

УДК: 811.111

<https://doi.org/10.31891/2415-7929-2022-23-2>

МАКСИМОВА А. Я.

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРЕННЯ НОВОЇ АМЕРИКАНСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ

Стаття присвячена аналізу особливостей словотворення нової американської фразеології сфери економіки та бізнесу. Розглядаються основні способи словотворення, серед яких словосполучення, телескопія, аффіксація, аббревіація, скорочення. З'ясовано, що в сучасній інноваційній американській фразеології застосовуються метафора, метонімія, метафора та метонімія, символізм, аналогія, евфемізм, іронія, гра слів. Показано, що в інноваційних американських фразеологізмах сфери економіки та бізнесу переважно застосовується метафора.

Ключові слова: інноваційна фразеологія, словосполучення, метафора, телескопія, словотворення.

ANNA MAKSIMOVA

Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs

THE PECULIARITIES OF WORD FORMATION OF THE NEW AMERICAN PHRASEOLOGY IN THE FIELD OF ECONOMICS AND BUSINESS

The development of language is largely due to the development of its word-forming system, the formation of new word-forming models, changing existing ones, increasing or decreasing their productivity and many other factors of the word-forming process. In addition to phrases, telescopes, and word formation, American phraseology includes acronyms and affixes.

Metaphors and metonymy are used to create innovative American phraseology. Metaphor is a necessary means of expression in language because it is inherent in human thinking and language. Metaphor is a powerful means of expressing symbolic meanings. The uniqueness of metaphorical transfers lies in the possibility of creating features that have no analogues in the system of means of direct nomination. The image-analytical structure of the metaphor allows to convey the meaning of any degree of complexity and semantic configuration. Metaphor arises in the assimilation of one phenomenon to another on the basis of semantic similarity of states, properties and actions that characterize these phenomena. From a formal point of view, metaphorical transfer is the use of a word (phrase, sentence) intended to denote certain objects (situations). Innovative American phraseology is dominated by phrases and their number is 148. New phraseology is the predominant trend in the process of creating new words, telescope 35, word formation also occupies an important place word formation and has 25. In the process of word formation of new words affixation of 11 words is also used, abbreviation 2 words and abbreviations 2. In summary, the main way to create new words in innovative American phraseology in economics and business is new phraseology, which we believe will be the leading way to create innovative American phraseology in the next decade, pushing telescopes to second place. Phrases are the leading way to create innovative American phrases in economics and business, and word formation and telescope are not left out. Analyzing phraseology in this area by semantic analysis, metaphor is most often observed, followed by irony and metonymy. In our opinion, it is advisable to determine in which areas it is formed, to analyze its features.

Key words: innovative phraseology, phrases, metaphor, telescope, word formation.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

У світі спостерігається динамічний розвиток науки і техніки, що спричиняє зміну словникового запасу та появу нових фразеологізмів. Результатом стало поява нових американських фразеологізмів у всіх сферах життя, зокрема, в галузі економіки та бізнесу. Увага науковців завжди прикута до словотворення та проблем їх перекладу, оскільки відображає напрямки та тенденції розвитку мови. Розуміння цих процесів дасть можливість передбачити закономірності розвитку мови, визначити пріоритетні напрямки її розвитку. Якщо у 90-х роках ХХ століття серед основних «постачальників» інновацій були політика, засоби масової інформації та Інтернет, але на початку ХХІ століття інноваційні зміни мови вплинули на такі сфери людської діяльності, як економіка діяльності, інформаційна революція, загострення екологічних проблем та посилення міжнародного тероризму, що вплинуло на динамічні процеси оновлення словникового запасу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Повною мірою досліджено лише сутність фразеологізмів та їх класифікація. Це питання ґрунтовно вивчали у різних ракурсах вітчизняні І. К. Білодід, А. В. Боцман, Л. А. Булаховський, В. С. Виноградов, А. В. Кунін, В. М. Телія, а також зарубіжні А. Бенгт, Б. Харальд, А. П. Коуї, М. Евераерт, Ерік-Ян ван дер Лінден, А. Шенк, Р. Шрейдер, Р. Глазер, Ш. Баллі. У своїх працях вивчали питання особливості перекладу фразеологізмів вивчали Н. Н. Амосова, С. Л. Бархударов, В. П. Жуков, А. А. Реформатський тощо. Однак, незважаючи на велику кількість проблем у перекладі інноваційних фразеологізмів у галузі економіки та бізнесу, вивчені мало.

Об'єктивна потреба розуміння тенденцій та мовних процесів обумовлює актуальність дослідження інноваційних американських фразеологізмів.

Формулювання цілей стаття

Метою дослідження є вивчення інноваційної фразеології англійської мови сфери економіки та бізнесу, визначити способи її утворення.

Виклад основного матеріалу дослідження

Розвиток мови значною мірою зумовлений розвитком її словотвірної системи, становленням нових словотвірних моделей, зміною наявних, збільшенням або зменшенням їхньої продуктивності та багатьма іншими чинниками словотвірного процесу. Так, зазначається в дослідженні, що при вивченні фразеологізмів «should be analyzed as consisting of individual word-level lexical entries» [Sailer 2018 с. 37] Процес утворення нових слів віддзеркалює у мові потреби суспільства у вираженні нових понять, які є своєрідним продуктом розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин тощо. Причини виникнення нових слів лінгвісти пов'язують із новими відкриттями, поглибленням уявлення про раніше відомі факти та явища дійсності. Нижче наведено класифікацію інноваційних американських фразеологізмів у сфері економіки та бізнесу за способами творення у таблиці 3.1.

Таблиця 1

Шляхи творення американських інноваційних фразеологізмів сфери економіки та бізнесу

№ з/п	Назва способу творення	Кількість
1	Словосполучення	148
2	Телескопія	35
2	Словоскладання	25
4	Аффіксація	11
5	Аббревіація	2
6	Скорочення	2

Аналізуючи табл. 3.1, ми прийшли до висновку, що основним способом словотворення інноваційних американських фразеологізмів є нова фразеологія, що утворюється за допомогою словосполучення. У американській пресі можна знайти такі приклади словосполучень:

cyber mercenary - кібер-найманець особа, якій організація платить за використання Інтернету для незаконного входу в комп'ютерну систему без дозволу, наприклад, щоб отримати секретну інформацію або пошкодити систему;

work from anywhere активність на віддаленій роботі з будь-якого місця, не обов'язково вдома;

climate tech використання технологій для створення продуктів і послуг, які дозволять суспільству адаптуватися до наслідків зміни клімату.

У зв'язку з розвитком інформаційних технологій, COVID-19 та посиленням ролі клімату обумовили появу наступних словосполучень *cyber mercenary*, *work from anywhere*, *climate tech*.

Окрім словосполучень, телескопії та словоскладання серед американських фразеологізмів відіграє важливу роль аббревіація та афіксація.

Абревіація та афіксація як способи словотворення англійських фразеологізмів також застосовуються в сфері економіки. Проаналізувавши неологізми в британській пресі ми виявили наступну аббревіацію:

ninja loan - позика, що надана банком людині, яка не має роботи, власності і тим самим –прибутку (слово *Ninja* у цьому словосполученні є аббревіатурою виразів *no income, no job or assets*).

В американських інноваційних фразеологізмах можна також віднайти скорочення:

exit memo послання робітникам певної компанії від імені їх колеги, який збирається звільнитися з цієї компанії;

skyscraper ad метафора оголошення, яке розміщено вертикально на сторінці веб-сайта.

В інноваційній американській фразеології переважає словосполучення та їх кількість складає 148. Саме нова фразеологія є переважаючою тенденцією у процесі створення нових слів, телескопія 35, словоскладання також займає вагомe місце словоскладання та налічує 25. У процесі словотворення нових слів також застосовується афіксація 11 слів, аббревіація 2 слів та скорочення 2. Підсумовуючи, основним способом творення нових слів в інноваційній американській фразеології сфери економіки та бізнесу є нова фразеологія, яка, на нашу думку, в наступному десятилітті буде провідним способом творення, витіснивши телескопи на друге місце.

При створенні інноваційного американського фразеологізму застосовуються метафори, метонімія. За словами В. Г. Гака, метафора є обов'язковим засобом вираження в мові, оскільки вона властива людському мисленню і мові [4, с. 11].

Метафора є потужним засобом вираження ознакових значень. The formation of phraseological units usually occurs on a figurative-metaphorical basis, which is why it can be argued that phraseological units are actively involved in the formation of the linguistic picture of the world and national cultures [6, с. 3090].

Асоціативнообразна природа, що дозволяє в одній структурній одиниці поєднати об'єктивний сенс, інформаційне повідомлення про предмет або явище зовнішнього світу, з одночасною суб'єктивною оцінкою і інтерпретацією, що зумовило широке поширення метафор в мові та мовленні [2, с. 43].

Унікальність метафоричних перенесень полягає в можливості створення ознак, які не мають аналогів в системі засобів прямої номінації. Образно-аналітична структура метафори дозволяє передавати значення будь-якої міри складності і семантичної конфігурації. Метафора виникає при уподібненні одного явища до іншого на основі семантичної близькості станів, властивостей і дій, що характеризують ці явища. Із формальної точки зору, метафоричне перенесення полягає у вживанні слова (словосполучення, речення), призначеного для позначення одних об'єктів (ситуацій). Насправді, для найменування або характеристики інших об'єктів (ситуацій) на підставі умовної тотожності приписуваних їм предикативних ознак [3, с. 13].

Метафоричне перенесення орієнтоване на адресата, тому при його використанні суб'єкт мовлення повинен бути впевнений в тому, що його реальний або потенційний слухач, використовуючи наглядно-чуттєві образи, розкриє приховане за метафоричною оболонкою значення відповідно до його задуму. Метафора є продуктом когнітивної роботи думки, засобом пізнання і відображення навколишньої дійсності. Використання метафоричного образусимволу в якості логічної моделі сприйняття смислових значень, що не володіють на рівні свідомості іншими формами втілення, свідчить про високий потенціал розвитку інтелекту лінгвосоціальної [1, с. 105].

Людина не обмежує себе наявними, а рухається далі у прагненні зрозуміти все різноманіття навколишнього світу, все багатство існуючих в ньому смислових значень. Фразеологічні одиниці з повним переосмисленням компонентів являють собою випадок повної метафори. Внаслідок ряду деформацій словесного висловлювання думки, що колись було досить зрозумілим, однозначним і конкретним, таким, що відповідало нормам живої мови» [5, с.150].

fiscal hemorrhaging постійні непомірно великі фінансові витрати

food swamp місцевість, на якій зосереджено велику кількість другорозрядних закладів харчування, особливо ресторанів «швидкої їжі»;

foreclosure mills юридична фірма, яка непрофесійно або навіть нелегально займається справами переходу закладеної власності у власність кредитора.

Таблиця 2

Типи семантичних трансформацій інноваційних
американських фразеологізмів у сфері економіки та бізнесу

№	Типи семантичних трансформацій	Кількість
1	Метафора	99
2	Метонімія	19
3	Метафора та метонімія	13
4	Символізм	15
5	Аналогія	25
6	Евфемізм	12
7	Іронія	6
8	Гра слів	33
	Всього	223

Як можна побачити з таблиці, в інноваційній американській фразеології переважає метафора будується на суміжності понять, зокрема замість назви одного предмета застосовується назва іншого.

clicks and bricks (clicks and mortar) торговельне підприємство, яке використовує як звичайні, так і "віртуальні" форми своєї комерційної діяльності;

gray matter досвідчені менеджери, найняті у нову компанію для придання цій компанії більшого престижу;

silver industry метонімія підприємства, які займаються виготовленням товарів для людей старшого віку.

Символізм також притаманний при формуванні інноваційних американських фразеологізмів для сфери економіки та бізнесу:

pin-drop syndrome надзвичайна тиша в офісі, коли навіть найменший шум починає дратувати присутніх і викликає стресовий стан;

Sofa Sunday метонімія неділя після свята Дня Подяки у США, коли люди відпочивають вдома і здійснюють купівлю товарів через Інтернет або через телебачення;

windshield time метонімія частина робочого часу, проведена за кермом автомобіля.

Як особливість під час формування інноваційних американських фразеологізмів застосовується водночас метафора та метонімія. Наприклад,

billionaire bait товар, предмет, розрахований на дуже багатих людей;

blue-collar warfare застаріла, несучасна, «фізична війна»;

blue-collar (blue states) американські штати із значною концентрацією робітників, що займаються ручною працею. метонімія + метафора + еліпс.

Досліджуючи американські інноваційні фразеологізми можна віднайти аналогію:

rainbow ceiling (pink ceiling) аналогія упереджене ставлення у світі бізнесу до робітників з нетрадиційною сексуальною орієнтацією, що перешкоджає їм просуватися по службі;

rush minute аналогія період дня, коли люди їдуть на роботу чи з роботи, а транспортних засобів не вистачає;

waitress mom аналогія представниця нижчих класів, що виховує дітей (часто - без чоловіка) і працює на кількох роботах (типовим "підробітком" для таких жінок є виконання обов'язків офіціантки в ресторанах, кафе, їдальнях).

Приклади евфемізмів

lifestyle center евфемізм великий відкритий торговельний центр;

vanity sizing (size inflation) евф практика позначення торговельними фірмами на етикетці предмету одягу меншого розміру, ніж насправді.

Приклади іронії

litter on a stick іронія афіші, різні знаки та оголошення обабіч дороги;

post and pray іронія розміщувати оголошення про робочі вакансії у засобах масової комунікації, сподіваючись отримати відповідь від кваліфікованих кандидатів; розміщувати своє резюме на сайті робочих місць, сподіваючись на позитивну відповідь від компанії;

urban miner іронія особа або ділова компанія, які видобувають метали із списаного або викинутого електронного обладнання;

Ми можемо навіть віднайти гру слів;

drive-through cuisine їжа, яку можна купувати, не виходячи з автомобіля;

dropout factory навчальний заклад із значним «відсівом» учнів та студентів;

Flu day «день карантину», тобто день, коли школи не працюють;

garbage time останні хвилини спортивного матчу, які вже не можуть змінити його результат;

get off my lawn непривільний, сварливий.

В інноваційній американській фразеології переважає словосполучення та їх кількість складає 148. Саме нова фразеологія є переважаючою тенденцією у процесі створення нових слів, телескопія 35, словоскладання також займає вагомe місце словоскладання та налічує 25. У процесі словотворення нових слів також застосовується афіксація 11 слів, аббревіація 2 слів та скорочення 2.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному варіанті

В інноваційній американській фразеології переважає словосполучення та їх кількість складає 148. Саме нова фразеологія є переважаючою тенденцією у процесі створення нових слів, телескопія 35, словоскладання також займає вагомe місце словоскладання та налічує 25. У процесі словотворення нових слів також застосовується афіксація 11 слів, аббревіація 2 слів та скорочення 2. Підсумовуючи, основним способом творення нових слів в інноваційній американській фразеології сфери економіки та бізнесу є нова фразеологія, яка, на нашу думку, в наступному десятилітті буде провідним способом творення інноваційних американських фразеологізмів, витіснивши телескопію на друге місце. Провідним способом творення інноваційних американських фразеологізмів у сфері економіки та бізнесу є словосполучення, а також не залишається осторонь словоскладання та телескопія. Аналізуючи фразеологізми у цій сфері за семантичним аналізом, найбільш часто спостерігається метафора, потім іронія та метонімія. На нашу думку доцільно визначити за якими напрямками вона формується, проаналізувати її особливості. Подібне дослідження надасть можливість прогнозувати мовні тенденції у цій сфері, точно розуміти лінгвістичні процеси та явища.

Література

1. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: монография. Москва : ООО Изд-во «Эллис», 2008. 271 с.
2. Анисимова З. Н. Лексико-фразеологические варианты прилагательных. Уч. Зап. 1-го МГПИИЯ, Т.Х.М. Москва :1956. С. 21-22.
3. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка : учеб. пособ. для студ. вузов, обучающ. по пед. спец. М.: Дрофа, 2001. 288 с.
4. Гак В. Г. Фразеология, образность и культура. Советская лексикография: сб. ст. Москва : Просвещение, 1988. С. 159–169.
5. Кунин А. В. Фразеология современного английского языка: микроформа: опыт систематизированного описания. Москва : Международные отношения, 1972. 160 с.
6. Kholmuradova L. E. Analysis of the phraseological foundation of the English language and the influence of the French language of its development *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*. 2020. Vol. 07. Issue 06. P. 3089-3097.

7. Sailer M., Markantonatou S. Multiword expressions: insights from a multi-lingual perspective. Research on Phraseology Across Continents. Poland : Publishing House of Bia. Berlin: language Science Press, 2018. 376 p.

References

1. Alefirenko N. F. (2008) Phrazeologiya v svete sovremennyh lyngvisticheskyykh paradigm: monographiya. Moskwa : OOO izdatelstvo «Elpis».
2. Anisimova Z. N. (1956) Leksiko-phrazeogicheskie variant prilagatelnyh. Moskwa : MGPIIY.
3. Antrushina G. B. (2001) Leksikologiya angliyskogo yazyka. Moskwa : Drofa.
4. Gak V. G. (1988) Phrazeologiya, obraznost i kultura. Moskwa : Prosvescheniye.
5. Kunin A. V. (1972) Phrazeologiya sovremennogo angliyskogo yazyka : mikroforma : opyt sistematizirovannogo opisaniya. Moskwa : Mejdunarodnye otnosheniya..
6. Kholmuradova L. E. Analisis of the phraseological foundation of the English language and the influence of the French language of its development European Journal of Molecular & Clinical Medicine. 2020. Vol. 07. Issue 06. P. 3089-3097.
7. Sailer M., Markantonatou S. Multiword expressions: insights from a multi-lingual perspective. Research on Phraseology Across Continents. Poland : Publishing House of Bia. Berlin: language Science Press, 2018. 376 p.