. The combination of commonly used vocabulary with professional economic terminology in English-language newspaper articles is explored.

Key words: professional terms, economic terms, economic lexis, denotation, connotation.

Постановка проблеми. Політичні та економічні зміни є невіддільними процесами у сучасному житті. Швидкісний темп економічного та технічного прогресу суттєво впливає на світову економіку, змінюючи стандарти, впроваджуючи нові етапи розвитку і забезпечуючи інформативну та фактичну базу для засобів масової інформації (далі – ЗМІ), що у ХХІ ст. набули нових форм, зокрема таких як інтернет-видання. Вплив засобів масової інформації на громадську свідомість дуже великий. Здатність швидко охоплювати найширші аудиторії дає їм змогу формувати суспільну думку, визначати суспільні цінності, і саме тому мова засобів масової інформації – важлива й актуальна проблема сучасних досліджень. Мова преси є безмежним спектром матеріалу для філологічних досліджень, оскільки містить загальноновживану та професійну лексику. Виникнення неологізмів, їх етимологія та функціонування у ЗМІ є суттєвими науковими питаннями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У другій половині ХХ ст. спостерігається прогресивний науковий, технічний, а відтак і професійний розвиток, що зумовив тенденцію до вивчення терміносистем. Дослідники розмежовують поняття «термін» і «слово», акцентуючи на різниці між загальноновживаною лексикою та

термінологією. Наприклад, Ю.Д. Апресян розмежовує лексику і термінологію суспільно-політичного змісту: «У разі, коли одне і те саме слово має строго термінологічне та нетермінологічне вживання, доцільно виділяти у нього два різні значення» [1, с. 63]. У практиці лексикологічних досліджень переважає саме розмежувальний підхід до термінології та загальноновживаної лексики. Терміни як лексичні одиниці є елементом словникового складу мови, отже, їх дослідження відбивають те, що характерне для всієї лексики: етимологію, еволюцію, використання.

Багато провідних науковців досліджували проблеми фахової лексики, спеціальні терміни та терміносистеми професійної мови (Ю.Д. Апресян [1], В.Д. Бялик [2], Р.І. Дудок [3], А.А. Котелова [4], Т.Й. Лещук [5], Н.Г. Наумова [6], Т.І. Панько [7], А.А. Реформатський [8]). Саме ознайомлення з окремими працями дозволяє зрозуміти принципи виокремлення спеціальних термінів, які закріплені за певними науковими дисциплінами, галузями виробництва і техніки. Термінологічна лексика – інформативна, тому у професійних сферах терміни незамінні, оскільки вони дозволяють чітко та точно сформулювати думку.

Український мовознавець Т.Й. Лещук у своїх працях стверджує: «Між загальноновживаними



словами і термінами не варто створювати штучного бар'єра, який може утруднити розуміння процесів термінотворення» [5, с. 60]. Враховуючи певні особливості, якими характеризуються терміни, потрібно їх розглядати стосовно загальних слів у співставленні, а не у протиставленні [5, с. 61]. Огляд окремих праць із фахової лексики дозволяє зробити висновок, що професійні терміни перебувають у постійному співвідношенні та у зв'язку із загальноживаними словами і таким чином збагачують мову.

Постановка завдання. У статті спробуємо розглянути економічну лексику в текстах ЗМІ як професійну, навести її приклади зі статей різних англійських періодичних видань, розглянути семантичні особливості окремих лексичних одиниць та визначити особливості економічної лексики в англійських статтях засобів масової інформації, висвітлити комунікативні та інформативні функції загальноживаної та професійної лексики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вживання термінологічної та професійної лексики соціально обмежене, оскільки така лексика використовується людьми однієї професії, які працюють в одній галузі науки або техніки. У загальному розумінні терміни – це слова, словосполучення, якими називають спеціальні поняття, процеси сфери політики, виробництва, науки, мистецтва, медицини і т. д. Кожен окремий професійний термін має дефініцію, надаючи предмету, процесу чи поняттю чітку характеристику; кожна галузь знань оперує своїми специфічними термінами, утворюючи терміносистему цієї сфери. Економічна лексика є мовою спеціалістів сфери економіки (макроекономіки, мікроекономіки, міжнародної економіки, банківської системи, фінансування, системи управління, маркетингу, системи оподаткування тощо), тобто належить до розділу «професійна лексика», що першочергово відрізняється від загальноживаної лексики частотністю використання у ній професійних термінів.

Вирішення ключових проблем дослідження економічної лексики залежить від того, які структурно-семантичні одиниці входять до її складу. Щоб відповісти на це питання, спробуємо дати власне визначення економічної лексики: лексика економічної сфери – це та частина словника, до якої входять назви предметів, понять, явищ, процесів суспільно-економічного життя, поєднаних із відповідними науками, професіями, розділами, галузями, такими як менеджмент, маркетинг, фінанси, інформаційні технології, виробництво, страху-

вання, оподаткування, статистика тощо. Центральною зоною функціонування одиниць економічної лексики, власне економічних термінів є спеціальна професійна комунікація фахівців у письмовій та усній формі. Однак ми зосереджуємо свою увагу на економічній лексиці в англійських засобах масової інформації, а саме у газетах «The Guardian», «The New York Times», «The Financial Times», «The Economist», опублікованих у 2016–2017 рр. Усі перелічені видання є національними та періодичними, а також доступними в Інтернеті, віртуальні публікації яких розділені на тематичні колонки, що спрощує візуальне сприйняття досліджуваного матеріалу. Відслідковування публікацій не тільки економічного спрямування, але й суспільного та політичного характеру дозволяє ствердити, що частотність використання економічної лексики вища у колонках різних сфер галузі економіки (світова економіка, банківські рейтинги, ринки цінних паперів, управління персоналом тощо), ніж у загальних оглядових статтях (освіта, наука, спорт, мистецтво, навколишнє середовище і т. д.), що є цілком закономірним.

Характерною рисою публікацій економічного спрямування є утворені словосполучення, де іменник трактується як економічний термін, а у поєднанні із прикметником становить словосполучення, і відноситься до загальноживаної лексики саме внаслідок описової функції прикметника. Наприклад, лексичні одиниці *market*, *economy*, *outcome* є однослівними економічними термінами, коли існують самостійно. У статтях зазначених вище газет зустрічаємо такі випадки: *flagging market* (мерехтливий, мінливий, хиткий ринок), *battered economy* (розтріпана, знищена економіка), *tangible outcome* (відчутний, реальний вихід продукції). Отже, у поєднанні із такими прикметниками ці лексичні одиниці не можуть трактуватись як економічні терміни, оскільки у них присутня експресія, метафоричність, а термінам такі особливості не притаманні. Такі новоутворені словосполучення мають структуру А (adjective)+N (noun).

Детальніше проаналізуємо прикметник *tangible*. У словнику економічних термінів знаходимо і професійні терміни із цим прикметником: *tangible assets* (реальні активи), *tangible property* (матеріальне майно), *tangible goods* (реальні блага). Власне вони є суто фаховими економічними термінами, спеціальними словами професійної мови.

Цікавою для лінгвістичного дослідження є лексична одиниця *margin*. У словнику

загальної лексики знаходимо кілька перших номінативних значень: край, грань, смуга. Дериватив *marginal* є прикметником (граничний, маргінальний, крайовий, проміжний). У поєднанні з іменниками він утворює економічні терміни *marginal amount*, *marginal cost*, *marginal pricing*, які дуже часто зустрічаються у статтях. Варто звернути увагу і на складений іменник із цією лексемою: *record margin* (compound noun), де *margin* набуває нового значення і згідно з контекстом синтаксичної конструкції, взятої зі статті однієї з англійських газет (*The decline has got record margin in comparison with the previous year*), перекладається як «рекордний, нечуваний, шалений відрив, тобто спад».

Фахову економічну лексику у статтях представляють як однослівні, двослівні, так і трислівні терміни, наприклад, однослівні терміни, що стали словами щоденного вжитку: *money*, *costs*, *pricing*, *scales*, *employment*, *perks*; двослівні: *real estate* (нерухомість), *material impact* (фізичний вплив), *temporary hiring* (тимчасове працевлаштування), *production pace* (темپ виробництва), *flexible resource* (гнучкий ресурс), *money laundering* (відмивання грошей); трислівні: *national living wage* (прожитковий мінімум у країні), *self-reported wellbeing* (особисте благополуччя), *offshore tax regimes* (офшорні системи оподаткування) і т. д.

Детальніше проаналізуємо останній із зазначених трислівний термін. Гучний скандал навколо офшорних компаній спричинив шалену кількість публікацій: журналісти досліджували причини, наслідки та всі можливі аспекти цього скандалу, а економічний термін *offshore tax regimes* став настільки популярним, що поступово перейшов у рейтинг загальноновживаної лексики. Однак *offshore* – це термін зі значенням «офшорна зона», а *tax regime* – «система оподаткування». Цей приклад показує, наскільки невидимою може бути межа між терміном та нетерміном.

Аналогічна ситуація із двослівним терміном *retirement age*: ця лексема є досить популяризованою і часто використовуваною, хоча насправді це суто економічний термін, що належить до спеціальних фахових слів галузі *HR* (*Human Resources*) – система управління людьми.

Аналізуючи інший приклад із тексту газети «The Guardian» (*Twelve national leaders are among 143 politicians, their families and close associates from around the world known to have been using offshore tax havens*), першочергово звертаємось за тлумаченням лексичної оди-

ниці *havens*. Семантичне поле цього слова є досить широким, однак його денотат – це «небеса», «небесне царство». У контексті наведеної синтаксичної конструкції метафоричне забарвлення слова *havens* надає особливого значення цьому словосполученню, оскільки читач сприймає і розуміє *offshore tax havens* як «податковий рай».

У газеті «The New York Times» публікація від 11 квітня 2016 р. містить речення із трислівним економічним терміном, що привертає увагу аудиторії: *Ukraine's morass of financial problems required a \$40 billion international bailout package*. Лексична одиниця *bailout*, що перекладається як іменник «порятунок» та як дієслово «виручити з біди», у поєднанні з іменником *package* набуває описової функції, а відтак може трактуватись як прикметник «рятивний». Отже, *international bailout package* розуміємо як «міжнародний пакет термінових (рятивних) виплат», або ж «міжнародний рятивний пакет виплат».

Ще одне слово у наведеному прикладі потребує уваги. *Morass* (*n*) у словнику загальної лексики трактується як «трясовиння, болото», однак у комбінації з економічним терміном *financial problems* набуває метафоричного значення – «безвихідь фінансових проблем». Саме у цьому випадку прослідковуємо прагматичний аспект функціонування економічної лексики у текстах газет.

У статті газети «The Guardian», що описує банківські рейтинги, виділяємо таке речення: *Central Bank of England leapfrogs other banks*. Перше значення дієслова *leapfrog* (*v*) – «перескочити» у значенні «випередити», однак у іншому словосполученні, взятому зі статті про кредитування, *leap frog financing* – це трислівний економічний термін, що трактується як «фінансування шляхом погашення і відновлення кредиту». Саме у такому словосполученні вбачаємо інше семантичне значення слова *leapfrog* – «ухилитися; обходити (перешкоду); діяти в обхід». Цими прикладами доводиться зв'язок загальної лексики і професійної фахової лексики, вплив однієї на іншу, що веде до виникнення економічного терміна.

Окрім економічних термінів, економічна лексика також містить певні професійні жаргонізми. Жаргон, або жаргон (фр. *jargon* – «незрозуміла мова»; «безглуздя»; «геллотання»; від гало.-ром. *gargone* – «базікання») – соціолект (один із різновидів соціальних діалектів), який відрізняється від літературної мови використанням специфічної, експресивно забарвленої лексики, синонімічної до слів загального



вжитку, а також фразеології, інколи з особливостями вимови. Жаргон виникає серед груп носіїв мови, об'єднаних спільністю професійних інтересів (медиків, комп'ютерників, викладачів, економістів тощо), однаковими захопленнями (жаргон мисливців, філателістів, рибалок), тривалим перебуванням у певному середовищі (військова служба, навчання). Жаргонізмами називають слова, що є нормативними в певному соціальному середовищі чи групі людей, і саме тому жаргонізми часто називають соціальними діалектизмами. Жаргонізми мають еквівалентність або тлумачення у літературній мові. Професійні жаргонізми переважно використовуються спеціалістами однієї професії, іноді залучаються у лексику звичних пересічних людей, котрі не є працівниками певної професійної галузі. Наприклад, *bear market* (біржовий ринок), на якому спостерігається тенденція до зниження курсів (акцій), пониження фондової кон'юнктури, та *bull market* (біржовий ринок), на якому спостерігається тенденція до підвищення курсів (акцій) та фондової кон'юнктури, будуть зрозумілі лише фахівцям сфери ринку цінних паперів та облігацій. Часто професійні жаргонізми переходять у розряд сленгів, оскільки комунікативна взаємодія між спеціалістами сфери та непрацівниками (тобто не задіяними у виробничі чи ментальні процеси) є неминуча, адже люди спілкуються у різних життєвих ситуаціях та на різні теми. Професійні жаргонізми, проникаючи у мову, поступово набувають характеристик сленгів та частково формують загальноживану лексику, як, наприклад, слово *ends*, яке в американській англійській, за даними Словника сучасного сленгу, має значення «гроші» [9, с. 152].

Іншою характерною ознакою спеціальної фахової лексики в англомовних статтях засобів масової інформації є наявність акронімів. Акронім (від гр. *ἄκροσ* – «найвищий, крайній») та *ὀ ὄνυμοσ, τό ὄνομα, ὄνυμα*, ще *ὀ ὄνομα* – «ім'я») – аббревіатура, що складається з початкових літер слів твірного словосполучення, наприклад: *ONS* (*Office for National Statistics*), *TSA* (*Total Service Area*), *UNHCR* (*United Nations High Commissioner for Refugees*), *HUAC* (*House UN-American Activities Committee*) та ін.

Висновки із проведеного дослідження. Англомовна медіасфера надає широкі можливості для вивчення сучасної англійської мови, її стилістично забарвленої лексики, особливостей публіцистичного стилю та лексичного насичення текстів періодичних

публікацій. Засоби масової інформації англійською мовою особливо цінні для лінгвістів, оскільки вони дозволяють побачити взаємозв'язок загальноживаної та професійної лексики, або ж, навпаки, вказують на чітке розмежування фахових і нефахових слів. Як показало викладене у цій статті дослідження, економічна лексика у текстах англомовних газет характеризується наявністю фахових термінів (однослівних, двослівних та трислівних), спеціальних слів, професійних жаргонізмів, сленгів та акронімів, поєднанням загальноживаної та професійної лексики. Прогнозовані детальніші дослідження економічної лексики в англомовних засобах масової інформації, а саме таких періодичних виданнях, як «The Guardian», «The New York Times», «The Financial Times», «The Economist», нададуть можливість простежити етимологію економічних термінів та з'ясувати способи їх проникнення у загальноживану лексику, визначити їх характерні структурні моделі та дослідити семантичні характеристики, прослідкувати їх прагматику в межах синтаксичних конструкцій та у контекстах різних медіажанрів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Апресян Ю.Д. Термины и нетермины с семантической точки зрения / Ю.Д. Апресян // Тезисы докладов на совещании, посвященном проблеме определения терминов в словарях. – М., 1974. – С. 63.
2. Бялик В.Д. Лексичний квантор в англомовному публіцистичному дискурсі : автореф. дис. ... докт. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / В.Д. Бялик. – К., 2013. – 23 с.
3. Дудок Р.І. Проблема значення та смислу терміна в гуманітарних науках : [монографія] / Р.І. Дудок. – Л. : ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2009. – 358 с.
4. Котелова Н.З. Семантическая характеристика терминов в словарях / Н.З. Котелова // Проблематика определения терминов в словарях разных типов. – Ленинград : Наука, 1976. – С. 38–47.
5. Лещук Т.І. Словництво і науково-технічний поступ (на основі німецько-українських лексичних порівнянь) / Т.І. Лещук. – Л. : Просвіта, 1994. – Кн. 4 : Проблема фахової лексики. – 1994. – 220 с.
6. Наумова Н.Г. Терминология деловой сферы общения / Н.Г. Наумова // Вісник Запорізького державного університету. – 2000. – № 1. – С. 128–130.
7. Панько Т.І. Соотношение интернационального и национального в общественно-политической терминологии восточнославянских языков / Т.І. Панько. – Л., 1984. – 178 с.
8. Реформатский А.А. Что такое термин и терминология / А.А. Реформатский // Вопросы терминологии : матер. Всесоюзного терминологического совещания. – М. : Изд-во АН СССР, 1961. – С. 39.
9. Dictionary of Contemporary Slang / T. Thorn. – 3rd ed. – London : A&C Black, 2009. – 495 p.