

<https://doi.org/10.31891/2415-7929-2024-31-10>

УДК: 81'42'373.6:33.

ГОРОХ Анастасія
Сумський державний університет
anastasiagoroh03@gmail.com
СЕМЕНЕЦЬ Марина
Сумський державний університет
kseniasemenec14@gmail.com
КУЛІШ Владислава
Сумський державний університет
<https://orcid.org/0000-0002-8283-7431>
v.kulich@gf.sumdu.edu.ua

ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ НА МАТЕРІАЛІ СТАТЕЙ З ЖУРНАЛУ THE ECONOMIST

У статті досліджено економічний дискурс, визначено основні категорії термінів і проаналізовано, як ці категорії впливають на продуктивність тексту. Розглянуто роль стилістичних засобів у розширенні економічної лексики та підсилення її ефективності. Журнал The Economist є ключовим джерелом для розвитку мовних навичок та розуміння економічних аспектів. Також виділено роль стилістики як науки про вживання мови та її вплив на виразності тексту через використання різноманітних стилістичних засобів, таких як епітети, метафори, порівняння та інші.

Ключові слова: економічний дискурс, економічні терміни, стилістичні засоби, стилістика.

HOROKH Anastasiia, SEMENETS Maryna, KULISH Vladyslava
Sumy State University

LEXICAL-STYLISTIC FEATURES OF ECONOMIC DISCOURSE BASED ON ARTICLES FROM THE ECONOMIST MAGAZINE

The article considers the role of the economy as an essential sphere in modern society because it affects many spheres of public life. Economic discourse shows how participants in this sphere interact, including politics, trade relations and financial management. In the article, the economic discourse is presented on the materials of The Economist magazines. It is noted as an important resource for improving language skills and understanding various economic aspects. The unique style of the texts, excellent lexical-grammatical structure and adaptation of linguistic means to specific situations make it a valuable tool for mastering economic speech. The article describes the main categories of economic terms, including generally accepted, financial, economic and specialized non-economic terms. The role of lexical-stylistic features in the expansion of economic vocabulary, the establishment of the stylistic formation of language and its influence on the effectiveness of texts are considered. Stylistic tools are used to highlight and reinforce specific aspects of economic terms and pay attention to the emotional side of the soil, making information more understandable and practical. The Economist is crucial for improving language skills and understanding economic aspects; their original style and grammatical structure distinguish its texts. In economic discourse, stylistic devices are used to form a specific language manner, which not only highlights economic terms and evokes figurative comparisons, but also enhances the textual impact on the audience, emphasizing the main elements of analysis and taking into account the emotional aspect for the comprehensibility and effectiveness of information. The article highlights the role of stylistics as a science of language use and its impact on the expressiveness of the text through the use of various stylistic devices, such as epithets, metaphors, similes, metonymies, synecdoches, hyperboles, litotes, personifications, paraphrases, allegories, ironies, and anaphora.

Key words: economic discourse, economic terms, stylistic devices, stylistics.

Постановка проблеми у загальному вигляді

Та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Постановка проблеми полягає в аналізі стилістичних і лексичних засобів, які використовуються в економічному дискурсі. Лексико-стилістичні особливості цього дискурсу спрямовані на розкриття унікальних мовних засобів та стильових рішень, які використовуються в виданнях The Economist. Цей журнал відомий своєю високою якістю мовлення та впливом на економічні процеси, громадську думку та прийняття економічних рішень. Це дослідження може знайти широке застосування в формуванні комунікаційних стратегій, зокрема для фахівців у галузі економіки та фінансів, а також для журналістів, що працюють у цій сфері.

Аналіз досліджень та публікацій

Тема економічного дискурсу на матеріалі видань The Economist висвітлена в працях зарубіжних (Г. Пічт, Ф. Р. Палмер) та українських (С. Сапорт, І. К. Білодід, Г. Б. Фогель, Г. Хацер, А. В. Клименко, Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько, А. Шамота, В. Ващенко, О. Тараненко).

Формулювання цілей статті

Мета дослідження - дослідити лексико-стилістичні особливості економічної лексики. Завданням статті є виокремити лексико-стилістичні особливості; проаналізувати стилістичні засоби, специфіку

мовленнєвих засобів; визначити основні категорії економічних термінів; дослідити матеріали статей з журналу *The Economist*.

Виклад основного матеріалу

Економіка на сьогодні є найбільш важливою сферою в розвитку суспільства. Ця галузь впливає на різні сторони суспільного життя і завжди досліджується та дискутується. Економічний дискурс відображає спілкування учасників економіки, а також політичні моменти, торговельні відносини, політики фінансового устрою та решту ключових елементів, які формують сучасне економічне оточення. Розширення економічного дискурсу встановлюється за його стилістичними характеристиками, що наділяють текстові матеріали конкретними яскравими акцентами та відбиваються на їх результативності. Сильове формування мови в економічному дискурсі використовується для створення конкретної мовної манери, що є ключовим засобом. Це може служити для виділення конкретних економічних термінів, формування образних порівнянь і підсилення текстового впливу на аудиторію. Також в економічному мовленні цей процес допомагає виділити основні елементи аналізу, звернути увагу на емоційну сторону обґрунтування та робить інформацію більш зрозумілою та ефективною.

У працях дослідників, таких як Г. Пічта [9, с. 265], Г. Б. Фогель [5, с. 267-271], Г. Хацер [6, с. 55-56], Г. В. Чернопол [7, с. 78] та інші, економічна термінологія викликала зацікавлення та стала предметом вивчення. Це дозволило визначити основні категорії економічних термінів:

1. Загальноприйняті терміни, які використовуються у повсякденному житті та можуть бути зрозумілими для широкого загалу. Вони застосовуються у різних галузях науки, публіцистиці, літературі тощо: наприклад, *influence; resources; to spare; to grow, process*.

2. Спеціалізовані неекономічні терміни, які відображають певну сферу професійних знань у бізнесі, економіці та володіють характерною для цих галузей лексикою: *consulting*.

3. Фінансово-економічні терміни, що точно визначають поняття економіки та включають у себе складові наукових фінансових знань: *gross (total) costs, shareholder*.

Економічний дискурс – це різновид дискурсу, в ході якого мовний процес здійснюється на основі певних економічних ідей. Змістовні аспекти економічного дискурсу реалізуються такими базовими поняттями як *“good”, “money”, “profit”, “market”, “investment”, “economy”, “economic activity”*. У нашій роботі економічний дискурс представлений текстами на матеріалі журналів *The Economist*.

У рамках економічного дискурсу виявляється специфіка мовленнєвих засобів, які використовуються для передачі економічної інформації та ідей, проявляючи лексико-стилістичні особливості, властиві даному контексту.

Журнал *The Economist* є одним із ключових джерел для вдосконалення мовних навичок та розуміння різних економічних даних. Це видання особливо цінне через актуальність тем, які цікавлять професіоналів. Тексти журналу вирізняються характерними рисами оригінального стилю, чудовою лексико-граматичною будовою, відповідністю мовних засобів ситуації, в якій вони вживаються.

Стилістикою називається наука про вживання мови, галузь лінгвістики, що досліджує принципи і ефект вибору і використання лексичних, граматичних, фонетичних і взагалі мовних засобів для передачі думки і емоції в різних умовах спілкування. На думку С. Сапорти, стилістика цілком залежить від лінгвістики, оскільки стиль не можна описати без опори на граматику, але якщо мета граматичного опису полягає переважно у передбаченні, то мета стилістики — класифікація [8, с. 113]. А. І. К. Білодід визначає стилістику як «науку про стилістичну систему національної мови, про її зміст, сутність, тобто про те, що є стилістичним у засобах усіх інших рівнях цієї мови; це також наука про інтелектуальні та експресивні відтінки співвідносних, паралельних чи синонімічних виразів мови; предметом стилістики є також вивчення різновидів літературної мови, зображувальних засобів і шляхів організації і використання виразових, зображувальних засобів мови в різних стилях літературного мовлення й літературної мови [1, с. 21-22].

Виразність тексту зазвичай полягає в особливостях використання стилістичних засобів, що привертають увагу читача та викликають інтерес. Виразні можливості автора підкріплюються та посилюються асоціативністю образного мислення читача, умінням інтерпретувати задум письменника. Для підсилення виразності використовуються стилістичні засоби, такі як епітети, метафори, порівняння, метонімії, синекдохи, гіперболи, літоти, уособлення, перифрази, алегорії, іронія та анафора.

Метафора – один з основних видів тропів, який полягає в перенесенні ознак одного предмета на інший за принципом подібності [4, с. 269]. Прикладами конкретно економічних метафор можуть бути наступні вирази: *“GNP goes up”*, адже *“up”* асоціюється з чимось хорошим чи кращим. Термін *“free economy”* означає, що уряд дозволяє здійснювати ринкові процеси у вільних умовах. Метафора *“grease the wheels”* вказує на хабар, який може прискорити якийсь економічний процес і поліпшити економіку в цілому. *“Economic bubble”* означає спочатку різке зростання цін до надмірно високого рівня, а потім їх різке падіння, яке схоже на лопання бульбашки. Фрази *“in the red”* та *“in the black”* вживаються для позначення фінансового стану компанії, тобто знаходитися в боргу чи мати прибуток. Ще одна метафора *“tightening the belt”* тлумачиться як скорочення витрат або застосування обмежень в економіці з метою забезпечення фінансової стабільності.

Наступним стилістичним засобом є порівняння. Це зіставлення двох предметів або явищ на основі схожості, яке має на меті підкреслити певні риси в зображуваному предметі, показати його яскравіше у тексті. Наводячи приклади порівнянь в економічному дискурсі, можна виділити наступні: *“Modern economy is like a battletitans-corporations, to which people serve (shareholders, managers, ordinary employees and buyers)”*. Таке порівняння відображає інтенсивний конкурентний характер економічних процесів, де великі корпорації борються за вплив і контроль, залучаючи учасників від акціонерів до звичайних споживачів. Наступний приклад: *“Stock markets represent the heartbeat of the market, and experts often use stock prices as a barometer of economic health”*. Тут можна спостерігати відразу два порівняння. У першій частині речення відзначено, що порівняння використано для наголошення значущості ринку у функціонуванні економіки. Так само, як серцебиття відзначає життєвий ритм організму, ринок відтворює динаміку економіки. А в другій частині пояснено, що подібно барометру, який прогнозує погоду, ціни на акції застосовуються фахівцями як критерій економічного стану.

Перенесення назви предмета чи явища на інший об’єкт називається метонімією. Такі вчені, як А. Шамота, В. Ващенко, О. Тараненко виділяють такий вид метонімії як синекдоха – прийом, що полягає у назві цілого через його частину або навпаки. Наводячи приклад із журналу The Economist можна зупинитися на реченні *“Britain suffers from something similar, with financial services playing the role of oil”*. Використане словосполучення *“financial services”* використовується як символ, що відноситься до нафти в Анголі, представляючи собою вплив або важливість певного галузевого сектору для економіки.

Епітет являє собою прикметник, який додається до особи, вислову або терміну, що використовується для висловлення похвали або критики. Як зазначають Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко та О. М. Мацько епітет належить до загальновідомих словесних художніх засобів. Це художнє, образне означення, що підкреслює характерну рису, визначальну якість явища, предмета, поняття, дії [3, с. 462]. Наприклад, часто використовуються наступні словосполучення з використанням епітетів: *“robust recovery”* показує стабільне відновлення економіки та її розвитку; *“stagnant market”* демонструє відсутність будь-якого руху або позитивних змін на ринку; *“stable currency”* валюта, яка відзначається відсутністю значних змін у своїй вартості; *“sustainable development”* модель розвитку, що має за мету забезпечити економічний прогрес, не призводячи до виснаження ресурсів; *“sluggish economy”* економіка, яка відзначається повільним розвитком або відсутністю помітного зростання; *“innovative solutions”* застосування нових методів або концепцій для вирішення проблем.

За Кембриджським словником гіпербола означає стиль висловлення або письма, який робить когось або щось більшим, кращим, виразнішим або значущим, ніж це є насправді. Приводячи приклади, можна відзначити наступний: *“When we were younger, we were so poor we didn’t have two cents to rub together”*. Виділена фраза підкреслює крайню відсутність коштів чи фінансового обмеження. Це свідчить про те, що минулі обставини призвели до того, що люди були настільки бідні, що не мали жодних грошей. Отже, в даному випадку гіпербола використовується для підкреслення глибини фінансової скрути, створюючи враження надзвичайної бідності. Ще один приклад гіперболи: *“As a trillion dollar industry we need to make the economic argument for ourselves, not only the environmental one”* означає велике значення даної галузі серед інших.

Літота — применшення розміру або значення об’єкта. Літота протилежна гіперболі. У прикладі *“Even if the vote is settled by a qualified majority, as the more technical tweaks would be, a charge of the Lilliputians can still hamper progress”* автор застосовує літературні образи героїв книги Джонатана Свіфта "Подорож до Ліліпутії", щоб порівняти країн-членів Європейського Союзу. Ці образи служать засобом визначення двох різних груп у ЄС через уявлення про малі та масштабні країни.

Уособлення є одним із типів метафори. У цьому стилістичному прийомі ознака переноситься з живого предмета на неживий. Уривок *“Mr Kavanaugh has now filled the opening. Whether or not he makes it onto the Supreme Court bench, the 53-year-old judge already symbolises the patriarchal riposte to #MeToo”* є прикладом уособлення. Тут Кевано зображено як символ патріархальної відповіді на рух #MeToo. (The Economist USA, 02.10.2018)

На думку О. А. Галича, перифраза – це заміна прямого найменування предмета непрямым його означенням, даним у формі описового словесного зворота, що вказує на предмет, виділяючи його побічні ознаки [2, с. 488]. Наприклад, у виразі *“Chasing the dragon”* [10, с. 34] спостерігаємо як автор замінив назву країни лексемою, яка є символом цієї країни: *dragon (China)*. У текстах статей автори часто вживають назви країн, тому в заголовку вони використовують перифразу, щоб уникнути повтору. Автор виразу *“Lords of the metaverse”* [10, с. 8] Замість того, щоб називати імена розробників *“Metaverse”*, автор використав лексему *“Lords”*.

Алегорія - вид тропа, характерною особливістю якого є те, що він, як правило, проймає весь твір або якусь закінчену його частину, інакомовлення, зображення абстрактного через чуттєво-конкретне [4, с. 269]. У фразі *“Riling half of America is risky. But you can see why Mr Trump is having a go at it”* можна розглядати ризик і реакцію як алегоричні елементи, представлені через образ політичної ситуації.

Іронія представляє собою стилістичний прийом, при якому зміст висловлювання має сенс, відмінний від прямого значення цього висловлювання. Основна мета використання іронії полягає в тому, щоб викликати

гумористичне сприйняття читача стосовно описуваних фактів і явищ. Ситуація, коли консервативна компанія Procter & Gamble, з багатовіковою історією, вирішила використовувати аббревіатури типу “LOL”, “NBD”, “WTF” та “FML” для позначення своїх товарів, може бути розцінена як іронічна спроба привернути увагу молодіжного ринку. Це може викликати гумористичні враження, оскільки саме такий підхід може виглядати застарілим та неадекватним у сучасному світі. Ще одним прикладом іронії може бути уривок із журналу The Economist: “*The more clean money sloshes around, the easier it is to hide the dirty sort. London boasts the English language, good schools and, ironically, a respected legal system (which shields tycoons against the arbitrary plunder they suffer at home)*”. Тут автор висвітлює переважно позитивні сторони Лондона, як-от вживання англійської мови, рівень освіти й повагу до законодавчої системи. Спочатку ці риси міста здаються конструктивними для його зростання, але такі сприятливі характеристики застосовуються, щоб акцентувати увагу на тому, як вони насправді діють для оберігання й приховування тих, хто проводить нечесні фінансові угоди, а саме, відмивання грошей.

За словником Merriam-Webster, анафора - це вживання однакового слова або словосполучення в початковій частині послідовних виразів, речень або віршів, що використовується для створення риторичної або поетичної сили. Прикладами анафори є наступний уривок: “*The worst pandemic in a century. The worst economic crisis since the Great Depression. The worst attack on our democracy since the Civil War. — President Joe Biden, address to Congress, 29 April 2021*”. У цьому випадку словосполучення “*the worst*” використовується декілька разів для наголошення на серйозності та важливості різних подій, підкреслення екстремальності кожної з них в їхньому власному контексті.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Наша робота підкреслює роль економіки як основної сфери розвитку сучасного суспільства та підкреслює роль економічного дискурсу у взаємодії всіх учасників системи. Вивчення економічного дискурсу зосереджується на стилістичних характеристиках, які використовуються для створення певного стилю мовлення та підвищення виразності текстів. Особлива увага приділяється розширенню економічного словникового запасу, зокрема виділенню основних категорій термінів. Характер економічних термінів вважається важливою частиною економічного дискурсу.

Журнал The Economist є важливим ресурсом для вдосконалення мовних навичок та розуміння економічних тем. Його тексти вирізняються стильовою виразністю та складною лексико-граматичною будовою. В економічному дискурсі стильове формування мови використовується для створення ефективної комунікації та посилення впливу на читача. Розглядається використання стилістичних засобів, таких як епітети, метафори, порівняння, метонімії, синекдохи, гіперболи, літоти, уособлення, перифрази, алегорії, іронія та анафора для досягнення виразності та зрозумілості у економічному тексті.

Література

1. Білодід І. К. Про порівняльну стилістику східно-слов'янських мов. Теоретичні проблеми лінгвістичної стилістики. Київ: «Наукова думка», 1972. – С. 21-22.
2. Галич О. А., Назарець В. М., Васильєв Є. М. Теорія літератури : підручник / за наук. ред. Олександра Галича. Київ : Либідь, 2001. 488 с.
3. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилiстика української мови: Підручник. Київ: Вища Школа, 2003. – 462 с.
4. Пінчук С. П., Регушевський Є. С. Словник літературознавчих термінів Івана Франка. Київ: «Наукова думка», 1966, 269 с.
5. Фогель Г. Б. Структурні аспекти термінологічної лексики. Нова філологія. 2007. № 6. С. 267–271
6. Хацер Г. Парадигматичні та синтагматичні особливості англомовної банківської термінології. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Запоріжжя, 2012. Вип. 95 (2). С. 55–56
7. Чорновол Г. В. Новітня економічна термінологія та її стилістичне вживання у сучасній українській мові (на матеріалі періодичних видань): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. Київ, 2004. 78 с.
8. Palmer F. R. A Linguistic Study of the English Verb. L.: Longmans Green and Co., 1965. 113 p.
9. Picht H. Terminology: an introduction. Guildford, Surrey : Univ. of Surrey, Dept of Linguistics and Internet. Studies, 1985, 265 p.
10. The Economist. URL: <https://www.economist.com/> (дата звернення 30.11.2023).

References

1. Bilodid I. K. On comparative stylistics of East Slavic languages. Theoretical problems of linguistic stylistics. Kyiv: «Scientific Opinion», 1972. – 21-22 p.
2. Halych O. A., Nazarets V. M., Vasiliev E. M. Literary theory: a textbook / for science. ed. Oleksandr Halych. Kyiv: Lybid, 2001. 488 p.
3. Matsko L. I., Sydorenko O. M., Matsko O. M. Stylistics of the Ukrainian language: Textbook. Kyiv: Higher School, 2003. – 462 p.

4. Pinchuk S. P., Regushevskiy E. S. Dictionary of literary terms of Ivan Franko. Kyiv: "Scientific Opinion", 1966, 269 p.
5. Vogel H. B. Structural aspects of terminological vocabulary. *New philology*. 2007. No. 6. 267–271 p.
6. Hatsler G. Paradigmatic and syntagmatic features of English banking terminology. *Proceedings. Series: Philological sciences. Zaporizhzhia*, 2012. Issue 95 (2). 55–56 p.
7. Chornovol G. V. The latest economic terminology and its stylistic use in the modern Ukrainian language (based on the material of periodicals): avtoref. diss. for obtaining sciences. candidate degree philol. of science Kyiv, 2004. 78 p.
8. Palmer F. R. *A Linguistic Study of the English Verb*. L.: Longmans Green and Co., 1965. 113 p.
9. Picht H. *Terminology: an introduction*. Guildford, Surrey : Univ. of Surrey, Dept of Linguistics and Internet. Studies, 1985. 265 p.
10. The Economist. URL: <https://www.economist.com/> (the date of referring: 30.11.2023).