УДК 801+802.0
Г94

Всеукраїнський збірник наукових праць «Гуманітарний вісник» затверджений ВАК України як фахове видання з питань філології (Бюлетень ВАК України. – 2002. – № 9).

Засновник: Черкаський державний технологічний університет.

Виходить один раз на рік.

Число 10 друкується згідно з рішенням Вченої ради ЧДТУ, протокол № 6 від 20.02.2006 р.

Редакційна колегія:

Валерій Шпак,	доктор філологічних наук, професор. Черкаський державний технологічний університет (головний редактор)
Наталія Висоцька,	доктор філологічних наук, професор. Київський лінгвістичний університет
Елла Гончаренко,	доктор філологічних наук, професор. Дніпропетровський національний університет
Світлана Жаботинська,	доктор філологічних наук, професор. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Роксолана Зорівчак	доктор філологічних наук, професор. Львівський національний університет ім. І. Франка,
Олександр Міхільов,	доктор філологічних наук, професор. Харківський національний університет
Анатолій Науменко,	доктор філологічних наук, професор. Миколаївський державний гуманітарний університет
Олена Селіванова,	доктор філологічних наук, професор. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Рецензент:

Олександр Киченко	доктор філологічних наук, професор. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Адреса редакції: кафедра прикладної лінгвістики ЧДТУ, лінгвістичний факультет, бульвар Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006, тел.: (0472) 43-64-75, 43-50-02

Відповідальна за випуск: *Н.М. Лонська*

Г94 Гуманітарний вісник. Серія: Іноземна філологія: Всеукр. зб. наук. пр. Число 10: У двох томах. – Черкаси: ЧДТУ, 2006. – 445 с.

Досліджуються проблеми сучасної світової літератури, лінгвістики та перекладознавства. Для науковців, викладачів та аспірантів вищих навчальних закладів.

УДК 801:802.0

© Колектив авторів, 2006

статями навертає лінгвістику до відповіді на низку питань: якими у мові є чоловіки і жінки, які комунікативні механізми включено в обопільний зв'язок між статями, які фрейми – соціально закріплені лінгвоментальні моделі поведінки, що забезпечують релевантне спілкування і декодування, – є функціональними в цих різних мовних світах. Зрештою, в чому виявляється реальна, а не надумана дискримінація в мові і через мову? Але відповідь на це питання ще попереду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во "Институт социологии РАН", 1999.
2. Колосова О.А. Когнитивные основания языковых категорий (На материале современного английского языка): Дис. ...д-ра филол. наук. – М., 1996.
3. Maltz D.N, Borker R.A. A Cultural Approach to Male-Female Miscommunication / Language and Social Identity In J.J. Gumperz ed. – Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
4. Pusch L. Das Deutsche als Männersprache. – Frankfurt/Main: Suhkrkamp, 1984.
5. Tromel-Plotz S. Frauensprache, Sprache der Veränderung. – Frankfurt/Main: Taschenb. Verlag, 1995.
6. Nilsen A.P. ed. Sexism and Language // Urbana, III: National Council of Teachers of English, 1977.

УДК 811.111:81'276,6:33[81'37.611:81'367.4/623]

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНОЛОГІЧНИХ СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ ІЗ ПРИКМЕТНИКОМ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Іщенко В.Л. (м. Полтава)

This article is devoted to the problem of multicomponent economic terms usage in the texts of newspapers and magazines. Economic terms represented by word-combinations with adjectives of different derivational complexity and origin have been used as material for the analysis. The most frequent models of economic terminological word-combinations in the texts of modern fiction were singled out and described.

Серед актуальних проблем термінотворення в англійській мові, особливо важливою є проблема дослідження функціональних особливостей моделей утворення термінів. Під функціональними особливостями термінологічних одиниць, а саме економічних термінологічних словосполучень (ТС) з прикметником, у роботі розуміються ті характеристики, що пов'язані з їх реалізацією в мовленні і які, таким чином, відносяться до конкретного використання їх у тексті.

Функціональний підхід до вивчення ТС тісно пов'язаний з вивченням правил відбору і використання мовних одиниць з метою впливу на свідомість та поведінку адресата [6, 233], а отже, із "людським фактором у мові" [7].

Основним у роботі є поняття адресованості тексту, тобто врахування того факту, що в породженні мовлення проявляються сили, що виходять не від мовця, а від його оцінки стану, знань, складу розуму, належності до тієї чи іншої соціальної групи і т. ін. тих, на кого розраховане мовлення [2, 18]. За кожним текстом стоїть мовна особистість не тільки його продуцента, але й передбачуваного реципієнта. У широкому розумінні адресованість – це невід'ємна риса комунікації в цілому. У більш вузькій інтерпретації адресованість може бути розглянута як семантична складова тексту, одна із його конститутивних особливостей [1; 11]. Ось чому опис будь-якого тексту не може бути повним без визначення лінгвістичного "портрета" його передбачуваного адресата.

Характеристика образу читача, якому адресовано текст, здійснюється за такими параметрами, як: 1) здатність адресата адекватно інтерпретувати текстову інформацію різних типів; 2) відповідність інтерпретативної позиції одному із двох способів читання – базовому, практичному, критичному або аналітичному; 3) характер сприйняття тексту передбачуваним читачем – одномірне, лінійне сприйняття з орієнтацією на єдність тексту, створену автором, або багатовимірне та варіативне з орієнтацією на сприйняття тексту через встановлення ієрархії його складових частин, вимірів, рівнів, кодів і т. ін.; 4) здатність "ідеального" адресата до оцінки тексту [1, 157]. На процес створення тексту впливають характеристики адресата, тобто автором вибираються ті чи інші мовні засоби для передавання потрібної інформації залежно від того, кому адресовано текст. Колшанський В. Г. робить висновок: "...вживання мовної форми не може бути ні довільним, ані приблизним. Оскільки адекватність мовної конструкції і її зміст потребують вибору тільки таких форм і структур, які однозначно передають необхідні у конкретних умовах денотативні ознаки" [4, 101].

Виходячи з вищесказаного, метою нашого дослідження є виявлення валентних властивостей прикметників різних словотворчих типів (кореневих, суфіксальних відіменних, суфіксальних

віддієслівних, префіксальних, складних), їх здатності утворювати економічні ТС та визначення особливостей функціонування економічних ТС з прикметником у текстах художніх творів.

Особливості функціонування економічних ТС з прикметником у публіцистичних текстах досліджувалися на матеріалі таких періодичних видань: *"Financial Times"* [12, 13], *"Newsweek"* [15, 16, 17, 18], *"The Times"* [24], *"The Economist"* [21, 22, 23], *"Financial Management"* [10, 11], *"Journal of Economics and Management Strategy"* [14], *"Contemporary Financial Digest"* [9]. Загальний обсяг досліджуваного текстового матеріалу – близько 250 000 слововживань.

Слід відзначити, що мова періодичних видань – це насамперед мова, що визначається специфікою адресата, тобто призначеністю кількісно незліченній та якісно різноманітній аудиторії [8. 11]. Адресантом максимально враховуються інтереси та потреби аудиторії. Отже, з точки зору адресата мова періодичних видань "підкреслено соціальна" [8, 11]. Цей факт впливає на вибір автором тих, чи інших структурних типів економічних ТС з прикметником.

Цілком очевидно, що адресант не може повідомлювати про явища, факти та події без врахування соціальних, психологічних, науково-теоретичних, загальнокультурних, вікових та інших характеристик адресата. Саме тому потрібно визначити образ читача зазначених текстів. Узагальнивши характеристики ідеального адресата, отримали такий тип останнього:

1) спілкується з текстом, як з лабіринтом з багатьма виходами;

2) інтерпретує текст і його окремі фрагменти багатовимірно, помічаючи в них минуле, теперішнє або час-константу;

3) виявляє властивості епіфана, тобто читача, який володіє максимальною кількістю знань щодо описаних у тексті подій, явищ, фактів економічного життя.

Проілюструємо вищесказане на прикладі уривку зі статті М. Скіннера *"Flight Plan from Seattle"* із *"Financial Times"* від 12 березня 1997 року [12].

In the last thirty years, Philip Condit says, not much has changed. The problem, he says, is not just that employees at Boeing think of other countries as being exotic. They take the same attitude to anywhere in the US outside Seattle, where the company has its headquarters and its most important factories Boeing staff talk about something as being "in-plant" or "out-plant". In-plant means Seattle. Out-plant means one of the group's other locations, such as Wichita, Kansas...

Last year, in a speech to manager, he described his vision would look like in 2016, its centenary year. He told them that Boeing would be an aerospace company. It would not repeat earlier mistakes such as attempting to enter the train or boat-building business.

Second, he said, Boeing would be a "global enterprise". This would mean increasing the number of countries of operation. He is impressed, he says, by the way in which oil companies have benefited from loosing national images. "BP is probably the most global company in the world. It is interesting to see that in the US its nationality has begun to disappear. Almost everybody in the US says BP and not British Petroleum. It is a local kind of company..."

Would he be happy if 20 years from now people did not think of Boeing as being a US company? "Yes," Condit says, "I believe we are moving towards an era, of global markets and global companies."

Ця стаття написана у формі повідомлення інформації, призначеної адресату, про події, що відбулися (*earlier mistakes such as attempting to enter train or boat-building business*), відбуваються (*the company has its headquarters, Boeing staff talk*), будуть відбуватися (*the group would look like in 2016... Boeing would be a "global enterprise"*). Зазначена стаття адресована компетентному читачу, який знає, що Філіп Кондіт – президент компанії, оскільки, у тексті відсутня інформація про це. У якості інших сигналів адресованості виступають фрази *"not much has changed"* та *"almost everybody in the US says..."*. Про компетентність адресата свідчить також вживання економічних ТС з прикметником, утворених за моделлю SA + SN, наприклад: *global company, global market*. До складу вищезгаданих ТС входить ад'єктивний компонент *"global"*, який сьогодні стає одним із найпоширеніших. Його вживання підкреслює той факт, що потенційний адресат адекватно зрозуміє важливість глобалізації для Компанії Боїнг, оскільки у самому понятті "глобалізація" ключове слово "взаємозв'язок" [3, 71]. У зв'язку з цим "глобалізація" надасть Боїнгу ряд переваг, а саме: "економічну взаємозалежність", "інформаційну глобалізацію, що пов'язана з культурними процесами", "взаємозалежність з точки зору безпеки – екологія, ядерна енергетика..." [3, 71]. Важливість процесів глобалізації економіки та бізнесу підкреслюється активністю прикметника *global* в утворенні та вживанні економічних ТС з прикметником, наприклад:

Until recently newspapers and magazines overflowed with stories about the new paradigm – the nation that thanks to increased <u>global competition</u> and technological advances inflation and the business cycle are dead [14].

Megginson (2000) describes how venture capital investment and financing has evolved into a <u>global industry</u>, just since 1997 [18].

Адресованість текстів статей зрілому, компетентному читачу підтверджується широким вживанням двокомпонентних іменних ТС (ДІТС), частка яких найбільша серед різних досліджуваних структурних типів економічних ТС з прикметником (60, 2 %). У тексті обсягом 250 000 слововживань зафіксовано 13 869 випадків вживання ДІТС, що становить близько 5,5 % тексту, наприклад:

Financial activity is examined analyzing annual data on the sale of common and preferred stock, the issuance of long-term debt, and total sources [13].

Наведені приклади свідчать, що ДІТС є важливою частиною публіцистичних текстів. Найпоширенішою моделлю є SA + SN (97,8 % випадків вживань ДІТС). Словотвірна структура прикметників, що є компонентами ДІТС, представлена моделями SA = SA_{St} *(common stocks, direct investment, average price)*; SA = SN + SUF *(monetary policy, central bank, financial activity, monetary integration)*; SV + SUF *(convertible bonds)*; SA = PREF + SA *(multinational production)*; SA = SN + SA *(collusion-proof, renegotiation-proof)*; SA = SA + SN *(long-term debt)*.

Трикомпонентні іменні ТС (ТІТС) є менш поширеними у текстах періодичних видань. Нами зафіксовано 4 358 вживань ТІТС у тексті обсягом 250 000 слововживань, що становить близько 1,7 % тексту. Структура ТІТС, що вживаються у досліджуваному текстовому матеріалі, може бути представлена моделями SA + SN + SN; SA + SA +SN; SAdv + SA + SN, наприклад:

Managerial pay-performance sensitivity is positively correlated with leverage, expected compensation, and expected cash flow [14].

Іноді спостерігаються випадки, коли до структури ТІТС, утвореного за моделлю SA + SA + SN, приєднується прислівник і ТІТС перетворюється в чотирикомпонентне іменне ТС (ЧІТС), наприклад:

Jelic and Briston find that 25 Hungarian PIPOs yield large but insignificantly positive long-run returns (peaking at 21,3% in month 15), though, they do find that these cumulative returns are significantly higher than the highly negative returns (reaching - 70 % by month 30) earned on 24 private-sector IPOs [11].

Але нами зафіксовано лише два випадки збільшення компонентів у економічному ТС з прикметником за рахунок додавання прислівника.

Структура прикметників, що входять до складу ТІТС, представлена моделями: SA = SA_{St} *(net cash flow, general business environment highly negative returns)*; SA = SN + SUF *(successful commercial institutions, future profitable investments)*; SA = SV + SUF *(sustainable competitive advantages)*; SA = SA + SN *(positive long-run returns)*.

Найменшою за кількістю групою є ЧІТС. Їх частка серед досліджуваних економічних ТС з прикметником становить лише 1 %. У текстах періодичних видань загальним обсягом 250 000 слововживань зафіксовано 1 742 вживання ЧІТС, що становить 0,7 % тексту. У проаналізованому текстовому матеріалі ЧІТС представлені моделями SA + SN + SN + SN *(useful asset pricing signals)*; SA + SA + SA + SN *(total national market capitalization)*; SA + SN + SN + SA *(privatization initial public offerings)*, наприклад:

Most of these studies evaluates whether investors who purchase privatization initial public offerings (IPOs) at the offering price, and then sell these shares on the first day of open market trading, earn returns that are significantly different from zero [10].

Прикметники, що входять до складу ЧІТС, представлені моделями SA = SA_{St}; SA = SN + SUF; SA = SV + SUF; SA = PREF + SA; SA = SN + SA; SA = SA + SN.

Найбільш поширеними словотвірними моделями прикметників, що беруть участь в утворенні ДІТС, ТІТС, ЧІТС, є моделі кореневого прикметника SA = SA_{St} (38,2 %) та складного прикметника SA = SN + SA; SA = SA + SN (29,7 %).

З вищесказаного можна зробити висновок про те, що високий рівень вживання економічних ТС з прикметником (зафіксовано 19 969 випадків вживання зазначених лексичних одиниць у тексті періодичних видань загальним обсягом 250 000 слововживань, що становить 7,9 % тексту) свідчить про його адресованість компетентній аудиторії.

Термінологічні словосполучення у публіцистичних текстах представлені двокомпонентними (69,5 % зафіксованих випадків вживання у тексті), трикомпонентними (21,8 % зафіксованих випадків вживання), чотирикомпонентними (8,7 % зафіксованих випадків вживання) моделями.

Найбільш поширеними у текстах періодичних видань є багатокомпонентні терміни, утворені за моделями SA + SN (61,5 %), SA + SN + SN (12,3 %), SA + SA + SN (9,1 %).

Словотвірна структура прикметників, що є активними в утворенні трикомпонентних економічних словосполучень, представлена моделями кореневих (38,2 %) та складних прикметників (29,7 %).

Вивчення функціонування багатокомпонентних термінів на матеріалі публіцистичних текстів уточнює уявлення про продуктивні способи утворення зазначених мовних одиниць. Структурно-семантичний та функціональний аналіз англійських економічних термінологічних словосполучень може бути використаний для вивчення структурних, семантичних та функціональних особливостей зазначених термінологічних одиниць в інших субмовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. Литературы и языка. – 1981. – Т. 40, № 4. – С. 356–367.
2. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата: Монография. – К.: Вища школа, 1993. – 200 с.
3. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки XX століття: Автореф. дис. ... д-ра. філол. наук: 10.02.04 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 1999. – 32 с.
4. Колшанский Г.В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке. – М.: Наука, 1986. – 231 с.
5. Кубрякова Е.С. Введение // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. – М.: Наука, 1991. – С. 4–20;121.
6. Ребрий А.В. Экспрессивные характеристики окказионализмов как средства прагматического воздействия // Вісник Харківського національного університету. Сер. Романо-германська філологія. – 1999. – № 461. – С. 233–239.
7. Телия В.Н. Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. – М.: Наука, 1991. – 214 с.
8. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды: печать, радио, телевидение, документальное кино / Г.Я. Солганик, Н.Н. Кохтев, Д.Э. Розенталь и др. – М.: Изд-во МГУ, 1980. – 256 с.
9. Contemporary Financial Digest. – South Florida: University of South Florida, 2000. – № 1. – 80 p.
10. Financial Management. – Hanover: Dartmouth Printing Company, 2000. – № 3. – 12 p.
11. Financial Management. – Hanover: Dartmouth Printing Company, 2000. – № 4. – 38 p.
12. Financial Times. – New York: The Financial Times Limited, 1997. – № 34, 552. – 106 p.
13. Financial Times. – New York: The Financial Times Limited, 1998. – № 34, 553. – 106 p.
14. Journal of Economics and Management Strategy. – Cambridge, Massachusets, 2000. – № 4. – P. 453–644.
15. Newsweek, the international newsmagazine. – New York: Newsweek, Inc, 1997. – March 10. – 70 p.
16. Newsweek, the international newsmagazine. – New York: Newsweek, Inc, 1999. – March 15. – 70 p.
17. Newsweek, the international newsmagazine. – New York: Newsweek, Inc, 1999. – June 28. – 66 p.
18. Newsweek, the international newsmagazine. – New York: Newsweek, Inc, 1999. – September 6. – 74 p.
19. The Economic Journal. – Oxford (UK), Boston (USA): Blackwell Publishers, 2001. – № 474. – P. 667–861.
20. The Economic Journal. – Oxford (UK), Boston (USA): Blackwell Publishers, 2001. – № 475. – P. F577–F834.
21. The Economist – London: Economist Newspapers Ltd., 1997. – February, 1. – 104 p.
22. The Economist – London: Economist Newspapers Ltd., 1997. – November, 15. – 106 p.
23. The Economist – London: Economist Newspapers Ltd., 1998. – April, 11. – 106 p.
24. The Times – London: Times Newspapers Ltd., 1997. – August, 1. – 103 p.

УДК 811.111

КОНЦЕПТ ПОРІВНЯННЯ В ДАВНЬОАНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Ікалюк Л.М. (м. Івано-Франківськ)

The article deals with the concept of comparison in Old English. The object of the research is the conceptual field of comparison in Old English. The research shows that the mapping of some information from the source domain onto the target domain in conceptual metaphors preserves structural features of the source domain. The text analysis defined the main source and target domains in the Old English conceptual field of comparison: OBJECT, PHYSICAL WORLD, MENTAL WORLD, ABSTRACTION, PERSON, FAUNA, and FLORA.

Антропоцентризм відіграє значну роль у сучасному лінгвістичному дослідженні. Вивчення мови відбувається в безперервному зв'язку з свідомістю людини, оскільки дослідження мови у її статичному вимірі стало просто неможливим.

Уся картина світу, мовна картина світу зокрема, закладені у нашій свідомості у вигляді концептів, превалюючим серед яких є концепт порівняння – один із засобів пізнання світу. Оскільки, як вважає О.О. Потебня, „в кожному слові дія думки полягає в порівнянні двох мислених комплексів, двох мислених мас, однієї, що знову пізнається, становить питання, і пізнаної раніше, тобто тієї, яка становила вже готовий запас думки на час виникнення питання..." [5, 114]. При пізнанні нового предмета ми неодмінно зіставляємо його з уже відомими нам предметами, шукаючи подібність чи відмінність між ними, щоб збагнути саму суть цього предмета. Відповідно, порівняння притаманне будь-якій культурі, але засоби вираження цієї категорії різні.

Метою нашої статті є розгляд концептуального поля порівняння в давньоанглійській мові. Слід зазначити, що категорія порівняння притаманна будь-якій мові будь-якого періоду і відображає статичний стан об'єкта, що, на перший погляд, є протиріччям тези про постійну еволюцію мови. Однак ми розглядаємо категорію порівняння як динамічну категорію, оскільки $D = S^1 + S^2 + S^3 + ... + S^n$, де D –