

## ТЕРМІНИ-ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ЯК МАРКЕР ЗВ'ЯЗНОСТІ У ПОЛЬСЬКОМОВНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглянуто особливості прагматичного функціонування термінів-фразеологізмів як маркерів зв'язності у польських наукових текстах з погляду їхнього контекстуального представлення із урахуванням потреб передперекладацького аналізу текстів.

**Ключові слова:** зв'язність, когерентність, когезія, прагматичний ефект, термін-фразеологізм, контекст, переклад, польська мова, польсько-український переклад.

W artykule opisano cechy pragmatycznego funkcjonowania frazeologizmów w charakterze terminów jako markerów koherencji polskich tekstów naukowych w zakresie ich kontekstowej prezentacji dla potrzeb etapu wstępnego tłumaczenia — analizy tekstu.

**Słowa kluczowe:** efekt pragmatyczny, term-idiom, teksty ekonomiczne, kontekst, w języku polskim.

The article discusses the features pragmatic functioning terms, phraseology in Polish texts economy in terms of their contextual representation of these specific texts in the Polish discourse.

**Keywords:** pragmatic effect, the term phraseologism, the context, the Polish language.

У світлі потреб підготовки перекладача-славіста особливої ваги й актуальності набуває проблематика збереження зв'язності наукового тексту при відтворенні оригінального тексту інослов'янською мовою. Категорія зв'язності, що на семантичному рівні репрезентує підкатегорія когерентності, а на структурному — підкатегорія когезії, належить до базових лінгвістичних категорій, оскільки забезпечує функціонування тексту як цілісного структурно-семантичного утворення. Відтак, її відтворення є визначальним для збереження смислової єдності тексту та отримання адекватного наукового перекладу. Ми зосередимося на вивченні специфіки саме наукових текстів, адже вони посідають значний відсоток у тренувальних і практичних перекладах із польської на українську і навпаки.

Найбільш повно питання відтворення зв'язності в перекладі висвітлено в працях В. Н. Комісарова, О. Д. Швейцера, Л. О. Черняхівської, Р. Якобсона, Р. де Богранда, А. Нойберта, Г. Шрева, Ш. Блюм-Кульки, М. Ларсона, Б. Хатіма, О. О. Селіванової, В. А. Кухаренко, К. Я. Кусько, Н. В. Кондратенко, С. М. Рибачка, однак відтворення зв'язності тексту у міжслов'янських перекладах залишається до сьогодні практично відкритим. Особливої уваги потребує дослідження зв'язності як проблеми наукового перекладу: сучасні розвідки перекладознавчого характеру присвячені відтворенню когезії та когерентності в художньому

перекладі (А.В. Іванченко, О. Огуї), на матеріалі англійської й української мови з'являються транслатологічні дослідження, присвячені науковим текстам, що свідчить про актуальність проблематики [1]. Що ж до засобів репрезентації зв'язності та конкретних способів їхнього відтворення в перекладі, зокрема термінів у науковому тексті, то вони взагалі ще не були об'єктом ґрунтовного вивчення, чим і визначають актуальність системного вивчення зв'язності як перспективної проблеми наукового перекладу, виявлення засобів формування зв'язності у польському науковому дискурсі та способів їхнього відтворення українською мовою, що дозволить створити корисний інструмент для аналізу смислової структури наукового тексту та її передачі в перекладі.

Успішність професійно-зорієнтованої комунікації залежить від рівня обізнаності автора і адресата повідомлення у специфіці текстів відповідної галузі. Виділення економічного та інших функціонально-тематичних різновидів тексту пов'язано із тривалим періодом пошуків у напрямі тематичної класифікації текстів (Ю. Ф. Прадід, Г. Я. Солганік). Значущою цивілізаційною реалією стала комунікація в економічній сфері. Дослідження 80-х років ХХ ст. в основному розглядали економічний текст як джерело накопичення, вивчення і систематизації фахової термінології, аналізу економічної терміносистеми, укладання і упорядкування словників і глосаріїв. Наукові статті, дисер-

тації, монографії, предметом дослідження у яких ставав економічний текст, присвячувалися переважно проблематиці лінгвістичного (семантичного, словотвірного, граматичного, етимологічного) аналізу певних груп економічної термінології (С. М. Кіршо, Н. В. Мандрик, Р. С. Цаголова).

У своїй роботі ми зосередимося на ролі контекстуального оточення терміна-фразеологізму як особливого мовного знаку в економічних польських текстах — наукових та публіцистичних. Наша робота обмежується вивченням польської фахової мови економіки на наявність у них специфічних мовних одиниць, які входять до складу терміносистем і виконують функції термінів у фаховому тексті, які одночасно є при цьому *ідіофразеологізмами*. У літературі предмету вживається також термін на позначення природи подібних утворень — *термінологічний фразеологізм* або *термінологізм*, а також *термін-фразеологізм* (ТФ) та *фразеотермін*. У зарубіжній лінгвістиці було запропоновано цілий перелік термінів на позначення явища, що перебуває на перетині термінології і фразеології, зокрема, «спеціальні фразеологізми» (*fachsprachliche Phraseologismen*) (термін Б. Шпілнера), «фразеологія або фразеолексеми для спеціальних цілей» (*LSP phraseology / phraseolexemes*) (термін Дж. Драскау), «спеціальна фразеологія» (*fachsprachliche Phraseologie*) (термін Х. Піхта). У роботі Р. Глейзера, як свідчать Т. Н. Федулєнкова й І. Ю. Ширяєва, наведено таке визначення: «Термінологічна фразеологія — сукупність висловів, утворених на основі сталих сполучень слів, що зустрічаються у текстах спеціальної направленості» [5, с. 207]. Оскільки у цьому визначенні первинною є фразеологія, а вторинною — термінологічний аспект, такі одиниці ми б пропонували називати ТФ на відміну від термінологізмів, для яких характерний зворотній зв'язок.

Як відомо, на рівні окремих речень та словосполучень дискурс твориться за допомогою двох дискурсотворчих факторів другого порядку — когерентності та когезивності [1, с. 8]. Когерентність — це приховані змістові зв'язки між частинами тексту, які відкриває реципієнт за допомогою процесу інтерпретації його дискурсу. Розпізнавання моделей когерентності в дискурсі оригінального твору та слідування за їхнім відтворенням і трансформацією в дискурсі перекладного твору є продуктивним напрямом аналізу для пропонованої дисертації. Особливе місце у науковому тексті, зокрема,

економічному, тут посідають терміни, що маркують зв'язність, дозволяючи реципієнту наскрізно відчувати єдність тематики, а перекладачеві — спиратися на них у процесі відтворення тексту. Тісно пов'язаним із дискурсотворчим фактором когерентності є фактор когезивності, що фахівці визначають як «властивість поверхневої зв'язності дискурсу, відтворення якої є обов'язковим для дискурсивно адекватного перекладу на формально-текстовому рівні» [1, с. 9].

Залежно від конкретного функціонального навантаження економічні тексти **офіційно-ділового стилю** дослідники (зокрема, Май Лікунь) пропонують відносити до двох функціональних підстилів: *офіційних економічних документів* (жанри офіційного економічного договору, угоди, трактату, протоколу, декларації, контракту, меморандуму, комюніке, конвенції, акта) і *матеріально-фінансових документів* (жанри коносаменту, векселя, платіжного доручення, банківського переказу, рахунка-фактури, чека, страхового полісу, товарних сертифікатів, доручення тощо); **економічні тексти наукового стилю** — до шести *наукових економічних підстилів*: *власне наукового* (економічна монографія, дисертація, наукова економічна стаття, доповідь, дипломна і курсова роботи з економічних спеціальностей), *навчально-наукового* (підручник, навчальний посібник, методичний посібник, вказівки, рекомендації, poradnik, навчальна лекція (курс лекцій) з економічних дисциплін), *науково-інформаційного* (економічний реферат і анотація більшого за обсягом наукового економічного тексту), *науково-довідкового* (енциклопедія, довідник, каталог, прейскурант, перелік із різних сфер економіки), *науково-ділового* (патент, автореферат економічної дисертації, економічний науковий звіт, висновок економічної експертизи), *науково-популярного* (нарис, економічна стаття та лекція, спрямовані на популяризацію економічних знань серед громадян); **тексти економічної публіцистики** — до *підстилю інформаційної економічної публіцистики* (економічна хроніка, замітка, репортаж, інформаційна кореспонденція, інформаційне інтерв'ю, інформаційний звіт тощо) та *підстилю аналітичної економічної публіцистики* (економічний коментар, огляд, рецензія, стаття, аналітичне інтерв'ю, аналітична кореспонденція, аналітичний звіт, деякі інші).

Обираючи тексти для аналізу і добору ТФ, ми зверталися до певних текстів *науково-довідкового* характеру (словник, довідник, енцикло-

педія) та обмежилися лише одним видом текстів *власне наукового* підстилю (наукова економічна стаття), *науково-інформаційного* (економічний реферат і анотація більшого за обсягом наукового економічного тексту), *науково-популярного* (нарис, економічна стаття, спрямовані на популяризацію економічних знань серед громадян), які є максимально наближеними формально і за метою до текстів публіцистики, та текстами підстилю *аналітичної економічної публіцистики*, виключивши з розгляду інші види публіцистичних текстів, зокрема, тексти підстилю інформаційної економічної публіцистики.

Наукові тексти є необхідним етапом аналізу стану наукової думки у конкретній галузі. Тому, говорячи про наукові тексти, прийнято за їхнє комунікативне завдання визначати передачу спеціальних (професійно-зорієнтованих) відомостей, що мають наукову новизну і цінність; вважається, що вони призначені для доволі вузького кола осіб і позбавлені авторської індивідуальності; тут переважає когнітивна інформація — так званий інформаційно-термінологічний тип тексту. Дійсно, елементи емоційної інформації є у таких текстах «стертими», проте можна зафіксувати модальні засоби, притаманні науковій дискусії — лексичні посилювачі, риторичні запитання і вигуки.

Якщо ж говорити про відсутність авторського стилю у наукових текстах, то, починаючи з 70-х років, стає помітною тенденція до «гуманізації» викладу, все більша орієнтація на інтереси, потреби і можливості читача, максимальне пристосування спеціального тексту до участі в процесі комунікації, що досягається через широке використання емоційно-експресивних елементів, індивідуальних стильових засобів, прийомів мовної виразності. На нашу думку, поява ОТФ та функціонування ТФ в економічному та інших дискурсах є проявом авторського стилю у науковому тексті. Виділяючи основні риси сучасного наукового стилю, Р. О. Будагов вказує, що він тяжіє не лише до «звичних» точності, простоти, логічної строгості, але й до «емоційної вражальності... постійної взаємодії з загальнолітературною мовою... широкого використання різноманітних стилістичних ресурсів мови» [2, с. 45].

Із погляду структури наукові тексти мають логічну будову, що забезпечується спеціальними засобами формальної і семантичної когезії: до семантичних відноситься повторюваність ЛО (найчастіше ключових термінів), до фор-

мальних — надлишкові зв'язні слова. Додатковими засобами логічної організації наукового тексту є шрифт, курсив, розрядка, колір, підкреслення. Для наукових економічних текстів характерними є складність і різноманітність синтаксичних структур, точність формулювань, дефініцій, висока термінологічна насиченість, у тому числі вузькоспеціальними термінами і абстрактною лексикою; маркерами такого дискурсу, окрім термінів, є одиниці, що вказують на послідовність і логіку викладення думок, доказів, прийомів дослідження, на типовість / нетиповість, періодичність і повторюваність закономірностей, явищ, на джерело, авторство, спосіб вираження думки, концепції, ступінь вірогідності інформації, формули скромності як прийом самоавторизації. Необхідними елементами організації такого типу текстів є когезійні елементи, які виражають відношення причини, наслідку, цілі, часу, допусту. Інтертекстуальний характер текстів науково-економічних підстилів ілюструється наявністю посилань, виносков, цитат, приміток, а також наявністю невербальних або змішаних знаків — схем, таблиць, графіків, формул, у яких присутні ТФ, причому такі, що не згадуються у тілі статті.

Текстам економічної публіцистики притаманні як елементи наукового стилю, так розмовного, поєднання поміркованої науковості, книжності із потужною силою переконання і впливу. Експресивність, зумовлена основною, перлокутивною функцією публіцистичного тексту (В. М. Вакуров, М. М. Кожина, М. М. Кохтев, І. П. Лисаква, Г. Я. Солганік, О. О. Тертичний), поєднується з інформативністю, доказовістю, наявністю стандарту у вираженні. Отже, провідною функцією текстів інформаційно-публіцистичного економічного підстилю є інформаційна, аналітико-публіцистичного економічного підстилю — функція впливу (перлокутивна). Публіцистичні тексти з економіки можуть бути адресовані різним аудиторіям — масовому читачеві та фахівцям.

Автори текстів економічно-публіцистичних жанрів намагаються дотримуватися принципів добору мовних засобів із настановою на їхню зрозумілість та атрактивність із метою привернення і утримання уваги читача:

- із метою створення атмосфери довіри між комунікантами і різновиду «спільної мови» звертаються до використовують загальновідомих економічних термінів та ТФ і уникають наукових, енциклопедичних дефініцій, схем, графіків тощо (*okres bezodsetkowy, kredyty*



hipoteczne, podatki akcyzowe, zamknięty rynek, kraje wytwarzające i konsumujące energię, ceny hurtowe);

- дотримуються пропорції знайомий / незнайомий термін, відоме / нове поняття із перевагою першого з них (*gospodarcza prosperity, specjalistka od investor relations, kredyty spożywcze/konsumpcyjne, solidność spłacania zobowiązań — kwota zaległości w relacji do wartości zadłużenia*);

- «популяризують» економічну термінологію шляхом евфемізації, продукування ОТФ, використання ТФ (*biegun kredytowej Polski — кредитний полюс Польщі, turbodoładowanie zakupów — гіперпришвидшення закупівель, niesolidni klienci — порушники кредитних зобов'язань, średniak akcyzowy — країна, що має середній у світі показник рівня акцизних зборів*);

- тісно «переплітають» термінологію із фразеологією у рамках одного речення (*Na czarnej liście BIK (Biura Informacji Kredytowej) mają one ledwie 3-proc. udział. Banki prześcigają się w redukowaniu do minimum formalności — Lukas Bank obiecuje gotówkę do ręki w 15 minut, BZ WBK przebija go 5 minutami, a Bank Poczty kusi dostarczeniem pieniędzy do domu. Banki rozdają karty kredytowe na prawo i lewo. Poprzeczka dostępności kredytów została znacznie obniżona. (Polityka № 15(2600), 14.04.2007, s. 34–39)*; використовують повтори ключових термінів — синонімічні, антонімічні, омонімічні, асоціативні, спільнокореневі, алюзії, гру слів тощо (*Horyzont kredytowy nie jest jednak aż tak bezchmurny*);

- використовують засоби розмовно-економічного підстилю, професіоналізми, сленгізми, жаргонізми: елементи професійного мовлення біржових брокерів, посередників, банківських службовців, податківців тощо (*firmy krzaki — фірми-одноденки, produkty z średniej półki — товари з середньої полиці, які магазин прагне продати найбільшій кількості покупців (на рівні руки покупця, середня цінова і якісна категорія), romostówki — пенсії для пільгових категорій, łowcy okazji — любителі розпродажів; badylarz — огорожник, власник теплиць*);

- широко використовують розмовні, просторічні засоби (*nastawiony zakupowo — налаштований на більші закупи; zalew zachodniej żywności — потоп західних продуктів; towary podlej jakości — товари низької якості; ucieczki w szarą strefę — втечі у «тінь», niemiłe niespodzianki w gospodarce światowej — неприємні несподіванки світової економіки*), вдаються до гіперболізації, персоналізації (*krociowe zyski, internet*

*puchnie, ceny szaleją, gwałtownie rośnie deficyt, przesadny deficyt budżetowy, budżet tonie, posłów ogarnia amok, dramatyczny wzrost cen, gigantyczne nakłady, rosyjska administracja pozostaje głucha*), розгорнутих образних порівнянь (*Czy budżet tonie, czy więc zbliża się potop i czas rezerwować bilety na arkę? Może jeszcze nie, ale warto zacząć się dowiadywać, skąd arka odpływa. (Polityka № 14, 7.04.2007, s. 68–71)*), афоризмів («*Nic za darmo*», «*Dobry zwyczaj nie pożyczaj*», «*Bez kredytu nie ma dobrobytu*»);

- дотримуються принципу економії мовних засобів: лаконічне викладення поєднується з інформативною насиченістю (терміни-зліпки: *demoludy, biobaroni, multikredytowiec, internauta* та ін.; кальки: *przyjazne osiedle, e-katastrofa, e-handel, e-bankowość*; метонімія: *ratusz — мєрїя*);

- часто вживають абрєвіатури, ергоніми, номенклатурні найменування (*BIK — Biuro Informacji Kredytowej; Warset — system informatyczny obsiugujący Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie od 17 listopada 2000 roku*).

Економічний текст є віддзеркаленням певної моделі економіки та пов'язаної із цим термінологічної ситуації. Жанр тексту, зміст і стиль викладу та вживання у тексті спеціальної термінології формують політекономічне тло професійно-зорієнтованого повідомлення, так, у тілі економічного тексту можуть містити як загальноекономічний (універсальний) компонент, так і специфічний компонент, що дозволяє ідентифікувати політекономічний фон, певну модель економіки і уточнити спеціальну галузь знань. Засобами присутності специфічного компонента у текстах економіки є: терміни, ТФ, їхні дефініції й тлумачення, ремінісценції, особливості синтагматики і семантичного структурування текстів, стилістичні особливості, статистичні дані, формули інші графічні засоби.

Серед основних ознак терміна, запропонованих науковцями-термінознавцями, особливе місце посідає неоднозначна у трактуваннях різних авторів вимога контекстуальної стабільності (Т. С. Коготкова, Д. С. Лотте, О. О. Реформатський, А. Д. Хаютин), сформульована у 70-х роках ХХ століття.

З одного боку, термін за своєю функцією повинен відзначатися незалежністю від контексту, проте дослідники (Д. С. Лотте, Т. І. Панько) зауважують, що зсуви можуть відбуватися у структурі термінів залежно від найближчого контекстуального оточення: «Відхилення від

принципу незалежності терміна від контексту можуть бути допущені лише у двох випадках: 1) коли відомо, про яке поняття йдеться, можна випускати частини терміна, що визначають його суть; 2) за необхідності частих повторів того самого видового терміна можуть виникнути стилістичні похибки, у зв'язку з чим слід відкидати частини визначень, замінюючи їх, за традицією, відповідними вказівними словами (цей, той, даний і т. ін.)» [2, с. 74].

У випадку публіцистичних текстів варіативність засобів уникнення повторення термінів є значно ширшою, ніж згадані вище — це, найчастіше — наведення інтернаціоналізму або англійського відповідника, а також утворення авторських оказіональних синонімів термінологічного характеру (ОТФ), описових, евфемічних тощо, звернення до прихованих засобів когезії. Так, у тексті «*Dolce vita na raty*» (*Newsweek Polska*, 38/2007, 23.09.07, с. 46–49), присвяченому збільшенню обсягу кредитів для населення, автор наводить кілька синонімів ключового для статті поняття «*kredytobiorcy*» — *громада, суспільство позичальників, власники кредитів*, серед яких є нетерміни, однослівні й аналітичні власне терміни, ТФ, ОТФ, а деякі є лише метафоризованими авторськими оказіоналізмами: *społeczeństwo wydające pieniądze szybciej niż je zarabia* (квазітермін, дефініція), *entuzjaści życia za pożyczone pieniądze* (нетермін), *zadłużeni* (нетермін), *posiadacze kredytu* (ТФ), *posiadacze rachunków kredytowych* (термін), *społeczność pożyczających* (ОТФ, термінологізм), *pożyczający pieniądze* (термін), *Polska kredytowa* (авторський неологізм, формально, ОТФ), *Rzeczpospolita kredytowa* (авторський неологізм, формально, ОТФ), *fani zadłużania* (авторський неологізм, формально, ОТФ, термінологізм).

Для автора статті ключовий термін, що послідовно має форму множини (фактично це ЛО *pluralia tantum*), є семантично варіативним щодо форми множини від «*kredytobiorca*» і конотує негативне, дистанціююче ставлення до описуваного явища. Синоніми наводяться за принципом зростання оцінного навантаження, замкнутого кола повторення інваріанта першого терміна *zadłużeni* (ті, що заборгували, боржники, у боргах «по вуха»), останнім у переліку є найбільш категоричний, тавруючий авторський варіант *fani zadłużania* (аматори заборгованості, залежні від кредитів, такі, що люблять бути винними гроші), що повинно підштовхнути читача до висновку про неприйнятність бездумного позичання.

Кількаразове повторення терміна *Polska kredytowa*, утвореного за загальновідомою моделлю *Polska Ludowa* (негативно конотований термін Народна Польща, тобто ПНР), свідчить про те, що автор номінує згадане поняття конотованим ОТФ, а наводячи таку кількість контекстуальних і оказіональних синонімів, радше не намагається уникнути тавтології, а прагне всебічно описати і оцінити ключове явище. Особливо обирає вільне словосполучення *kredytowa Polska*, яке у наступному ж абзаці перетворюється на формально термінологічне *Polska kredytowa* — непрямий порядок слів за законами польської мови має детермінувати приналежність словосполучення до термінологічних. Отже, явище, назване спочатку, ще не є «діагнозом» явища, натомість, після перерахування певних його ознак стає поняттям і потребує термінологічної номінації.

Свій внесок у тлумачення терміна вносить і наведення розгорнутих описових антонімічних конструкцій, фактично, дефініцій на позначення населення, що не має кредитів: *doroshi obywatele, nie mający żadnej styczności z sektorem finansowym* — *дорослі громадяни, що не мають жодного відношення до фінансового сектору* (контекстуальний антонім, евфемізм); *Polak, który nie przełamał awersji do kredytów* — *поляк, який не поборов огиди / антипатії до кредитів* («поляк» ужито в узагальненому сенсі — поляки, оцінна дефініція); *ci, których poraża perspektywa spłaty wieloletniego kredytu* — *ті, кого вражає / лякає перспектива виплати багатолічного кредиту* (слово «перспектива» ужито іронічно, евфемізм).

Кожне з наведених формулювань містить оцінні елементи, що несуть конотацію засудження тих, хто бездумно бере кредити. Звичайно, що перекладач повинен адекватно розуміти і відтворити таке навантаження. Характерно, що автор намагається дібрати якнайбільше термінологічних визначень для явища, яке оцінює негативно, а, називаючи протилежне за значенням явище, навпаки, уникає термінів взагалі. На його думку, не брати кредитів — це норма, здорова людина має вроджену антипатію до кредитів, брати багато кредитів — відступ від норми, позичальник — це той, хто подолав захисний механізм антипатії до заборгованості. Пропонує автор і однослівний термін для людини, залежної від кредитів, яка має кілька різних кредитів одночасно, — *multikredytowiec*.

Другий ключовий термін статті *kredytowy entuzjizm* — фонове поняття для згаданого пер-

шим — теж має синоніми: *ofensywa kredytowa*, *kredytowa eksplozja*, усі є термінологізмами, трансформованими з військової сфери, що підкреслює екстремальний, некерований і шкідливий для людини характер явища.

Прагматична функція терміна полягає в передачі установки автора повідомлення під час акту обміну інформацією у рамках професійно-зорієнтованої комунікації. Дослідники, як правило, доходять висновку про нетиповий характер цієї функції у випадку терміна, за винятком конотованих термінів політичної сфери, коли термін стає хибно мотивованим із метою свідомого дезінформування адресата шляхом евфемізації [6, с. 54].

Таким чином, досягнення комунікативного, прагматичного ефекту текстів популярної економічної публіцистики — активного втручання у події і здійснення впливу на читача — залежить від повноти і способу розкриття та презентації термінів і ТФ у тексті. У неспецифічному оточенні ТФ і, особливо, ОТФ, що залишається без супровідних коментарів, призводить до різних варіантів порушення комунікативного ефекту повідомлення — від приблизного, неточного до помилкового розуміння або повного нерозуміння його змісту. Дібраний і проаналізований нами матеріал засвідчує, що у більшості текстів ТФ та ОТФ не лише отримують, як правило, розгорнуті й комплексні тлумачення, а й сам композиційний прийом наскрізного повторення і коментування ключового ТФ (ОТФ) у текстах економічної аналітичної публіцистики є поширеним, традиційним і часто експлуатованим.

Автори текстів преси мають практично необмежений доступ до мовних і мовленнєвих ресурсів на всіх рівнях системи, з яких вони добирають засоби і матеріал, керуючись прагматичним наміром впливу на читача та принципом комунікативної функціональності, виправданості. Тексти на економічну тематику характеризує поєднання елементів різного стилю, що повинні посередницькій ролі публіцистичного тексту у встановленні ефективної комунікації між автором і читачем. Потрапляючи у тексти преси, економічний термін реалізує свій текстотвірчий потенціал і допомагає у створенні стилістичного ефекту взаємодії функціонально-стилістичних особливостей терміна із лексикою інших стилістичних пластів.

Іще однією, додатковою, властивістю контексту є його роль у встановленні доведеності тверджень автора та вірогідності інформації,

що пропонується адресатові. Автор може використовувати ТФ для створення ефекту послідовності, наскрізності, наповненості, замкнутості, а отже, переконливості системи власних доказів, ТФ виступає у ролі маркера економічного дискурсу, когезійним елементом зазначеного тексту і, водночас, атракційного елемента, оздоби, що привертає увагу читача. Іntenції адресата передбачають наявність певної стратегії у досягненні прагматичного ефекту професійно-зорієнтованого повідомлення, тактичними прийомами якої є специфіка структурної побудови тексту і його наповнення відповідними елементами, зокрема, ТФ. Повторюючи ТФ у різний спосіб, автор повідомлення задає спокійний тон, атмосферу довіри та забезпечує передбачуваний характер комунікації, встановлює свою роль авторитета, фахівця, «привчає» адресата до цих ТФ, сприяє їхньому потраплянню до активного словника користувачів мови.

Як видно з попереднього прикладу та більшості дібраних нами фрагментів, кожний логічно оформлений текстовий відрізок містить доволі симетричну сітку ТФ із певною логікою повторення. У публіцистичних текстах це, зазвичай, увесь простір статті, у науковому — певні його фрагменти. ТФ може наводитися у повній та еліптичній (якщо така є) формі (*niepewność konsumenta — niepewność; pokusa nadużycia zaufania konsumenta — pokusa nadużycia*), наводить синонімічний англomовний термін, що характерно для наукового економічного дискурсу або утворює численні okazіональні відповідники із прозорою семантикою, «грає» словами, вдається до евфемізації для урізноманітнення текстової шати і уникнення тавтології, що характерно для економічної аналітичної публіцистики. Добираючи джерельний термін для синонімічних ОТФ, автор зазвичай використовує конотативний потенціал таких ЛО, наприклад, для ключового ОТФ *kredytowy entuzjazm* протягом тексту наведено два okazіональних відповідники *ofensywa kredytowa*, *kredytowa eksplozja*, що є термінологізмами, трансформованими з військової сфери, які несуть конотацію катастрофи, лиха, екстремального явища, некерованості, шкоди для людини. Аналізуючи подібні термінологізми, можна прогнозувати наявність мовного у даному випадку потенціалу джерельних термінів *gorączka*, *głód*, *inercja*, *lawina*, *nacisk*, *piętrzenie się*, *przegrzanie*, *wyścig* для творення ОТФ.

Таким чином, прагматика ТФ в економічних текстах полягає у функціонуванні цих одиниць

як лексичних маркерів, що сприяють ідентифікації дискурсу читачем та позначають межі композиційних відрізків тексту для зручності в орієнтації у ньому. Цей аспект функціонування ТФ прямо пов'язаний з інтенціями автора повідомлення, його соціальними параметрами та даними комунікативної ситуації. ТФ як прагматична одиниця реалізує свій потенціал передачі й маніпулювання інформацією,

що міститься у змісті поняття, номінованого ТФ, приваблює увагу адресата до поняття, доносить погляд автора, його ставлення і оцінку описуваних фактів, явищ, подій. Відправник повідомлення використовує контекст як доказ достовірності інформації, для адресата контекст є допоміжним інструментом адекватного і коректного витлумачення значень ТФ та змісту усього тексту.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Кондратьєва О. В. Когезія та когерентність у перекладі наукової прози (на матеріалі наукових статей та монографій) [Текст] : автореферат... канд. філологічних наук, спец.: 10.02.16 — перекладознавство / О. В. Кондратьєва. — Одеса : ДЗ «Південноукраїнський нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського», 2011. — 20 с.
2. Литературные языки и языковые стили. — М. : Высшая школа. 1967. — 378 с.
3. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии / Д. С. Лотте. — М. : Изд-во АН СССР, 1961. — 157 с.
4. Май Ликунь Подстили и жанры экономического текста // Русский язык: система и

функционирование (к 80-летию проф. П. П. Шубы): Мат-лы III Междунар. научн. конф. (Минск, 6–7 апреля 2006 г.) / Белорусский госуниверситет. — Минск : РИВШ, 2006. — Ч. 2. — С. 98–101.

5. Федулєнкова Т. Н. Коммуникативная валидность терминологической фразеологии / Т. Н. Федулєнкова, Ю. А. Ширяева // Прикладная лингвистика без границ. Материалы международной конференции в Российском Государственном Педагогическом Институте им. А. И. Герцена. — С.-Петербург, 2004. — 212 с.

6. Lejchyk W., Biesikerska L. Terminoznawstwo: przedmiot, metody, struktura / W. Lejchyk, L. Biesikerska. — Białystok, 1998. — 184 s.