

## Література

1. Багмет А., Збірка українських приказок та прислів'їв 2-ге вид. / А. Багмет, М. Дашенко, А. Андрущенко. – К., Техніка, 2002. – 220 с.
2. Гаврись В. І. Німецько-український фразеологічний словник: у 2т. / В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. – К., 1981. – 689 с.
3. Жовківський А. М. Мудрість народна – мудрість міжнародна. Прислів'я, приказки, крилаті вислови та мовні звороти дев'ятьма мовами / А. М. Жовківський, Г. А. Жовківська та інші. – Чернівці «Рута», 2004. – 256 с.
4. Кудіна О. Перлини народної мудрості: Німецькі прислів'я та приказки / О. Кудіна, О. Пророченко. – Вінниця, Нова книга, 2005. – 319 с.
5. Пазяк М. М. Українська народна творчість. Прислів'я та приказки. / М. М. Пазяк. – К., Наукова думка, 1989. – 470 с.
6. Binder E. Bauern – und Wetterregeln/ E. Binder, Leipzig, 2009.
7. Haddenbach G. Mit Bauernregeln durch das Jahr / G. Haddenbach, Leipzig, 1998.
8. Beyer H., Beyer A. Sprichwörterlexikon / H. Beyer, A. Beyer. – Leipzig, 1989. – 392 S.
9. Graf A. E. 6000 deutsche und russische Sprichwörter. 3. Auflage. – Halle-Saale, 1960. – 294 S.
10. Müller-Hagemann A., Otto L. Das kleine Sprichwörterbuch / A. Müller-Hagemann, L. Otto, - Leipzig, 1965. – 151 S.

*Сандій Лариса Веніамінівна,  
Тернопільський національний економічний університет*

## **МЕХАНІЗМ АНАЛОГІЇ У ПРОЦЕСАХ НЕОНОМІНАЦІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ**

У зв'язку з комплікацією сучасного англомовного економічного дискурсу істотно зростає частка неологізмів, котрі репрезентують нові реалії через складні асоціації і вторинні смислові значення. Важливим засобом увиразнення є утворення нових найменувань із залученням механізму аналогії, тобто шляхом формального і / або семантичного уподібнення однієї мовної одиниці до іншої або перенесення відношень, котрі існують в одній парі (серії) одиниць на іншу пару (серію). У лінгвістичних студіях виокремлюється три види мовної аналогії – структурна, структурно-семантична і семантична [1, с. 153-154].

Прикладом структурної аналогії є неолексеми, в яких уподібнення виявляється у відтворенні морфологічних моделей через використання структурно тотожних формантів та у спільності семантики слова-зразка й аналогічного слова. Дію цього різновиду аналогії демонструють серії неонімацій, що з'явилися на базі нових усічених елементів (ініціальних або суфіксоподібних), утворених від повнозначних слів: *adver-* (*advervation, advertorial*), *cyber-* (*cybercash, cybermall*), *e-* (*e-banking, e-commerce*), *Euro-*

(Eurocurrency, Eurogeddon), *globo-* / *glob(i)-* (*globophobe, globocrat*), *info-* (*infocommerce, infonomics*), *Mc-* (*McJob, McWorker*), *-nomics* (*environomics, womenomics*), *-preneur* (*eBaypreneur, webpreneur*), *-tainment* (*advertainment, retailtainment*). Структурна аналогія також використовується при формуванні неологізмів-комполітів: *-based* – *Euro-based, knowledge-based*; *-free* – *office-free, risk-free*; *-friendly* – *eco-friendly, user-friendly*; *-speak* – *corporation-speak, Eurospeak*; *-wise* – *market-wise, money-wise*.

Результатом дії структурно-семантичної аналогії є поява низки лексико-семантичних фразотвірних парадигм, утворених внаслідок переосмислення таких ключових слів, як: *bubble* «економічна бульбашка» (*dot-com bubble, echo bubble, housing bubble*), *green* «екологічно чистий; пов'язаний із захистом довкілля» (*green accounting, green audit, green economics*), *toxic* «проблемний, дефолтний» (*toxic asset, toxic debt, toxic mortgage*). Особлива звукова оболонка, часткова редуплікація і ритмізація підсилюють виразність деяких структурно подібних неофраз, для яких базовими є прийменникові фрази *cost per* (*cost per acquisition, cost per action, cost per conversion*), *pay per* (*pay per impression, pay per click, pay per action*) та сполучник *and* (*clicks and bricks, poop and scoop, pump and dump, squeeze and tease*).

При семантичній аналогії провідну роль відіграє асоціативне мислення. Саме семантичний зв'язок між аналогічними найменуваннями дозволяє реципієнтові, завдяки власним знанням, досвіду і розумінню базової мовної одиниці, без труднощів виводити значення новотвору. Так, приміром, поява тематично-споріднених неонімацій, аналогічних до базової одиниці *glass ceiling* «невидимий і формально ніяк не позначений бар'єр, який обмежує просування жінок по службовій драбині», відбувається по-різному: шляхом заміни атрибутивних компонентів (*bamboo ceiling, brass ceiling, concrete ceiling*), введення нових ядерних конститuentів (*glass cliff, glass elevator, glass floor*), формування трикомпонентних сполук (*expatriate glass ceiling, stained-glass ceiling*). Внаслідок протиставлення предметно-поняттєвого аспекту змісту фразеологічних одиниць спостерігається своєрідна, «ланцюгова реакція», коли в результаті заміни одного з компонентів фразеологізму утворюється наступний, а той, у свою чергу, стає базовим для іншої мовної інновації: *glass ceiling* → *glass floor* → *sticky floor* → *sticky wall* → *nappy wall*.

Аналогічність семантики також лежить в основі цілого ряду неофраз, утворених на базі фразеологізмів: *golden handshake* «матеріальна компенсація у зв'язку зі звільненням з компанії» (*golden bungee, golden handcuffs, golden hello*); *blue chip* «акція надійної компанії зі стабільними показниками одержуваних доходів» (*green chip, red chip, new chip*); *blue-collar worker* «фабричний працівник» та *white-collar worker* «офісний службовець» (*golden-collar worker, open-collar worker, dirty-white-collar worker, new-collar worker*).

При семантичній аналогії між мовною одиницею-зразком і аналогічною одиницею можуть встановлюватися різні типи парадигматичних відношень, а саме: відношення синонімії (*dress-up day, dress-up Thursday*), відношення антонімії (*golden handshake – golden hello, glass ceiling – glass floor*), гіперо-

гіпонімічні відношення (*Silicon Valley – Silicon economy, Silicon chip business*), відношення приналежності до певного концептуального поля (*Big Mac Index, iPod Index, Tall Latte Index*, ).

Специфіка англомовних 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. Залучення механізму аналогії дозволяє вербально репрезентувати складні явища і поняття у таких концептуальних сферах, як революційний вплив ІТ і перехід економіки у віртуальний простір, економічна глобалізація, рух від «матеріальної» до «інтелектуальної» економіки.

### Література

1. Бялик В. Д. Аналогія та прототипна семантика як складники генези лексичного квантора-неологізму / В. Д. Бялик // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог : Національний університет «Острозька академія». – Вип. 11. – 2009. – С. 150-158.

2. Сандій Л. В. Англо-український глосарій лексико-фразеологічних інновацій-актуалізаторів феномену «економіка знань» / Л. В. Сандій. – Тернопіль: Вектор, 2015. – 160 с.

*Dr Oleksandr Soloshenko,  
Uniwersytet Jana Kochanowskiego,  
Filia w Piotrkowie Trybunalskim, Polska*

## LANGUAGE AND CULTURE

The problem, which on the whole is defined as “Language and culture”, attracts to its investigations more and more scientists. The question arises whether “language organizes culture or culture organizes language”. Here we are encountered with a two-way relationship. On the one hand, language becomes a conductor of culture, a means of its transmission and interpretation; on the other hand, it is next to impossible to learn a language without knowing the history and culture of the country whose language is studied [4, p. 87].

Much attention is given to this aspect of language teaching in secondary and higher schools. During their studies students get acquainted with the geographical position, history, economy, state and social system, customs and traditions of the English-speaking countries, Great Britain and the USA first of all. In Russian linguo-didactics, this problem has been thoroughly worked out in the works of Ye.M. Vereshchagin and V.G. Kostomarov, the Russian term лінгвострановедение (*Ukr. лінгвокраїнознавство*) being suggested by them [see: 1]. In view of the methodological aspects of this trend, we have translated the term лінгвокраїнознавство – **culture-oriented teaching**. It is difficult, however, to find the appropriate English equivalent for this term. We have come across, at least, two