

УДК 316.32(075.8):811.111

## АНГЛОМОВНА РЕАЛІЗАЦІЯ ЯВИЩА ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Лариса Іванівна ЧАБАК**

старший викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Черкаського інституту банківської справи УБС НБУ (м. Київ)  
E-mail: larisa.6666@mail.ru

*Анотація.* Головною ідеєю статті є необхідність здійснення соціолінгвального аналізу англomовних неомінацій, які відображаються у явищі економічної глобалізації. Автором досліджено взаємозв'язок між основними викликами світової економічної інтеграції та їх вербальною репрезентацією.

*Аннотация.* Главной идеей статьи является необходимость осуществления социолингвального анализа англоязычных неоминаций, которые отражаются в явлении экономической глобализации. Автором исследована взаимосвязь между основными вызовами мировой экономической интеграции и их вербальной репрезентацией.

**Ключові слова:** глобальна мова, лінгвістична інновація, вербальний маркер, неомінація.

**Ключевые слова:** глобальный язык, лингвистическая инновация, вербальный маркер, неоминация.

**Постановка проблеми.** Глобалізація як одна з домінуючих тенденцій розвитку цивілізації в ХХІ столітті охопила майже всі сфери життя країн Сходу й Заходу. Перспективи й наслідки цього суперечливого процесу ще недостатньо вивчені в науковому плані, попри жваве обговорення даної проблеми широкою громадськістю і фахівцями різних галузей гуманітарного знання, зокрема лінгвістами. Відтак, створюючи основу для інтеграційних процесів у різних сферах суспільного буття, взаємозалежний економічний простір стає «генератором» нових явищ і понять, котрі отримують відповідне вербальне втілення в англійській мові.

**Актуальність** вибору теми визначається, з одного боку, роллю економічної лексики у збагаченні словникового складу англійської мови, а з іншого – необхідністю аналізу інноваційних процесів та явищ у лексиці сфери економіки останнього двадцятиліття, особливо причин і результатів якісних змін у шляхах, способах і засобах збагачення цього шару лексики англійської мови.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** З огляду на комплексну природу згаданого феномена, науковцями детально розглядаються причини виникнення англomовних інновацій, пов'язаних із ключовим проявом взаємозалежності світу – економічною глобалізацією. Мов-

ний аспект глобалізації, процес розвитку національних мов, їх взаємопроникнення, оновлення, нові напрямки та основні сфери еволюції в умовах лінгвокультурної уніфікації – всі ці нагальні питання отримують наукове осмислення в працях сучасних дослідників таких як Б. І. Ажнюк, В. Єлістратов, А. О. Кургузов, Л. О. Нагорна, С. М. Максимов, М. В. Русанівський.

**Метою статті** є визначення тенденцій збагачення економічного лексикону англійської мови шляхом аналізу словотвірних, семантичних і фразотворчих процесів на фоні соціально-економічних перетворень і нових явищ. Для реалізації поставленої мети необхідно виокреслити й упорядкувати масив неологізмів, окреслити репрезентативні групи мовних одиниць, релевантних щодо економічної глобалізації.

**Обґрунтування отриманих наукових результатів.** Поза всяким сумнівом, найбільш яскравим проявом глобалізації у сфері мовних відносин є феномен безпрецедентного поширення англійської мови як lingua franca [1, с. 135]. Статистика свідчить, що англійською мовою вільно володіють близько 670 мільйонів осіб, а в межах «розумної компетентності» – приблизно 1,2–1,5 млн. чоловік. [2, с. 45]. Крім того, лєвова частка публікацій з різних сфер і галузей виходить англійською мовою (за даними минулого

століття, у світі з 1000 наукових публікацій 760 виходять англійською мовою; нею продається 80 % інформації в мережі інтернет, хоча для 40 % користувачів ця мова не є ані рідною, а ні першою; англомовні країни виробляють близько 40 % світового валового внутрішнього продукту [2, с. 32]. Отже, жодною мовою раніше в історії не розмовляла така кількість людей і так широко, і це при тому, що ніколи в історії не було такої кількості стандартизованих мов, як сьогодні, – 1,2 тис. [3, с. 21].

Вибір англійської на роль першої мови міжнародного спілкування зумовлений як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Дослідники відзначають її раціональну будову, багатство словникового складу, який дозволяє створювати розгалужені терміносистеми. Разом з тим, англійська асоціюється з англомовним світом (де панують свобода і демократія), на чолі якого стоїть найпотужніша держава сучасності – США. Все це забезпечує англійській мові високий престиж в очах мовців, спонукаючи їх до її вивчення.

Варто розпочати з центрального поняття «глобальна економіка», яке отримало найменування *global economy, world economy*. Аналіз співвіднесених з цим поняттям мовних одиниць доводить, що переважна їхня більшість концентрується навколо таких рушійних сил й суперечностей економічної інтеграції, як наступ транснаціональних корпорацій (ТНК), перерозподіл і переміщення ресурсів, перетворення англійської мови у *lingua franca* сучасного бізнес-середовища, міждержавні об'єднання й організації, амбівалентний характер глобальної економіки.

Слід зазначити, що англомовні інновації, пов'язані з тотальним наступом транснаціональних корпорацій та їхнім перетворенням у головних гравців світового економічного розвитку, денотують агресивне поширення відомих брендів найбільш розвинених держав і опосередковане нав'язування певного стилю життя. Тому критики вестернізації світу вживають ці мовні одиниці здебільшого для таврування стереотипів раціоналізму й аморальності великого бізнесу.

В даний час, коли безперечними лідерами у світовій економіці є американські компанії *McDonald's, Coca-Cola, Disney, Starbucks*, неолексеми, утворені із залученням відповідних ергонімів, нерідко використовують як синоніми «глобалізації»: *McDonaldization, McWorld, Coca-Colonization, Coca-Globalization, Disneyization, Disneyfication, Starbuckization*.

У добу тотальної інтернетизації з'являються

неолексеми, утворені від назв відомих веб-провайдерів або фірм, комерційний успіх яких пов'язаний з поширенням інформаційно-комп'ютерних технологій у планетарному масштабі: *Microsoftization, Micro\$oft, Googlization, Googleverse (Google + universe), GooTube (Google + YouTube), to Amazon, amazonned*.

З перерозподілом і переміщенням ресурсів корелюють вербальні репрезентанти, які номінують перерозташування активів компаній, «викачування мізків» та інші явища в умовах світової економічної інтеграції. Саме ТНК, котрі також називають *stateless corporations*, тобто «корпорації поза державними кордонами», відкрили простір для руху і матеріального, й інтелектуального капіталу.

На лінгвальному рівні така мобільність ресурсів денотується мініпарадигмою неолексем, де вектор переміщення позначається мовними знаками *in-, off-, near-, right-*, а сам процес – словом *shore: inshoring, offshorable, nearshoring, rights-horing*.

Однак «англійська мова як *lingua franca*» відрізняється від власне англійської, оскільки являє собою лише інструмент з обмеженою сферою застосування. Сьогодні все частіше використовують неологізми *Globish (global+English), English-lite, offshore English*, котрі денотують «спрощену, редуковану, без прихованих конотацій і граматичних тонкощів мову, яку використовують іноземці».

Як відомо, наслідком таких спрощень і дестандартизації є примноження мов-гібридів, в яких англійська мова поєднується з різними національними мовами: *Chinglish (Chinese + English), Denglish (Deutsch + English), Indish (Indian + English), Spanglish (Spanish + English), Frenglish (French + English)*. За таких обставин слушною видається думка науковців про те, що світ вступив в епоху комунікативного зсуву (*communicative shift*), суть якого полягає в об'єктивній необхідності національно-англомовного білінгвізму.

Аналізуючи культурні розбіжності та особливості на рівні когнітивного аспекту народів країн європейської спільноти, ми бачимо, що з'являється низка назв для позначення мови спілкування представників ЄС: *EuroEnglish, Euro-speak, Eurojargon, Eurobabble*. Іронічне ставлення до порушення мовних норм досягається за рахунок експресивності вихідних лексем *jargon* та *babble*.

Оскільки інформаційні потоки пронизують усі рівні бізнесу, а множинність каналів інфор-

мації створює необхідність мобільно працювати з великими обсягами даних, з'явилися й такі різновиди англійської мови, як *Weblish* та *Netspeak*, котрі використовують для комунікації через мережу Інтернет і специфікою яких є нехтування орфографічними, граматичними правилами, ігнорування пунктуації та неофіційний тон: *The sheer weight and quality of weblish now entering the language is unmistakable of the intoxicating vitality of English* (The Guardian, June 26, 2003)

Стала очевидною в умовах агресивного поширення ТНК можливість формування навіть мови окремої компанії. Так, наприклад, квазімова фірми *McDonald's* отримала назву *McLanguage* і включає близько 130 слів й словосполучень, що опубліковані на офіційному сайті й закріплені як власність цієї корпорації: *McDouble*, *McDrive*, *McExpress*, *McMenu* тощо. Проте з *McLanguage* нерідко асоціюють і лексику, яку всесвітньо відома компанія різко заперечує. Йдеться про мовні інновації, в яких префікс *Mc-* додає словам негативні значення «непрестижний, некваліфікований, позбавлений смаку, масовий, сурогатний».

Разом з перетворенням швейцарського міста Давос у штаб-квартиру світової економіки одночасно відбувається переосмислення ономастичної реалії *Davos*, яка у ході вторинної номінації денотує такі поняття, як *Davos Man* «світова космополітично налаштована бізнес-еліта», *Davos Culture* «діловий етикет представників політичного й економічного істеблішменту»: *One of the doctrine popular with «Davos Man» for many years was that globalization and finance capitalism brought untold benefits* (The Observer, January 31, 2010).

Характерні риси транснаціонального світу вербалізувалися у мініпарадигмі неонімацій, котрі вказують на зростання присутності Китаю в економіках багатьох розвинутих країн: *Chimerica* (*China + America*), *Chermany* (*China + Germany*), *Chindonesia* (*China + India + Indonesia*), *BRICs* (*Brazil, Russia, India, China*) «країни (Бразилія, Росія, Індія, Китай), економіки яких мають високий потенціал для розвитку».

Наведені приклади свідчать тому, що «глобалізація поділила світ на тих, хто «глобалізує», і на тих, кого «глобалізують» [4, 20], виникла потреба у найменуваннях, котрі відбивають амбівалентний характер глобалізаційних процесів. Однак варто зазначити, що неологізми цього ряду радше співвідносяться з усіма складовими глобалізації, а не лише з економічним параметром цього феномена. До того ж майже усі нові слова і фразеологічні одиниці, які передають нейтраль-

не, позитивне чи негативне ставлення до взаємозалежності й цілісності світу, утворюються за допомогою вихідних лексем *globe* або *global*, котрі, у свою чергу, демонструють неабияку слово- і фразотворчу активність. Полярні оцінки своєрідного відголосу глобалізації – об'єднання Європи – номінують головним чином за допомогою форманта *Euro-*, що сприяє перетворенню цього мовного знака у новий словотворчий елемент. Також до вербальних маркерів схвалення глобалізаційних процесів відносимо такі лінгвальні одиниці, як *globophilia* – «підтримка глобалізації», *globophile* та *globalist* – «той, хто діє і мислить як прибічник глобалізації», *globocrat* (*global + bureaucrat*) – «особа, яка підтримує глобалізацію і працює в одній з міжнародних організацій», *global protector* – «захисник глобалізації».

Низка мовних інновацій репрезентує якщо не підтримку, то принаймні готовність працювати у глобальних реаліях – *globitarian* «той, що стосується уряду, в якому усі рішення й програми приймають з урахуванням механізмів глобального ринку», *globility* «здатність компанії, продукту виробництва і т. п. бути визнаними і поширеними у світі», *globoboss* «керівник транснаціональної корпорації, котрий може працювати в умовах глобальної економіки».

Крім того, сьогодні, коли актуальним стало гасло «Мислити глобально, діяти локально», з'явився більш прорахований і компромісний варіант глобалізації, для позначення якого поєднують, на перший погляд, непоєднувані контрастні поняття *global* та *local* – *glocalization* (*globalization + localization*) «регіональний сценарій глобалізації, що передбачає врахування специфіки локального ринку». Позитивне ставлення до євроінтеграції репрезентують неонімаціями *Europhilia*, *Europhile*, *Europhoria*, *Europeanisation*.

Несприйняття чи критичне ставлення до асиметрії розвитку в умовах глобалізації передають мовними інноваціями *globophobia*, *globophobe*, *deglobalization*, *anti-globalization*, *summit-hop*.

Не менше побоювань виникає щодо негативних наслідків об'єднання Європи, які на рівні мовних одиниць представлені неолексемами *Europessimism*, *Euroskeptic* (*adj.*), *Euroskeptic* (*n.*), *Euroskepticism*, *Europhobe*, *Europhobia*. Зауважимо, що варіативність оцінок – від страху до стану позитивного афекту – більшою мірою досягається за рахунок використання лексем *pessimism*, *skeptic*, *phobia* й уламків *-phoria*, *-philia*, *-phile*, котрі під час семантичного переосмислення наповнюють утворені дефініції новим змістом.

**Висновки.** У ході дослідження виявлені основні причини саме англомовної лінгвокультурної глобалізації – кількість і якість закодованої англійською мовою інформації становить основний масив сучасного світового інформативного простору. З огляду на те, що з допомогою соціальних та економічних чинників можна виявити суттєві

внутрішньомовні тенденції, вбачаємо доцільним подальший соціолінгвальний аналіз втілення новітніх англомовних явищ та процесів.

Отже, можемо підсумувати, що глобалізація економіки відкриває простір для дослідження активних інноваційних процесів на лексико-семантичному рівні.

#### *Список використаних джерел*

1. Головка О. М. Лінгвальна актуалізація вимірів антропоного буття (на матеріалі інновацій англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Олександра Миколаївна Головка ; Запоріж. нац. ун-т. — Запоріжжя, 2010. — 493 с.
2. Петрінська Т. Вербалізація концепту Political Globalization в англомовному публіцистичному дискурсі / Т. Петрінська // Наук. зап. — Вип. 89 (2). — Серія : Філологічні науки (мовознавство) : у 5 ч. — Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. — С. 60–65.
3. Юськів Б. М. Концепція і парадигми глобального управління / Б. М. Юськів // Політичний менедж-мент. — 2009. — № 1 (34). — С. 119 – 130.
4. Graddol D. English Next: Why global English may mean the end of “English as a Foreign Language” / David Graddol. — British Council, 2006. — 128 p.
5. Grauer S. Think Globally, Act Locally: A Delphi Study of Educational Leadership Through the Development of International Resources in the Local Community / Stuart Grauer. — San Diego: University of San Diego, 1989. — 694 p.
6. McFedries P. Frchives [Електронний ресурс] / P. McFedries. — Режим доступу : <http://www.logohilia.com/WordSpy>, 1966-2011.
7. Oxford Business English Dictionary/ed. by D. Parkinson J. Noble. — Oxford University Press, 2005. — 616 p.