

інтернет-видань, які успішно використовуються журналістами для впливу на молодіжну читачську аудиторію та активного залучення її уваги до самих видань.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

American Cheerleader – АС

Girl's Life – GL

Keke Magazine – КМ

The Teenager Today – ТТТ

Teen Vogue – TV

Youth Time – YТ

Література:

1. Лазаренко С. Граматичні засоби актуалізації синсемантичності газетних заголовків. *Лінгвістичні студії*. Київ, 2008. Вип. 19. С. 91–94.
2. Шаповалова Г. Лексико-стилістичні особливості заголовків у сучасних українських друкованих ЗМІ. URL: <http://surl.li/mbyou> (дата звернення 12.10.2023)

**ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ
СУЧАСНОГО АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ**

Возніца О. І.

гр. змАУП-21

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Наук. керівник – к.філол.н., доцент Іванців О. В.

Економічний дискурс є постійним аспектом суспільного життя, з яким ми зустрічаємось щодня. Економічні проблеми та виклики, події та явища проникають у повсякденне життя та стають дедалі більш актуальними. Мета економічного дискурсу – передати знання про економічні явища, їх характерні риси та повідомити про стан економіки, її розвиток чи занепад, сформулювати певне ставлення до цих подій і спонукати до дій.

Актуальність теми дослідження визначається інтересом лінгвістів до функціональних аспектів мови, синтаксичних процесів, які сприяють широкому використанню низки мовних засобів. Крім того, економічні терміни, що застосовуються за допомогою мовних конструкцій, стали невід'ємною реальністю сучасного суспільства. Важливість дослідження економічного дискурсу пов'язана з тим, що він займає особливе місце не лише в країні, а й у суспільних процесах, що відбуваються в усьому світі.

Дискурс (франц. *discours* – це мовлення) – це комунікативна діяльність, інтерактивне явище та потік мовлення, що відбувається в межах певного каналу комунікації та регулюється стратегіями і тактиками учасників [1, с. 138].

Н. Молодча та В. Ільїн визначають економічний дискурс як всі вирази, які вживаються в галузі економіки, у тому числі ті, що створюються професіоналами, аматорами та журналістами у мовленні та писемних текстах для відображення реальних економічних явищ [6, с. 34; 12, с. 130]. Для економічного дискурсу характерне використання мовних прийомів, таких як евфемізмів, гіпербол, метафор тощо. Проте, їх використання обумовлено необхідністю маніпулювати аудиторією. Вибір певних мовних засобів пов'язаний з цілями адресанта. Це може бути приховування будь-якої інформації, переконання чи формування певного ставлення до будь-якої події тощо.

Т. Ліванова зазначає, що економічному дискурсу властиво використання різноманітних граматичних форм, економічних термінів, поєднання лексики різних жанрів, відсутність єдиної структури організації тексту [8, с. 71].

Лексичними особливостями сучасних економічних текстів є використання різнопланової лексики, велика кількість термінів і неологізмів. У загальному вигляді лексичний компонент мови економіки можна подати так:

1) слова, що позначають вузькоспеціальні поняття та складові вузькоспеціальної термінологічної лексики, зазвичай відмінної в різних мовах (безеквівалентна лексика): *the parent of Airbus* – керуюча компанія «Аеробус»;

2) слова, що позначають поняття, що входять до складу загальнонаукової економічної термінології: *contract* – контракт, *loss* – збитки, *sales* – продаж;

3) загальноповживані слова [7].

Велика кількість нових слів в економічному лексиконі англійської мови формується за допомогою словоскладання. За структурою, складні слова в економічній лексиці можна розподілити на чотири типи:

1) складні слова, які утворені з простих основ: *front-office*, *money-man*;

2) складно-похідні слова, такі як: *body shopper*, *home banking*, *code-sharing*, *hot-desking*, *short termism/-ist*, *office-hoteling*;

3) складноскорочені слова, наприклад: *ad-vid*, *tech biz*, *cred card*, *A-day*;

4) лексикалізовані синтаксичні утворення, такі як: *best-before/sell by (date)*, *hire-and-fire*, *just-in-time*, *business-to-business* [10].

В економічних статтях поміж термінами офіційного стилю зустрічаються і розмовні вирази: *buck* (долар), *to scoop up* (згрібати), *bigwig* (велика шишка, важна персона), *break even* (беззбитковість), *bottom line* (нідсумок) та інші. Наприклад: *New York's bigwigs have little to worry about these days* [13].

Популярні економічні тексти характеризуються також використанням різноманітних стилістичних засобів [2; 3; 4; 5]:

- уособлення для «оживлення» економічних явищ: *Despite the jitters, the smart money still says that Mrs Merkel will serve out her term* [13].

- порівняння: *Like a bubble, capitulation—investors' jargon for the final, frenzied phase of a rout—is accompanied by a kind of mania* [13].

- використання синонімії: *businessman* – *entrepreneur*, *stock exchange* – *bourse*, *to modify* – *to change*, *revenue* – *earnings* [13].

- часті випадки алюзії: *More imaginative conspiracists suggested that it was a Trojan horse to place American troops on Nepalese soil* [13].

- мовна гра, яка може бути заснована на повторі, розділенні слова або стійкого словосполучення, злитті або збігу слів: *On strategic decisions the firm has zigged when much of the apparel industry has zagged* [13].

- велика кількість власних назв: *Joe Biden took to the stage in Chicago this week to trumpet his economic plan* [13].

- використання метафор: *On the other side of the world, Chile's democratic government may soon find its hands tied* [13]. Найтиповішим прикладом метафоризації є застосування концепцій, пов'язаних із загальним значенням «людина, її внутрішній світ та її зовнішній світ: організм людини, її здоров'я, сім'я, дім, предмети загального вжитку, їжа, одяг, релігія, транспорт, інструмент тощо» [10]. Наприклад:

This week it emerged that Intel, America's chipmaking champion with Chinese sales of \$21bn last year, is about to axe thousands of jobs [13]. «То axe» означає «to reduce services, jobs, payments, etc. a lot or completely without warning or in a single action» [11].

*Not only do they advise on picking assets and tax-efficient investment strategies—they often find out about illicit affairs and which heirs might be a **problem child*** [13]. «Problem child» означає «a product or part of company that is losing money or needs a lot of investment to become competitive in a market that is growing quickly» [11].

Отже, результати аналізу свідчать про загальну тенденцію до використання термінів, неологізмів, а також стилістичних засобів у статтях на економічну тематику, метою яких є зробити їх унікальними, яскравими та цікавими для читача.

Література:

1. Бацевич Ф. С. *Основи комунікативної лінгвістики: підручник*. Київ: Академія, 2004. 336 с.
2. Біляк І. В. *Особливості функціонування мовної гри в сучасному англomовному новинному медіатексті*. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. 2013. № 1052, Вип. 74. С. 37 – 42.
3. Боднар С. В. *Мовні й соціокультурні особливості англomовного економічного дискурсу*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2015. № 19. Т. 1. С. 24 – 27.
4. Борисова О. В. *Лінгвокультурні проблеми відтворення англійських рекламних текстів українською мовою*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2020. № 44. С. 189 – 192.
5. Глінка Н. В. *Семантико-стилістичні особливості англomовних текстів публіцистичного стилю*. *Advanced education*. 2014. № 1. С. 6 – 12.
6. Ільїн В. *Метафізичний дискурс економічної теорії*. Філософська думка. 2006. № 5. С.127-142.
7. Коваленко О. В. *Особливості перекладу економічних термінів з англійської українською мовою у текстах новин у мережі інтернет*. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Т. 31 (70). № 2. Ч. 3. 2020. С. 80 – 86.
8. Ліванова Т. М. *Структурно-семантичні особливості термінології економічного дискурсу*. *Нова філологія: зб. наук. праць*. Запоріжжя: ЗНУ, 2005. № 1 (21). С. 71 – 76.
9. Хаба Н. *Стилістичні особливості англomовних газетних економічних статей*. *Перекладацькі інновації: матеріали V Всеукр. студент. науково-практ. конф., м. Суми, 12 – 13 берез. 2015 р.* Суми, 2015. С. 52 – 54.
10. Юсухно С. І. *Основні способи утворення неологізмів у сфері економіки*. URL: http://www.confcontact.com/2014-nauka-v-informatsionnom-prostranstve/fl4_yusuhno.htm (дата звернення: 21.09.2023).
11. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 03.10.2023).
12. Molodcha N. S. *Systemic and innovative lexicon of the economic discourse*. Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Іноземна філологія. Харків, 2016. Вип. 83 (34). С. 122 – 128.
13. *The Economist*. URL: <https://www.economist.com/> (дата звернення: 03.10. 2023).