

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Запорізький національний університет

**САНДІЙ Лариса Веніамінівна**

УДК: 811.111+81'373.43+81'276.6:62

**АНГЛОМОВНА АКТУАЛІЗАЦІЯ  
ФЕНОМЕНУ „ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ”:  
ЛІНГВАЛЬНИЙ І СОЦІОЛІНГВАЛЬНИЙ ПАРАМЕТРИ**

10.02.04 – германські мови

**Автореферат**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата філологічних наук

Запоріжжя – 2014

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі теорії та практики перекладу з англійської мови Запорізького національного університету Міністерства освіти і науки України

**Науковий керівник:** доктор філологічних наук, професор  
**Зацний Юрій Антонович,**  
завідувач кафедри теорії та практики перекладу  
з англійської мови Запорізького національного  
університету

**Офіційні опоненти:** доктор філологічних наук, професор  
**Дудок Роман Іванович,**  
завідувач кафедри іноземних мов для гуманітарних  
факультетів Львівського національного університету  
імені Івана Франка

кандидат філологічних наук, доцент  
**Таценко Наталія Віталіївна,**  
доцент кафедри германської філології  
Сумського державного університету

Захист відбудеться 26 березня 2014 року о 13.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 17.051.02 у Запорізькому національному університеті за адресою: 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66, навчальний корпус 2, аудиторія 224.

З дисертацією можна ознайомитися у науковій бібліотеці Запорізького національного університету за адресою: 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66, навчальний корпус 2.

Автореферат розіслано 22 лютого 2014 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради



Р. К. Махачашвілі

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Реферована дисертаційна робота присвячена дослідженню англомовної актуалізації феномену „економіка знань”. У науковій розвідці на базі інтегративної методики, що поєднує методи лінгвального (структурно-семантичного) і соціолінгвального аналізу, виявлено шляхи, способи та механізми утворення англійських лексичних і фразеологічних інновацій, релевантних щодо нового етапу розвитку світогосподарської системи – економіки знань (*knowledge economy*). Вибір стратегії дослідження логічно вписується в антропоцентричну систему координат сучасної мовознавчої науки, котра на початку третього тисячоліття демонструє наявність вражаючої кількості нових (інших) поглядів на мову та використання методів різних парадигм (поліпарадигматизм).

Антропоцентризм є засадничим положенням і методологічним підґрунтям цілої низки інтегративних підходів, які використовуються у наукових працях, присвячених висвітленню актуальних питань англійської неології, а саме *соціолінгвального* (В. М. Белозьоров, Ю. А. Зацний), *когнітивного* (І. В. Андрусак, В. І. Заботкіна, Н. В. Таценко), *лінгвофілософського* (Р. К. Махачашвілі), *лінгвокультурологічного* (Т. М. Антонченко, Т. А. Гуральник), *синергетичного* (О. Л. Гармаш, С. М. Єнікеева), *функціонально-прагматичного* (А. Е. Левицький, О. В. Ребрій), *психолінгвістичного* (Л. М. Мігірева, С. І. Тогоєва), *дискурсивного* (В. Д. Бялик).

Попри значний доробок мовознавців у галузі неології та існування ґрунтовних напрацювань вітчизняних і зарубіжних вчених у дослідженні англійської фахової мови економіки (В. Гендерсон, К. В. Житнікова, М. Нельсон, Л. П. Науменко та ін.), коло питань, які стосуються соціальних детермінант оновлення лексичного фонду англійської мови економічної сфери, потребує негайного розв’язання. Особливої ваги набуває дослідження процесів неологізації в лексичній системі англійської мови, котрі безпосередньо пов’язані з суспільно значущим явищем „економіка знань”.

**Актуальність** обраної теми полягає в тому, що інноваційні мовні процеси у словнику англійської мови, які відбуваються на зламі ХХ-ХХІ століть у зв’язку з розбудовою економіки знань, не знайшли висвітлення у новітніх лінгвістичних розвідках, а отже, потребують комплексного аналізу та системної інтерпретації на тлі соціокультурного контексту. Виняткове значення має дослідження мовних інновацій, що концентруються навколо понять, котрі належать до цілком нових для мови концептосфер і не вписуються у розроблений теоретиками та практикаками понятійно-термінологічний апарат економіки.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, темами.** Роботу виконано в межах комплексної наукової теми факультету іноземної філології Запорізького національного університету „Когнітивно-комунікативні та лінгвокультурологічні

параметри дослідження мовних одиниць” (код державної реєстрації 0113U000807), затвердженої Міністерством освіти і науки України.

**Метою** дисертаційного дослідження є аналіз лінгвальних і соціолінгвальних параметрів англomовних лексичних та фразеологічних інновацій-актуалізаторів феномену „економіка знань”. Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання таких *завдань*:

- окреслити критерії визначення словникового складу фахової мови економіки, детермінувати його структуру;
- виокремити нові лексичні й фразеологічні одиниці, що репрезентують феномен „економіка знань”;
- з’ясувати шляхи, способи, механізми та тенденції збагачення лексичного складу англійської мови сфери економіки;
- визначити особливості словотвірної, семантичної, фразеологічної неомінації та запозичень, що співвідносяться з явищем „економіка знань”;
- встановити кореляцію між інтралінгвальними та екстралінгвальними чинниками формування корпусу англomовних інновацій-актуалізаторів феномену „економіка знань”;
- охарактеризувати специфіку вербальної репрезентації ключових екстралінгвальних макрочинників: впровадження інформаційних технологій, параметрів глобальної економіки, переходу від „матеріальної” до „інтелектуальної” економіки.

**Об’єктом** дослідження є інноваційні процеси, що відбуваються у словниковому складі англійської мови сфери економіки.

**Предметом** дослідження стали лінгвальні (структурно-семантичні) і соціолінгвальні особливості англійських лексико-фразеологічних інновацій, які актуалізують феномен „економіка знань”.

**Матеріалом** дисертаційної роботи є 975 англomовних лексико-фразеологічних інновацій, що утворилися у період з 2000 до 2013 рр. і співвідносяться з суспільним явищем „економіка знань”. Робочу картотеку укладено шляхом суцільної вибірки з новітніх англomовних друкованих словників, електронних лексикографічних репозитаріїв (*The Rice University Neologisms Database, WordSpy, WorldWideWords* та ін.) й англomовної періодики за 2000-2013 рр.

**Гіпотеза** дослідження зводиться до твердження про існування багатоаспектної кореляції між процесами неомінації у словниковому складі англійської мови та контрoверсійними явищами, предметами, поняттями, що виникають у межах формування нової економічної парадигми – економіки знань.

**Теоретико-методологічним** підґрунтям двох базових підходів – *лінгвального (структурно-семантичного)* і *соціолінгвального*, – застосованих у науковій розвідці, є теорії ономасіології і семасіології (В. Г. Гак, О. С. Кубрякова,

О. О. Селіванова, В. М. Телія та ін.) і положення соціолінгвістики (Р. А. Гадсон, Ю. Д. Дешерієв, Н. Б. Мечковська, В. Стойчик). Аналіз лінгвальних і соціолінгвальних аспектів інновацій-актуалізаторів феномену „економіка знань” інтегрований у сучасну лінгвістичну парадигму і проводиться з точки зору антропоцентричної орієнтації сьогоденної мовознавчої науки. *Теорії ономазіології і семасіології* використано для здійснення опису кореляції між формою і змістом неологізмів (окрім терміна „неологізм” в роботі використовується низка термінів-субститутів – „новотвір”, „неономінація”, „мовна інновація”). *Положення соціолінгвістики* лежать в основі аналізу співзалежності внутрішньомовних та позамовних параметрів формування англійських інновацій сфери економіки. Окремі *ідеї лінгвокультурології* (А. Вежбицька, Є. М. Верещагін, В. А. Маслова) застосовано для розгляду культурно-маркованих неономінацій, а *принципи лінгвосинергетики* (І. О. Герман, Л. С. Піхтовнікова) враховано при визначенні полярних тенденцій, що визначають вектор розвитку словникового складу англійської мови економічної сфери.

У реферованій дисертації використано загальнонаукові **методи дослідження** – емпіричні (спостереження, опис) та теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення, класифікація і т. ін.). В межах **лінгвального (структурно-семантичного) підходу** застосовуються лінгвістичні методи, котрі залучають: *тезаурусний метод*, який уможливив розкриття змісту неологізмів через словникові дефініції; *структурний аналіз*, що дозволив визначити шляхи, способи і механізми формування новітнього словника економічної сфери як цілісної системи; *словотвірний аналіз*, за допомогою якого визначено механізми творення неодериватів; *контекстуальний аналіз*, котрий використано для з’ясування семантики мовних інновацій у конкретному лінійному синтагматичному оточенні; *компонентний аналіз*, що надав можливість виявити складові семантики новотворів; *етимологічний аналіз*, застосування якого дозволило зіставити сучасну й історичну структуру неологізмів; *кількісний аналіз*, який залучено для визначення кількісних характеристик основних кластерів нових лексичних і фразеологічних одиниць.

У межах **соціолінгвального підходу** використано такі методи: *кореляційний аналіз* мовних змін і параметрів позамовної (соціальної) дійсності; *лінгвокультурологічний аналіз* вагомої й актуальної соціокультурної інформації, зосередженої в семантиці неономінацій; *функціонально-прагматичний аналіз* співзалежності новотворів і умов їхнього вживання в певному комунікативно-прагматичному просторі.

**Наукова новизна** результатів дисертаційного дослідження полягає в тому, що на основі інтегративної методики *вперше*:

- проаналізовано специфіку актуалізації феномену „економіка знань” у сучасній англійській мові;
- визначено шляхи, способи, механізми та тенденції неологізації словникового складу фахової мови економіки;
- охарактеризовано особливості формування і семантичної еволюції лексико-фразеологічних інновацій-актуалізаторів складових „економіки знань”;
- виявлено екстралінгвальні чинники й описано кореляцію між інноваційними процесами в англійській мові та сучасним етапом розвитку світової економіки, що полягає в безпрецедентному прискоренні темпів створення і накопичення знання.

**Теоретичне значення** дисертаційного дослідження полягає в тому, що отримані результати є внеском у такі галузі англістики, як словотвір, семантика, фразеологія англійської мови; доповненням до розробки положень неології, прагматики, лінгвокультурологічних аспектів англійської мови; внеском у загальну семіотику і соціолінгвістику. Зокрема, *словотвір* доповнено висновками про шляхи та способи формування неформантів і нові механізми утворення семантичних дериватів. Внеском у *фразеологію* є виявлення і аналіз способів утворення нових фразотворчих моделей. Внеском у *неологію* – розкриття тенденцій розвитку англійської мови сфери економіки на лексико-семантичному та морфологічному рівнях. *Соціолінгвістику* доповнює інтерпретація інноваційних процесів у лінгвальному фонді економічної галузі на тлі соціокультурного контексту. Внеском у *лінгвокультурологію* є аналіз культурно-маркованих англомовних інновацій, а у *прагматику* – виявлення специфіки функціонування і прагматичного потенціалу новотворів.

**Практичне значення** наукової роботи полягає в можливості використання матеріалів і результатів дослідження в курсах лексикології англійської мови (слово як основна одиниця мови, ономасіологія, семасіологія, фразеологія, фахова лексика), стилістики англійської мови (стилістичні функції новотворів у фаховій мові), перекладу (переклад неонімацій, інтерпретація лінгвальної та екстралінгвальної інформації), лінгвокраїнознавства (суспільно-економічне життя англофонних країн); у навчально-методичній роботі; на практичних заняттях з англійської мови для професійного спілкування; у лексикографічній практиці (укладання словників, термінологічних глосаріїв і довідників).

**Апробація роботи.** Основні положення і висновки дисертації виголошувалися у доповідях на 18 науково-методичних та науково-практичних конференціях, у тому числі: 16 *міжнародних*: „Іноземна філологія у XXI столітті (Запоріжжя, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013), „Навчання загальнонавчаної та ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як?” (Дніпропетровськ, 2009), „Мова і культура” (Київ, 2009), „Інтеграційні процеси у викладанні іноземних мов: теоретичні та прикладні аспекти” (Львів, 2009), „Пріоритети германського і

романського мовознавства” (Луцьк, 2010, 2011, 2013), „Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість” (Острог, 2010), “English in Globalized World” (Кам’янець-Подільський, 2012), „Актуальні проблеми філології, американські та британські студії” (Київ, 2012), “Translatio i Kultura” (Варшава, 2013); “Сравнительно-сопоставительное языкознание в условиях глобализации: проблемы и перспективы” (Казань, 2013); 2 *національних і регіональних*: „Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація” (Харків, 2008), „Актуальні питання лінгвістики, літературознавства та інноваційної методики викладання іноземних мов” (Тернопіль, 2011).

**Публікації.** Результати дисертаційного дослідження висвітлено у 18 одноосібних публікаціях, з них 10 наукових статей, опублікованих у фахових виданнях України; 2 статті, які надруковано за кордоном (Польща, Росія); 6 тез доповідей. Обсяг публікацій – 6 друкованих аркушів.

**Обсяг і структура роботи.** Загальний обсяг роботи становить 354 сторінки, основний текст – 203 сторінки. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел (теоретичних – 471 найменування, лексикографічних та електронних – 38 позицій, джерел ілюстративного матеріалу – 152 англomовних видання), додатків (А, Б). Одним із додатків є англо-український глосарій лексико-фразеологічних інновацій-актуалізаторів феномену „економіка знань”, в якому наведено 975 слів і словосполучень, що слугують матеріалом дослідження і супроводжуються дискурсивними прикладами з періодичних джерел.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету та завдання, визначено об’єкт, предмет і методи дослідження, надано відомості про наукову новизну, теоретичне і практичне значення дисертації, викладено положення, що виносяться на захист.

В першому розділі – **«Теоретико-методологічні засади дослідження англomовних інновацій-актуалізаторів феномену „економіка знань”»** – окреслено базові принципи, методологію та методику дослідження й аргументовано вибір напрямку здійснення наукової розвідки. Відтак витлумачено зміст центрального поняття „економіка знань”, наведено критерії визначення фахової мови економіки, детерміновано склад і структуру її лексичного корпусу, охарактеризовано ключові ознаки лінгвальних інновацій сфери економіки.

У реферованій дисертації новий феномен постіндустріального суспільства „економіка знань” розглядається як один із першорядних соціальних макрочинників, котрі детермінують активні неогенні процеси у словниковому складі англійської мови. Термін „економіка знань (*knowledge economy*)”, уведений у 1962 році австро-американським економістом Ф. Махлупом, став надзвичайно

поширеним наприкінці 90-х років XX століття для найменування нової моделі економіки, істотними особливостями якої є принципові зміни у філософії економічного буття.

Дослідження мови як інструмента економічних відносин оформилися в окрему лінгвістичну дисципліну ще на початку XX століття завдяки зусиллям німецького вченого Е. Мессінга, котрий запровадив термін „економічна лінгвістика” (нім. *Wirtschaftslinguistik*), та науковим пошукам представників празької школи З. Ванчури та Х. Зібеншайна. В англістиці потреба студіювати мову сфери економіки (*Business English, English of Business and Economics, English for Business Purposes*) стала усвідомлюватися у 50-60-х рр. минулого століття на тлі загального зацікавлення мовами для спеціальних цілей. Проте в сучасних лінгвістичних студіях дотепер немає одностайної позиції щодо трактування такого явища, як „мова фаху”. Неодноразові спроби вчених (В. О. Грубов, Т. Р. Кияк, Л. Дрозд, Л. Хоффманн) дати відповідь на запитання, якими є критерії визначення мов професійного призначення, – свідчення потреби критичного переосмислення вихідних теоретичних положень мов фаху. Необхідність уточнення позицій виникає через вагомні зміни у фаховому дискурсі (поява нових підмов, терміносистем, міжсистемна взаємодія та ін.).

У реферованій роботі *фахова мова економіки* розглядається як складна неоднорідна система, яка включає спеціальні підмови окремих дисциплін (фінансів, маркетингу та ін.) і охоплює сукупність лінгвальних засобів, котрі орієнтовані на потреби економічного фаху і використовуються мовцями у професійно окресленій сфері комунікації для забезпечення оптимального порозуміння між людьми, зайнятими у цій галузі діяльності / знань або долученими до неї. Мову сфери економіки вирізняє тематична інтерференція, гнучкі зв'язки з іншими мовами спеціального призначення та загальнолітературною мовою, низький ступінь абстрактності, здатність реалізовуватися в різних функціональних стилях і виконувати роль медіатора між спеціалістами й широким загалом.

*Словниковий склад англійської мови економічної сфери* (за іншою термінологією – *економічний лексикон, економічний вокабулярій*) – це три відносно самостійних лексичних прошарки: 1) спеціалізована (економічна) лексика; 2) загальнонаукова лексика; 3) загальноповживана лексика. Кожному прошарку відведено свою роль, однак, основу фахової мови економіки складає спеціалізована лексика – *терміни, професіоналізми, професійні жаргонізми (сленгізми)*, а змістовим ядром служить економічна термінологія. Таким чином, мова сфери економіки не може мати самостійний статус і бути незалежною формою прояву, оскільки вона актуалізується в текстах економічного дискурсу, які інтегрують не лише терміни, професіоналізми, професійні жаргонізми



(сленгізми), а й загальнонаукову термінологію і найбільш частотні слова загальнолітературної лексики, котрі дозволяють підтримувати комунікацію.

Специфікою процесів формування нового економічного лексикону англійської мови є те, що у зв'язку із потребою швидко номінувати новосформовані поняття термінологія часто „не встигає” за подіями. За відсутності термінологічних одиниць для позначення спеціальних понять залучаються номінації (терміноїди, передтерміни, професіоналізми, професійні жаргонізми), ступінь термінологічності яких нижчий, ніж у термінів, і котрі демонструють багатозначність, невизначеність семантики, експресивність, контекстуальну зумовленість. На сьогодні будь-які спроби чітко розмежувати основні прошарки фахового лексикону виглядають не дуже перспективними через те, що елементи нової спеціалізованої лексики сфери економіки вільно циркулюють з однієї страти в іншу, потрапляючи в тексти різних функціональних стилів у всіх ділянках економічного дискурсу.

В дисертаційній роботі *неологізм* розглядається як новий за формою і змістом або новий лише за формою чи лише за змістом мовний знак (словотворчий елемент, слово, словосполучення). На основі аналізу процесів неологізації економічного вокабуляря англійської мови охарактеризовано ключові ознаки лінгвальних інновацій сфери економіки (ореол новизни, незвичність форми і / або змісту, здатність служити засобом мовної гри, поліфункціональність, культурна маркованість, асоціативний потенціал).

Специфіка англійської мови інновацій сфери економіки полягає в тому, що вони функціонують у просторі, де процеси взаємодії суб'єктів економічних відносин регулюються конкуренцією, і де сьогодні маніпулюють не так матеріальними об'єктами, як ідеями, образами, інтелектом, знаннями. Потреба розв'язувати складні практичні завдання призводить до зростання частки неологізмів, що репрезентують нові реалії за допомогою культурно-маркованих мовних одиниць, власних назв (ергонімів, антропонімів та ін.), мовностилістичних засобів увиразнення (метафора, метонімія, метафтонімія), стилістичних фігур (обігравання звукової оболонки слів, алітерація, редуплікація, оксюморон).

Якщо екстраполювати універсальні принципи синергетики на лексичну систему, тоді сучасний лексикон сфери економіки слід трактувати як середовище (систему) з потенційно різними, альтернативними шляхами розвитку. Протилежні лінгвальні тенденції розглядаються як біполярні опозиції, котрі відіграють не руйнівну, а важливу конструктивну роль, оскільки служать спочатку імпульсами, а згодом реалізаціями нововведень у системі англійської мови.

У другому розділі – **«Шляхи та способи номінації понять „економіки знань” в англійській мові»** – розглянуто основні шляхи, способи і механізми утворення англійських інновацій-актуалізаторів нової економічної моделі – „економіки знань”.

Структурно-семантичний аналіз дозволив дійти висновку, що провідними шляхами неонімації в англійській мові сфери економіки є *словотвірна номінація, семантична номінація, фразеологічна номінація, іншомовні та внутрішньомовні запозичення*. До способів *словотвірної номінації* відносимо вербокреацію і формокреацію (терміни С. М. Єнікєєвої). Під вербокреацією розуміємо появу нових за формою і змістом лексичних одиниць, в яких джерело деривації змінює свою морфологічну структуру (афіксація, словоскладання, гібридні скорочення, телескопія). Під формокреацією маємо на увазі формальні модифікації (ініціальна аббревіація).

В новітньому економічному лексиконі англійської мови джерелами афіксації є комбінувальні форми класичного (греко-латинського) походження; традиційні афікси, зафіксовані у системі англійської мови; нові „уламкові” словотворчі елементи (неоформанти). Афіксальні неологізми (185 одиниць – 19% вибірки) формуються на базі тезауруса морфем, що налічує 68 словотворчих елементів, з них: комбінувальних форм і нових формантів ініціального типу – 24 (35%), суфіксів – 18 (27%), префіксів – 15 (22%), комбінувальних форм і нових формантів суфіксального типу – 11(16%). До арсеналу словотворчих засобів входять як автохтонні (22%), так і запозичені морфемі різної етимології (латинські – 38%, грецькі – 30%, французькі – 6%, іспанські – 2%, перські – 2%).

Провідна роль у творенні неодериватів належить комбінувальним формам (51% тезауруса морфем). Основними характеристиками комбінувальних форм (як-от, *-crasy, giga-, -logy, micro-, multi-*) є їхня здатність акумулювати семантику повних слів-корелятивів і утворювати комбінації з основами слів, афіксами та іншими комбінувальними формами. Формування інноваційної лексики відбувається й за рахунок типових для англійської мови словотвірних моделей з використанням зафіксованих у системі англійської мови афіксів, а саме: суфіксів (субстантивних (*-ation, -dom, -er, -ie, -ism, -ista, -itis, -ity, -ness*), дієслівних (*-ate, -fy, -ize*), ад’єктивних (*-ian, -ish, -ic*)), префіксів (*anti-, de-, dis-, hyper-, inter-, Mc-, pre-, re-*).

До характерних рис префіксації відносимо активне використання префіксів з контрарною семантикою (12% тезауруса морфем) – *anti-, de-, dis-, down-, re-, un-, under-, up-*, котрі беруть участь у створенні антонімічних пар: *anti-EU* (порівн. *EU*) „налаштований проти Євросоюзу”, *to demall* (порівн. *mall*) „перетворювати критий торговий центр на відкритий”, *disintermediation* (порівн. *intermediation*) „усунення посередників у ланцюжку постачання”. Антонімічні парадигми стають важливим чинником внутрішньої системної організації фахового лексикону економіки.

На відміну від префіксів, що, як правило, не змінюють частиномовну приналежність похідних дериватів, чимало суфіксів є транспонувальними, тобто здатні виконувати транскатегоріальну функцію і переводити твірну основу в іншу

лексико-граматичну категорію, наприклад, за такими моделями:  $N + \text{suffix} \rightarrow V$  (*to Coca-Colonize, to WalMartify*),  $N + \text{suffix} \rightarrow \text{Adj}$  (*McDonaldish, globophobic*),  $\text{Adj} + \text{suffix} \rightarrow V$  (*to glocalize, to suburbanise*),  $\text{Adj} + \text{suffix} \rightarrow N$  (*greenability, worklessness*),  $V + \text{suffix} \rightarrow N$  (*customization, Enronization*).

До процесів неомінації активно залучаються нові „уламкові” словотворчі елементи (неоформанти), а також знаки, співвіднесені з немовними семіотичними системами, як-от, приміром, фрагменти доменних імен *.biz, .com, .net, .org* (наприклад, *dot-biz, dot-commer, dot-net, dot-orging*). Поява нових формантів і моделей тісно корелює із „зовнішніми” чинниками, а саме: переходом економіки у віртуальний простір (*cyber-, digi-, info-, techno-, web-*), світовою інтеграцією (*Euro-, globo- / glob(i)*), зміною економічної парадигми (*adver-, eco-, flexi-, -nomics, -preneur, tele-*). Активізація неоформантів призводить до урізноманітнення морфемної комбінаторики та утворення нових моделей „складання” морфем. Причинами появи дериватів, отриманих за допомогою довільно фрагментованих лексичних одиниць, є адаптація мовних інновацій, створених шляхом словоскладання, телескопії чи абрєвіації, „затемненість” морфологічних меж та швів, зростання ролі індивідуально-творчого начала в актах номінації, дія механізмів аналогії.

В економічному лексиконі нові композити репрезентовані різними структурними типами: слова, утворені складанням простих основ (33%) – *greenwash, rightshore*; складно-похідні слова (39%) – *data-mining, interrupt-driven*; складноскорочені слова (13%) – *CEO-level, WTO-compatible*; лексикалізовані синтаксичні утворення (15%) – *clicks-and-mortar, pay-per-click*. Створення деяких складних слів супроводжується компресією, котра поєднується з реверсією, як-от: *to click to get rich > get-rich-click, hopping a job > job-hopping, working from a distance > distance-working, poor in information > information-poor*.

Деякі новотвори формально нагадують складні слова, але по суті є продуктами інших словотворчих актів. Зокрема, пошук мовцями нових асоціативних зв'язків і мотивації в рамках внутрішньої форми слова призвів до появи таких найменувань, як *blamestorming, brandstorming* (порівн. *brainstorming*), *stuckholder* (порівн. *stockholder*), *stoplifting* (порівн. *shoplifting*), *killboard* (порівн. *billboard*), *prairie-dogging* (в біології *prairie-dog* – ховрах), *tenbagger* (у бейсболі *twobagger* – дубль, що дає право гравцю на дві бази).

Аналіз загалу неологізмів в англійській мові сфери економіки дозволив виокремити три основні структурні типи скорочень: 1) ініціальна абрєвіація; 2) телескопія; 3) гібридний (змішаний) відабрєвіатурний слово- і фразотвір. Ініціальні абрєвіатури поділяються на ініціально-літерні (*CKO < Chief Knowledge Officer; TMT < technology, media and telecommunications*), ініціально-звукові (*BRICS < Brazil, Russia, India, China, South Africa; SIFI < systemically important financial institution*), ініціально-літерно-цифрові (*B2C < business-to-consumer*;

*N 11 < the Next Eleven*). Через поширення процесів абрєвіації не лише у писемному фаховому мовленні, а й в усному спілкуванні, зростає частка одиниць звукового різновиду ініціальної абрєвіації (акронімів). Серед ініціальних абрєвіатур майже третину (30%) складають омоакроніми (наприклад, *EAGLEs < emerging and growth-leading economies; MIST < Mexico, Indonesia, South Korea, Turkey; NINJA < no income, no job or assets*), що є прикладами фонографічного збігу з реєстровими одиницями словника (*eagles* – орли; *mist* – туман, імла; *ninja* – відважний японський воїн). До особливостей ініціальної абрєвіації в економічному лексиконі відносимо активне залучення ономастичних реалій (*CIVETS, VISTA*), утворення абрєвіатур шляхом згортання висловлювань (*BYOD, TGIM*), включення у склад мовних знаків цифрових символів для числового (*G8+5, 3BL*) і для фонетичного використання (*B2C, C2B2C*).

Формування телескопійних неонімацій економічної сфери відбувається за такими основними моделями: *ab + cd > ad* (*fictomercial < fiction + commercial, promotainment < promotion + entertainment*); *ab + cd > abd* (*brandscape < brand + landscape, slowflation < slow + inflation*); *ab + cd > acd* (*philanthrocapitalism < philanthropy + capitalism, slogo < slogan + logo*); *ab + cd > a(b/c)d* (*freeconomics < free + economics, marketecture < market + architecture*). За семантичним походженням усі телескопійні одиниці поділяємо на три типи: *парадигматичні*, твірні лексеми яких знаходяться в антонімічних, синонімічних, гіперо-гіпонімічних відношеннях (*co-opetition < co-operation + competition, investomer < investor + customer*); синтагматичні, твірні лексеми яких утворюють словосполучення (*fiscalamity < fiscal calamity, kidfluence < kid's influence*), синтагматичні з реверсивним порядком слів (*agflation < inflation (driven) by agricultural sector, mancession < recession (that affects) men*). Телескопізми вважаємо результатом мовної гри. Максимальний вияв гра слів виявляє себе при залученні паронімічної атракції – створенні нових телескопійних одиниць, в яких мотивувальні основи демонструють фонемно-графемну подібність (*fake-ation, funemployment, murketing, returnment*).

Гібридні відабрєвіатурні мовні знаки утворені всупереч регулярним (облігаторним) правилам. Ці неоднорідні єдності представлені афіксальними дериватами (*B2Ber, CEOcracy, IMBYism*), композитами (*EU-wide, PDA-banking, WTO-plus*) і словосполучками, що набувають статусу стійких (*CNN effect, NASCAR effect, B2B commerce*). Своєрідним варіантом гібридних найменувань є мовні одиниці, у складі яких літери використовуються як графічне унаочнення (*LUV recovery, T-shaped, X-shaped recovery*).

*Семантичну номінацію* репрезентують конверсія та семантична деривація. Конверсія поширюється на лексеми з морфологічною структурою різного ступеня складності: прості основи слів – *Dell* (v), *office* (v), ініціальні скорочення – *Nasdaq* (v), *RIF* (v); композити – *kitchen-sink* (v), *showroom* (v); полікомпонентні

синтаксичні структури – *pay-per-read* (n), *squeeze-and-tease* (n). Твірними основами для неологізмів-конверсивів, що утворюються за моделями  $N \rightarrow V$  (*to Amazon, to betamax*),  $V \rightarrow N$  (*lock-in, melt-up*),  $Adj \rightarrow V$  (*to green*),  $Adj \rightarrow N$  (*deliverables, unhirables*), виступають і загальні назви, й ономастичні реалії. Творення відонімних конверсійних одиниць (*to eBay, to FedEx*) супроводжується деонімною конверсією (переходом власних назв у розряд загальних назв).

Семантична деривація відбувається двома способами: з перенесенням назви з одного предмета / явища на інший предмет / явище за їхньою схожістю чи суміжністю (метафора, метонімія, метафтонімія); без перенесення (евфемізація, дисфемізація). Систематизація метафоричних неологізмів (285 од. – 29% загальної вибірки) за принципом приналежності до області-джерела показала, що в сучасному економічному лексиконі особливого значення набувають образні знаки, в яких використовуються антропоморфна образність (27%) – *corporate anorexia, stomach share*; артефактні образи (24%) – *chain saw consultant, iPod halo effect*; елементи світу природи (16%) – *green shoots, lion food*; образи міфологічно-релігійної та літературної спадщини (10%) – *Goldilocks economy, super angel*; символіка кольору (9%) – *black swan, green accounting*; мілітарні образи (7%) – *guerrilla marketing, torpedo stock*; гастрономічні образи (4%) – *cappuccino economy, marzipan layer*; образи зі світу спорту та азартних ігор (3%) – *arrow shooter, casino culture*.

Класифікація метафоричних неонімацій відповідно до області-реципієнта дозволяє стверджувати, що основними центрами концентрації метафоричних найменувань у фаховому лексиконі сфери економіки є такі предметні області, як „Фондовий ринок та інвестиційна діяльність” (29% від кількості неологізмів-метафор), „Організаційно-корпоративна культура” (26%), „Бізнес-діяльність компаній” (16%), „Маркетинг” (9%) та ін. Зростання кількості неологізмів-метафор в окремих денотативних зонах свідчить про соціальне напруження й загострення антагонізмів у відповідних підсферах економіки.

Метонімічне перенесення відбувається за такими схемами: **частина** → **ціле** (*all-hands meeting, Davos man*); **частина 1** → **частина 2** (*super suit, tweeds-to-riches*). Приплив метонімічних назв у деяких предметних областях („Фінансовий ринок”, „Корпоративна культура”, „Електронна комерція”, „Економічна глобалізація”) пояснюємо потребою учасників фахового мовлення сконцентрувати увагу на ключових ознаках нових реалій. У низці мовних інновацій спостерігається синхронна дія механізмів метафори та метонімії, яку у лінгвістичних студіях називають метафтонімією (термін Л. Гуссенса): *brain circulation, dirty-white-collar, golden hello*.

Евфемія та дисфемія здебільшого не передбачають перенесення назв з одного предмета / явища на інший предмет / явище. В економічному лексиконі евфемізми, що використовуються з метою позитивізації чи нейтралізації денотата,

виникають для приховування таких явищ і процесів, як скорочення персоналу (*bright sizing, RIF < reduction in force*), стан безробіття (*given the pink slip, uninstalled*), дискримінація працівників за віком, статтю, етнічною приналежністю (*bamboo ceiling, third age*), кризові прояви в економіці (*downgrowth, negative profit*), податковий тиск (*fiscal conservatism, revenue enhancement*), приховування нечесних операцій (*creative accounting, creative bookkeeping*). Рушієм дисфемізації у мові економіки є загальна тенденція до легітимізації знижених мовних форм у сучасному суспільстві. Зниження до статусу дисфемі досягається за рахунок використання гіпертрофовано-негативної експресивності (*Eurogeddon, killboard*), асоціацій із сексуальними девіаціями (*brand slut, debt porn*), залучення анатомічно-фізіологічних чи поведінкових характеристик людини (*Buns of Steel, sucker rally*).

У фаховій комунікації *фразеологічна неонімінація* стає основним інструментом імпліцитної концептуалізації емоцій. З-поміж виявлених нами 485 неофраз найбільш репрезентативною є група фразеологічних одиниць (ФО), утворених з двох компонентів – 402 одиниці (83%). Решта фразеологізмів – це трикомпонентні (15%) та чотири- і п'ятикомпонентні одиниці (4%). Структурний аналіз загалу ФО дозволив виокремити такі продуктивні моделі формування нових надслівних єдностей: *N + N* (52%) (*lipstick indicator, moon rocket*), *Adj + N* (20%) (*drip marketing, strategic philanthropy*), *N + N + N* (7%) (*Robin Hood tax, zip code marketing*), *Adj + N + N* (4%) (*fat finger trade, grey hat marketing*), *N + N + N + N* (4%) (*Angelina Jolie Stock Index, Harry Potter Stock Index*), *N + Part I* (3%) (*puddle phishing, vice investing*), *V + N* (2%) (*to back up the truck, to paint the tape*), *Num + N* (2%) (*third sector, zero drag*).

На підставі аналізу якісного складу корпусу ФО визначено такі способи формування нової фразеології: а) утворення неофраз за аналогією (*bamboo ceiling, Silicon ceiling, silver ceiling*); б) залучення до фразотвору термінів різних галузей життєдіяльності людини (*air-pocket stock, corporate anorexia, drill bit stock*); в) семантична трансформація вільних словосполучень (*Big Ugliers, latte factor, silent run*); г) перетворення безеквівалентних стійких словосполук у ФО (*angel investor, Christmas creep, zombie bank*); д) утворення фразеологічних одиниць шляхом використання авторських зворотів і стилістичних засобів (*dog with fleas, hedgehog concept, to put skin in the game*).

На сьогодні приплив *іншомовних та внутрішньомовних запозичень* в економічний лексикон зумовлений прагненням мовців до більшої експресивності та іншими специфічними комунікативно-прагматичними установами. Інкорпорація іншомовної лексики має характер окремих вкраплень, здебільшого екзотизмів, серед яких ми розрізняємо: власне екзотизми – *Energiewende* (нім.), *Guanxi* (кит.), *karoshi* (япон.), *riba* (араб.); умовні екзотизми – *Arirang bond, business oligarch (Russian oligarch)*; стилістичні екзотизми – *al desco, Mittelstand*.

Внутрішньомовні запозичення пов'язані зі зростанням кількості американізмів (*e-commerce czar, McWorker*) в інших варіантах англійської мови і надходженнями зі сленгу, переважно молодіжного (*bling-bling, swag, wampum*).

У третьому розділі – «Соціолінгвальні аспекти розвитку лексико-семантичної підсистеми англійської мови сфери економіки» – охарактеризовано специфіку вербальної репрезентації трьох ключових екстралінгвальних макрочинників, що впливають на формування корпусу англійської мови інновацій-актуалізаторів феномену „економіка знань”: впровадження інформаційних технологій (ІТ), параметрів глобальної економіки, переходу від „матеріальної” до „інтелектуальної” економіки.

Явища та предмети, пов'язані з впровадженням ІТ і переходом економіки у віртуальний простір та формуванням відповідної інфраструктури на теренах традиційної економіки, здебільшого позначаються шляхом залучення еквівалентного термінологічного інструментарію реального світу і синонімічних техноорієнтованих компонентів (*cyber-, digi-, e-, net-, on-(online), web-*). Найбільша частка англійських неологізмів, співвіднесених з революційним впливом ІТ, зосереджена навколо таких понять, як „електронна комерція” (*B2B2C, clicks-and-mortar, cyberplaza*), „Інтернет-маркетинг” (*advergame, adware, e-advertising*), „платіжні електронні системи” (*cyberbank, e-banking, web-invoicing*), „дистанційні трудові відносини” (*e-recruitment, e-collar worker, telecommuting*). Характерними рисами окресленого масиву новотворів вважаємо надлишковість засобів формального вираження ряду понять, використання оказіональних словотворчих моделей, експресивну маркованість.

Складність глобальної системи господарства і розмаїття чинників, що впливають на неї, зумовлюють різноплановість мовних одиниць, котрі концентруються навколо таких рушійних сил й суперечностей економічної інтеграції, як: експансія транснаціональних корпорацій (*Googlization, McWorld, Starbuckization*), перерозподіл і переміщення ресурсів (*Bangalored, nearshoring, techno-migrant*), створення та діяльність міждержавних об'єднань й організацій (*CIVETS, global governance, VISTA*), супрематизм англійської мови в інтегрованому бізнес-середовищі (*Chinglish, English-lite, Globish*), амбівалентний характер і неоднозначне сприйняття глобальної економіки та євроінтеграції (*Europhoria, globophobe, glocal*).

Перехід від „матеріальної” до „інтелектуальної” економіки – третій макрочинник, котрий пов'язаний з такими факторами актуалізації неологізмів в системі англійської мови, як: зростання ролі інформаційно-інтелектуальних ресурсів (*Chief Learning Officer, just-in-time knowledge, think-and-do tank*); поява нових доктрин, моделей і тенденцій економічного розвитку (*Enronomics, Market-Leninism, womenomics*); формування нової організаційно-корпоративної культури (*lifestyle office, orchestra model, presenteeism*); використання новітніх

маркетингових стратегій (*ad creep, anchor store, holistic marketing*); зміни на фінансовому ринку (*black swan, casino culture, Cramer bounce*).

Особливу увагу в роботі акцентовано на виявленні специфіки вербальних маркерів інтелектуалізації економіки. Відтак з'ясовано, що перетворення інформації і знань у чинник поступу актуалізують неомінації, здебільшого утворені на базі мовних одиниць *data, information, knowledge*. Загострення конкуренції між новою інтелектуальною елітою та некваліфікованою робочою силою втілюється за рахунок семантичних механізмів (суперлативних компонентів значення різної етимології, антонімічних пар, синонімічних парадигм) і когнітивних механізмів (концептуальних метафор, метонімії, механізму аналогії). Нові доктрини, моделі і тенденції економічного розвитку вербалізують вторинні номінації, структурними елементами яких доволі часто є квазісиноніми *economics, economy, capitalism*.

Серед найменувань, співвіднесених з реаліями корпоративного життя, переважають метафори, ідіоми й евфемізми, в яких моделі людської поведінки передаються за допомогою переосмислення змісту загальнонавжivanoї лексики (*grey hairs, off-the-clock*) і термінів інших мов спеціального призначення (військової сфери – *torpedo, go captive*; медицини – *teleshopping syndrome, job-loss recovery*; психології – *soul proprietor, stress portfolio* та ін.). Новотвори, релевантні щодо нових маркетингових стратегій, вирізняє асоціативно-образний потенціал і прагматична варіативність, що пов'язані з неоднозначними оцінками брендизації, консьюмеризму, сумнівних ціннісних пріоритетів. Нові реалії вкрай чутливої до змін фінансової сфери вербально репрезентують одиниці з низьким ступенем термінологічності (професіоналізми, професійні жаргонізми), котрі функціонують не як розмовні дублети відповідних термінів, а як єдиний варіант для позначення актуальних явищ / понять.

## ВИСНОВКИ

Інтегративна стратегія дослідження, що поєднує методи лінгвального (структурно-семантичного) та соціолінгвального аналізу, уможливила здійснення опису англомовної актуалізації феномену „економіка знань”. У реферованій дисертаційній роботі запропоновано визначення мови економічної сфери та окреслено склад і структуру фахового вокабулярія. До словникового складу сучасної мови економіки запропоновано віднести три відносно самостійні лексичні прошарки: спеціалізована (економічна) лексика, загальнонаукова лексика, загальнонавжivano лексика. Спеціалізована лексика (терміни, професіоналізми, професійні жаргонізми) складає основу лексичного корпусу мови економічного фаху, а термінологія – його змістове ядро.

В науковій розвідці зафіксовано причини, через які на сьогодні будь-які спроби чіткого розмежування основних прошарків фахового лексикону



виглядають малоперспективними, а саме: нездатність економічної терміносистеми „встигати” за динамічними змінами в економіці, залучення до термінотворення одиниць з низьким ступенем термінологічності, висока мобільність елементів спеціалізованої лексики, які вільно циркулюють з однієї страти в іншу і потрапляють в тексти різних функціональних стилів.

На основі аналізу процесів неологізації економічного лексикону охарактеризовано ключові ознаки лінгвальних інновацій сфери економіки – ореол новизни, незвичність форми і / або змісту, здатність слугувати засобом мовної гри, поліфункціональність, культурна маркованість, асоціативний потенціал).

Провідними шляхами англomовної актуалізації феномену „економіка знань” є словотвірна номінація, семантична номінація, фразеологічна номінація, іншомовні та внутрішньомовні запозичення. Особливостями словотвірної номінації у лексичному корпусі англійської мови сфери економіки визнано розширення тезауруса морфем за рахунок залучення неформантів, утворення нових моделей „складання” неодериватів, урізноманітнення структурних типів композитів, залучення до аббревіації ономастичних реалій і цифрових символів (для числового й фонетичного використання) та поширення явища омоакронімії, утворення гібридних відабревіатурних єдностей, активізація телескопійного словотвору та використання прийому паронімічної атракції при створенні телескопізмів.

До семантичної номінації запропоновано віднести конверсію та семантичну деривацію. Специфікою конверсії в економічному лексиконі є утворення конверсійних неологізмів з морфологічною структурою різного ступеня складності, а також активне формування відонімних конверсивів, що супроводжується деонімною конверсією. На підставі аналізу семантичних неологізмів виокремлено два способи семантичної деривації: з перенесенням назви з одного предмета / явища на інший предмет / явище за їхньою схожістю чи суміжністю (метафора, метонімія, метафтонімія), без перенесення (евфемізація, дисфемізація). Аналіз метафоричної транспозиції дозволив дійти висновку, що антропоморфна метафора є ключовою, оскільки людина завжди ставить себе у центр власної картини світу. Метонімічне перенесення й метафтонімія допомагають привернути увагу до суттєво-специфічних ознак нових реалій економіки. Поширення евфемізмів в економічному лексиконі зумовлене потребою пом'якшення чи нейтралізації антагонізмів і неоднозначних альтернатив „економіки знань”. Рушійною силою дисфемізації є загальна тенденція до демократизації (колоквіалізації) фахової мови економіки.

Аналіз нової фразеології в економічному лексиконі довів, що фразеологічні одиниці – основний інструмент імпліцитної концептуалізації емоцій у фаховій комунікації. Особливостями фразеологічної номінації у лексичному складі англійської мови сфери економіки є активне формування неофраз за аналогією,

залучення до фразотвору термінів інших галузей життєдіяльності людини, семантична трансформація вільних словосполучень, перетворення безеквівалентних стійких словосполук у фразеологізми, утворення фразеологічних одиниць шляхом використання авторських зворотів і стилістичних засобів. У ході дослідження з'ясовано, що на сьогодні інкорпорація іншомовної лексики в англійську мову сфери економіки відіграє мінімальну роль і має характер окремих вкраплень, здебільшого екзотизмів (власне екзотизмів, умовних екзотизмів, стилістичних екзотизмів).

У роботі доведено, що англomовні інновації-актуалізатори феномену „економіка знань” корелюють з трьома ключовими екстралінгвальними макрочинниками, а саме: впровадження інформаційних технологій, глобалізація, перехід від „матеріальної” до „інтелектуальної” економіки.

Результати наукової роботи відкривають перспективи для подальшого дослідження лінгвальних і соціокультурних параметрів лексико-фразеологічних інновацій англійської мови сфери економіки. Зокрема, доцільним вбачається всебічний аналіз стилістичних, лексикографічних, прагматичних аспектів лексичного фонду фахової мови економіки. На особливу увагу заслуговує вивчення дериваційної історії лексичних і фразеологічних неонімацій, котрі маніфестують значущість певних культурно-ціннісних орієнтирів в англофонному бізнес-середовищі.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Сандій Л. В. Англійська мова як *lingua franca* сучасного економічного простору / Лариса Сандій // Актуальні питання лінгвістики, літературознавства та інноваційної методики викладання іноземних мов. Тези п'ятої Республіканської наук. конф. 19-20 травня 2011 р.: тези доп. – Тернопіль: ТНЕУ, 2011. – С. 59-61.

2. Сандій Л. Английские неологизмы сферы экономики как маркеры новых ценностных приоритетов / Лариса Сандий // Konferencja Międzynarodowa “Translatio i Kultura” (Warszawa, 17-19 października 2013 roku): Materiały konferencyjne. – Warszawa: Uniwersytet Warszawski, 2014. – Str. 127-133.

3. Сандій Л. В. Англomовні інновації з формантом *-nomics* / Сандій Л. В. // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. – № 37. – С. 200-204.

4. Сандій Л. В. Англomовні інновації сфери електронної комерції: лінгвальна та соціолінгвальна характеристики / Сандій Л. В. // Наукові записки. Серія „Філологічна”. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 22-23 квітня 2010 року „Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість”. – Острог: Вид-во Національного університету „Острозька академія”, 2010. – Вип. 14. – С. 454-461.

5. Сандій Л. В. Вербалізація нових реалій організаційно-корпоративної культури у сучасній англійській мові / Сандій Л. В. // Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2012. – № 48. – С. 142-146.

6. Сандій Л. В. Дериваційний потенціал ономастичних реалій у сучасному англійському економічному лексиконі / Сандій Л. В. // Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2011. – № 47. – С. 126-131.

7. Сандій Л. В. Ініціальна аббревіація як продуктивний спосіб поповнення словникового складу англійської мови сфери економіки / Л. Сандій // Актуальні проблеми філології та американські студії: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції. 25-27 квітня 2012 р. / За заг. ред. А. Г. Гудманяна, О. Г. Шостак. : тези доп. – К.: Університет „Україна”, 2012. – С. 415-417.

8. Сандій Л. В. Інноваційні процеси в словниковому складі англійської мови у сфері економіки та бізнесу / Сандій Л. В. // Навчання загальноосвітньої та ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як?: III Міжнародна наукова конференція, Дніпропетровськ, 15-16 травня, 2009 р. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2009. – С. 146-147.

9. Сандій Л. В. Інтелектуалізація економіки як екстралінгвальний макрочинник англійських інновацій нового століття / Лариса Сандій // Інтеграційні процеси у викладанні іноземних мов: теоретичні засади та прикладні аспекти: зб. матеріалів міжнар. конф.: тези доп. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2009. – С. 147-149.

10. Сандій Л. В. Конверсія як нелінійний (імплицитний) спосіб номінації (на прикладі англійських інновацій сфери економіки) / Сандій Л. В. // Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2013. – № 55. – С. 176-180.

11. Сандій Л. В. Лексичні новотвори в англійських періодичних виданнях (на прикладі суспільно-економічної лексики) / Сандій Л. В. // Матеріали VII Всеукраїнської наук. конф. „Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація”. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – С. 247-249.

12. Сандій Л. В. Новітня англійська актуалізація феномену економічної глобалізації / Л. В. Сандій // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Філологічні науки (Мовознавство). У 2-х частинах. – Луцьк: ВНУ, 2011. – № 5. – Частина 1. – С. 136-141.

13. Сандій Л. В. Семантичні неологізми в суспільно-економічній лексиці / Сандій Л. В. // Мова і культура. (Науковий журнал). – К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 11. – Т. IV (116). – С. 159-162.

14. Сандій Л. В. Соціолінгвальні аспекти інновацій англійської мови сфери економіки та бізнесу / Сандій Л. В. // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2009. – № 34. – С. 247-252.

15. Сандій Л. Телескопія у процесах англійської неонімації (на прикладі неологізмів сфери економіки) / Лариса Сандій // Науковий вісник

Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Філологічні науки (Мовознавство). – Луцьк: вид-во СНУ, 2013. – С. 30-34.

16. Сандий Л. В. Фразеологическая неоломинация (на примере неологизмов английского языка сферы экономики) / Сандий Л. В. // Сравнительно-сопоставительное языкознание в условиях глобализации: проблемы и перспективы. Международная научно-образовательная конференция. Казань, 1-2 ноября 2013 года. Материалы конференции. – Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2013. – С. 341-347.

17. Сандій Л. В. Функціонально-прагматичний підхід до аналізу англословних інновацій сфери економіки / Сандій Л. В. // Нова філологія: Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2012. – № 51. – С. 155-158.

18. Sandiy L. New Terminology in Business English Related to Intellectual Capital / Larysa Sandiy // English in Globalized World: збірник наукових праць (англ. м.). The 17<sup>th</sup> International TESOL-Ukraine Conference: summary. – Кам'янець-Подільський: ВПП „Апостроф”, 2012. – С.150.

### АНОТАЦІЯ

Сандій Л. В. Англословна актуалізація феномену „економіка знань”: лінгвальний і соціолінгвальний параметри. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови. – Запорізький національний університет. – Запоріжжя, 2014.

У дисертації досліджено лінгвальні (структурно-семантичні) і соціолінгвальні особливості англійських лексико-фразеологічних інновацій, які актуалізують феномен „економіка знань”. На підставі випрацьованих критеріїв визначення фахової мови економіки та її лексичного корпусу виокремлено релевантний масив нових номінативних одиниць економічної сфери, детерміновано його склад і структуру.

В роботі визначено особливості словотвірної, семантичної, фразеологічної неоломінації та іншомовних / внутрішньомовних запозичень, що співвідносяться з явищем „економіка знань”.

Аналіз співзалежності інтралінгвальних та соціолінгвальних параметрів формування корпусу англословних інновацій сфери економіки дозволив розвинути і довести гіпотезу про існування багатоаспектної кореляції між процесами неоломінації у словниковому складі англійської мови та ключовими макрочинниками нової економічної парадигми – економіки знань.

**Ключові слова:** лінгвальний чинник, соціолінгвальний чинник, фахова мова економіки, економічний лексикон, неоломінація, неоформант, неофраза.

## АННОТАЦИЯ

Сандий Л. В. Англоязычная актуализация феномена „экономика знаний”: лингвальный и социолингвальный параметры. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Запорожский национальный университет. – Запорожье, 2014.

В диссертационной работе на базе интегративной стратегии исследования, сочетающей методы лингвального (структурно-семантического) и социолингвального анализа, выявлены направления, способы и механизмы образования английских лексико-фразеологических инноваций-актуализаторов феномена „экономика знаний” и установлены корреляционные связи между „внутренними” и „внешними” факторами формирования релевантного корпуса неологизмов.

В рамках разработки теоретико-методологической базы исследования в работе истолковано содержание центрального понятия „экономика знаний”, уточнена дефиниция специального языка экономики и рассмотрены отличительные черты его словарного состава. К лексикону современного языка экономики предложено отнести три относительно самостоятельных слоя: специализированная лексика (термины, профессионализмы, профессиональные жаргонизмы), общенаучная лексика, общепотребительная лексика. В диссертации зафиксированы причины, в связи с которыми на сегодня не представляется возможным установить чёткие границы между основными стратами специализированной лексики, а именно: неспособность экономической терминосистемы „успевать” за динамическими изменениями в экономике, привлечение к терминообразованию единиц с низкой степенью терминологичности, высокая мобильность элементов специализированной лексики, которые свободно циркулируют из одной страты в другую и попадают в тексты различных функциональных стилей.

Для проведения анализа процессов неологизации экономического лексикона в работе конкретизировано определение неологизма, приведены основные показатели интеграции языковых инноваций в лексико-семантическую систему языка. Основными признаками языковых инноваций сферы экономики предложено считать ореол новизны, необычность формы и / или содержания, способность служить средством языковой игры, полифункциональность, культурная маркированность, ассоциативный потенциал.

Структурно-семантический анализ позволил сделать вывод, что ведущими направлениями англоязычной актуализации феномена „экономика знаний” является словообразовательная номинация, семантическая номинация, фразеологическая номинация, иноязычные и внутриязыковые заимствования. Среди выявленных особенностей формирования новых номинативных единиц

отмечены следующие: расширение тезауруса морфем за счёт привлечения „осколочных” элементов (неоформантов), разнообразие морфемной комбинаторики и появление новых моделей „составления” дериватов, возрастание роли инициальных аббревиатур (буквенных, звуковых, буквенно-цифровых) и распространение явления омоакронимии, появление гибридных отаббревиатурных единств, использование приема паронимической аттракции при создании телескопизмов, привлечение имён собственных для образования слов-конверсивов и явление деонимной конверсии, активное использование образных единиц языка как инструмента имплицитной концептуализации эмоций.

Анализ взаимодействия лингвальных и социолингвальных параметров формирования корпуса англоязычных инноваций сферы экономики позволил развить и доказать гипотезу о существовании многоаспектной корреляции между процессами неонимации в словарном составе английского языка и ключевыми макрофакторами новой экономической парадигмы – экономики знаний.

**Ключевые слова:** лингвальный фактор, социолингвальный фактор, специальный язык экономики, экономический лексикон, неонимация, неоформант, неофраза.

## SUMMARY

Sandiy L. V. Actualization of the “Knowledge Economy” Phenomenon in the English Language: Lingual and Socio-lingual Parameters. – Manuscript.

Dissertation for a Candidate Degree in Philology: Specialty 10.02.04. – Germanic Languages. – Zaporizhzhya National University. – Zaporizhzhya, 2014.

This dissertation investigates lingual (structural and semantic) and socio-lingual aspects of English lexical and phraseological nominations that actualize the “knowledge economy” phenomenon. On the basis of elaborate criteria for defining the professional language of economy and its lexical corpus in the research has been compiled a thesaurus of new nominative units within the economic sphere and determined its composition and structure.

Also in this dissertation are analyzed specific characteristics of word-formation, semantic neonomination, phraseological neonomination, and interlingual / intralingual borrowings relevant to the “knowledge economy” phenomenon.

A thorough analysis of the interdependency between lingual and socio-lingual parameters of economic-lexicon enrichment allows for the development and provides support for the hypothesis of the existence of a multidimensional correlation between processes of neonomination in English and key factors in forming a new economic paradigm – knowledge economy.

**Key words:** lingual factor, socio-lingual factor, professional language of economy, economic lexicon, neonomination, neoformant, neophrase.