

ЕКОНОМІЧНА ТЕРМІНОСИСТЕМА В АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ, ЩО ВИСВІТЛЮЮТЬ СТАН КАВОВОЇ ІНДУСТРІЇ

Матусяк Галина Іванівна,

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу й іноземних мов
Херсонського державного
аграрно-економічного університету
h.bokshan@gmail.com
orcid.org/0000-0002-7430-8257*

Мета статті – згрупувати англomовну економічну термінологію, яка використовується в Інтернет-ЗМІ, що висвітлюють стан кавової індустрії, на основі усталених класифікацій, і виявити специфіку її функціонування на матеріалі американського новинного ресурсу Sprudge. **Методи.** Для реалізації наукових завдань у дослідженні використано загальнонаукові (узагальнення, індукція і дедукція) та емпірико-теоретичні (аналіз і синтез) методи. Процес відбору термінів проводився методом суцільної вибірки. Дескриптивний метод і методика семантико-компонентного аналізу використовувалися для інвентаризації і розподілу досліджуваних термінів у групи та виявлення їхньої специфіки. **Результати.** Контент англomовного новинного сайту Sprudge є відображенням поточного стану розвитку підприємств кавової індустрії, що охоплюють виробництво і реалізацію сировини та готової продукції. Цей американський Інтернет-ресурс має постійні рубрики, які спрямовані на популяризацію кавової культури у світі, тому призначений для широкого кола читачів – від фахівців у цій сфері до пересічних любителів популярного напою. Відповідно, мовний аспект новинного контенту містить як загальноновживану лексику, так і термінологію, передусім економічного спрямування. Дописи сайту Sprudge висвітлюють діяльність учасників кавового бізнесу – від безпосередніх виробників до кінцевих споживачів, тому на мовному рівні це відображається у широкому використанні іменників та іменникових виразів, що позначають суб'єктів економічних процесів; дієслів, які відображають їхні відносини; прикметників і дієприкметників, що переважно характеризують фінансові тенденції. **Висновки.** Ідентифіковані в проаналізованому матеріалі терміни належать до загальноекономічних, проте здебільшого їх значення конкретизується/звужується за рахунок атрибутивних одиниць, що безпосередньо стосуються кавової індустрії, що зумовлює їх перехід до вузькогалузевих термінів. Екстралінгвістичні процеси, спрямовані на реалізацію практик сталого розвитку й екодружних підходів до ведення бізнесу на мовному рівні, відображено у функціонуванні термінологічних словосполучень, утворених шляхом поєднання економічних та екологічних термінів. Загалом специфіку виявленої економічної термінології становлять дифузійні процеси, які спричиняють перехід значної її частини до загальноновживаної лексики, що зумовлено високою частотністю використання у побутовому мовленні.

Ключові слова: загальноновживана лексика, загальнонаукові терміни, вузькогалузеві терміни, лінгвістична дифузія, термінологічна асиміляція.

**ECONOMIC TERMINOLOGICAL SYSTEM
IN ENGLISH LANGUAGE INTERNET NEWS
COVERING THE CURRENT STATE OF COFFEE INDUSTRY**

Matusiak Halyna Ivanivna,

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Business and Foreign Languages
Kherson State Agricultural and Economic University
h.bokshan@gmail.com
orcid.org/0000-0002-7430-8257*

The purpose of the study is to group English language economic terms used in the Internet news covering the current state of coffee industry on the basis of traditional classifications and find out specificity of their functioning on the sample of the American news website Sprudge. **Methods.** In order to realize the scientific tasks of the research, we used general scientific (generalization, induction and deduction) and empirical-theoretical methods (analysis and synthesis). Selection of the terms was performed with the method of sampling. The descriptive method and the method of semantic-component analysis were used for inventory and distribution of the examined terms into groups and identification of their specificity. **Results.** The content of the English language news website Sprudge is reflection of the current state of the development of coffee industry enterprises, including production and sales of raw materials and finished products. This American Internet-resource has permanent sections aimed at popularization of coffee culture around the world, therefore it is meant for a wide audience – from professionals in this area to ordinary lovers of this popular drink. Accordingly, the language aspect of the news content contains common vocabulary and terminology, mainly, from the field of economics. The articles of the website Sprudge inform about the activity of the participants of coffee business – from primary producers to end consumers, therefore, at a language level, it is reflected in frequent use of nouns and noun phrases denoting subjects of economic processes; verbs denoting their relationships; adjectives and participles mostly characterizing financial tendencies. **Conclusions.** The terms identified in the analyzed material mainly belong to general economic terminology, however, in most cases their meanings are specified/narrowed at the expense of attributes immediately relating to coffee industry that determines their transition to specific terms. Extralinguistic processes aimed at realization of the practices of sustainable development and environmentally friendly approaches to running business manifest themselves at a language level in the functioning of terminological phrases formed by combination of economic and ecological terms. In general, the specificity of economic terms consists in diffusion processes which determine transition of its considerable portion to common vocabulary that results from high frequency of using them in everyday speech.

Key words: common vocabulary, general scientific terms, specific terms, linguistic diffusion, terminological assimilation.

1. Вступ

Загальновідомо, що наукова термінологія не є однорідною і різниться передусім сферами використання, залежно від чого розглядають загальнонаукові терміни (можуть функціонувати у будь-якій галузі науки), міжгалузеві терміни (зустрічаються у споріднених галузях наукового знання) і вузькогалузеві терміни (характерні для однієї конкретної галузі й зумовлені її специфікою). Зрозуміло, що не існує чітких меж між цими схильними до лінгвістичної дифузії групами, і приналежність терміна до однієї з них насамперед залежить від контексту й сполучуваності з іншими мовними одиницями. Терміносистема економічної науки є гетерогенною і містить термінологічні одиниці, що можуть бути співвіднесені з вищезазначеними групами. Специфікою економічної термінології на відміну від інших терміносистем є те, що окремі її елементи є частиною загальноживаної лексики, оскільки економіка становить сферу відносин, у яку втягнуто більшість носіїв мови. Відповідно, частотність використання економічних термінів є значно вищою, ніж тих одиниць, які належать до інших терміносистем.

Погоджуємося з тим, що «економічні процеси, явища та проблеми розглядають не тільки у фахових наукових публікаціях і обговорюють не лише на наукових конференціях, а й у засобах масової інформації, у професійній та приватній сферах. Як наслідок, економічна термінологія проникає у загальнолітературну мову та мову повсякденного спілкування» (Панчишин, Грабовська, 2020: 102). Отже, важливо простежити специфіку її використання не лише безпосередньо в науковому дискурсі, а й у текстах, що становлять публіцистичні наративи, зокрема в Інтернет-ЗМІ.

Терміносистеми, зокрема особливості їх функціонування, генези і розвитку, незмінно належать до кола наукових інтересів, які не втрачають актуальності через зміни, що постійно відбуваються у різних галузях і, відповідно, позначаються на мовному рівні. Така тенденція також зумовлена потребою операціоналізації теоретичних знань у практичну площину й використання для вивчення мови вузькогалузевого спрямування. Окрім філологів, учені різних галузей знань виявляють інтерес до процесів, що торкаються трансформацій словникового складу різних терміносистем, які мають місце під впливом зрушень у тих сферах, які вони визначають. Так, С. Панчишин та І. Грабинська у своєму дослідженні пропонують авторський підхід до структуризації компонентів економічної терміносистеми, фокусуючись на семантичних та методологічних аспектах трактування термінів і понять, зокрема на детерміналізації окремих одиниць під впливом сфери їх використання (Панчишин, Грабинська, 2020). І. Шелепкова у своїй публікації зосереджується на динаміці розвитку економічної терміносистеми під впливом зовнішніх обставин (Шелепкова, 2019). В. Тимкова фокусує увагу на специфіці засвоєння термінології у формуванні мовно-професійної компетентності майбутніх фахівців (Тимкова, 2019). В. Борщовецька значну увагу у своїй розвідці приділяє особливостям функціонування економічної термінології у процесі іншомовного професійного спілкування (Борщовецька, 2007). Ю. Заблоцький з'ясовує екстралінгвістичні особливості економічних термінів англійської мови, адже «однією з базових характеристик терміносистеми є її залежність від розвитку спеціальної галузі, яку вона обслуговує» (Заблоцький, 2016: 257). Х. Павлюк надає загальну характеристику економічної термінології, зосереджуючись на її генезі та розвитку під впливом екстралінгвістичних реалій (Павлюк, 2022). Утім, попри наявність різноаспектних досліджень економічної терміносистеми можна сміливо визнати наявність потреби в глибокому вивченні особливостей її функціонування в Інтернет-новинах, спрямованих на висвітлення стану окремих галузей економіки. Така ситуація зумовлює актуальність теми запропонованої розвідки, матеріалом для якої слугує англomовне видання, що інформує про поточну ситуацію на ринку виробництва й реалізації кави.

Мета статті – згрупувати англomовну економічну термінологію, яка використовується в Інтернет-ЗМІ, що висвітлюють стан кавової індустрії, на основі усталених класифікацій, і виявити специфіку її функціонування на матеріалі американського новинного ресурсу Sprudge.

Для реалізації наукових завдань у дослідженні було використано загальнонаукові (узагальнення, індукція і дедукція) та (аналіз, синтез) *методи*. Процес відбору термінів проводився методом суцільної вибірки. Дескриптивний метод і методика семантико-компонентного аналізу використовувалися для інвентаризації та розподілу досліджуваних синонімічних термінів у групи і виявлення їхньої специфіки.

2. Загальна характеристика об'єкта дослідження

Поділяємо думку колег-науковців про те, що «щодня шпальти газет і журналів, численні електронні видання та телебачення обговорюють економічні питання, унаслідок чого економічна термінологія стала однією з найбільш популярних, поширених і доступних серед масового читача» (Заблоцький, 2016: 258). Контент англomовного новинного сайту Sprudge є відображенням поточного стану розвитку підприємств кавової індустрії, що охоплюють виробництво та реалізацію сировини та готової продукції. Дописи сайту дублюються у соцмережах

Facebook і Twitter. Цей американський Інтернет-ресурс має постійні рубрики, які спрямовані на популяризацію кавової культури у світі, тому призначений для широкого кола читачів – від фахівців у цій сфері до пересічних шанувальників популярного напою. Відповідно, мовний аспект новинного контенту містить як загальноповсякденну лексику, так і термінологію, передусім економічного спрямування. Пропонуємо проаналізувати використовувану в матеріалах сайту Sprudge термінологію з метою виявлення уживаних тематичних груп, а також класифікації термінологічних одиниць за частиномовними критеріями. Проаналізований матеріал охоплює дописи сайту за 2022 р.

3. Термінологія на позначення бізнес-суб'єктів та діяльності

Дописи сайту Sprudge висвітлюють діяльність учасників кавового бізнесу – від безпосередніх виробників до кінцевих споживачів, тому на мовному рівні це відображається у широкому використанні іменників та іменникових виразів, що позначають суб'єктів економічних процесів. Вони включають термінологічні субстантиви зі значенням осіб і підприємств/закладів, наприклад: *buyers, clientele, consumers, corporations, customers, employees, employers, entrepreneurs, exporters, founders, importers, manufacturers, owners of (sth), producers, staff members, suppliers, vendors, workforce, workers, etc.* Значення цих субстантивних термінів можуть конкретизуватися і звужуватися за рахунок атрибутивних одиниць (іменників або прикметників), наприклад: *business partner, café owners, casual consumers, coffee businesses, coffee buyers, coffee companies, coffee purveyors, marketing agency, official distributors, retail company, small businesses, smallholder coffee farms, smallholder farmers, smallholder producers, specialty coffee businesses, specialty coffee importers, specialty-coffee importing companies, wholesale customers, wholesale partners, chief marketing officer, partner producer organizations, a business partnership, etc.* Наведені приклади засвідчують превалювання загальноекономічних термінів на позначення учасників бізнес-відносин, значення яких звужується/уточнюється за рахунок атрибутивних компонентів у словосполученнях, що в окремих випадках призводить до переходу цих одиниць до категорії вузькогалузевих.

Новини сайту Sprudge переважно відображають динаміку індустрії виробництва і реалізації кави, що пояснює розмаїття дієслів і дієслівних виразів на позначення бізнес-діяльності, наприклад: *bargain, buy, collaborate with (businesses), connect (with producers), decline, decrease, develop (a career), employ, establish (relationships), grow business, interact (with customers), invest money (into operations), keep expenses down, make a decision, manufacture, offer, order, partner with, pay off (debt), pay (rent), promote (quality products), purchase, reinvest, ship, save (money), save on costs, satisfy (needs of), solve (customers' problems), support (a supply chain), thrive, work closely (with producers), etc.* В окремих випадках значення загальноекономічних термінів уточнюється за рахунок залежних слів, які співвідносять їх із конкретною галуззю, що призводить до утворення вузькогалузевих термінологічних словосполучень, наприклад: *distribute coffees, found a café, launch a café, manage a café, operate a café, own a coffee shop, run a coffee shop/business, sell coffee, etc.*

4. Асиміляція економічної й екологічної термінології

Останнім часом економічна терміносистема поповнюється за рахунок екологічної термінології, що відображає екстралінгвістичні процеси, спрямовані на реалізацію практик сталого розвитку й екодружніх підходів до ведення бізнесу. Наприклад, у дописах сайту Sprudge, що висвітлюють діяльність підприємств кавової індустрії, звичним є акцент на тих способах організації виробництва й реалізації кавової продукції, які узгоджуються з принципами екологічності, що на мовному рівні виявляється у використанні дієслівних виразів з елементами, що належать до базового екологічного словника: *operate ethically and sustainably, produce zero emissions, limit waste, minimize waste, utilize compostable cups and straws, etc.* Новини сайту знайомлять читачів із подіями, що стосуються шкідливих практик ведення кавового бізнесу

й заходами, спрямованими на боротьбу з ними, тому в дописах можна натрапити на терміни, які стосуються небезпечних екологічних процесів, пов'язаних із виробництвом кави: commodities linked to deforestation, clean up the supply chain of environmental issues, unethical buying practices, coffee's survival, adapt to climate change, etc. У наведених прикладах спостерігаємо утворення словосполучень за рахунок поєднання економічних та екологічних термінів, що відображають екстралінгвістичну взаємодію двох галузей, зумовлену поточними тенденціями.

5. Дифузійні процеси в економічній термінології

Використовувані в дописах сайту Sprudge іменники та іменникові вирази на позначення явищ і процесів економіки демонструють розмаїття термінологічних одиниць, які охоплюють загальноекономічну термінологію, що водночас становить частину загальноживаної лексики, а також вузькогалузеві терміни, якими послуговуються фахівці відповідної сфери. Варто ще раз наголосити, що межі між цими групами термінів є доволі нечіткими, тому спостерігаються дифузійні процеси, що унеможливають закріплення позицій за окремими термінами у межах тієї чи іншої групи. Зокрема, до прикладів загальноекономічних термінів, що використовуються більшістю носіїв мови у щоденному вжитку, можна віднести такі одиниці: consumption, costs, inflation hit, inflation rate, living income, pay raises, price hikes, sales, wage hikes, producer's output, end product, complex chain, decision-making, (coffee) production, exportation process, (café) management, (coffee) supply chain, partnership, (expendable) income, supply and demand equation, healthy profit margin, financial instability, open market, shipping, freight, cost-cutting measures, demand for (coffee), purchasing volumes, market demands, investments, revenue from sales, production process, sales proceeds, online marketplace, warehouse, retail locations, trading model, customer purchasing experience, e-commerce platform, customer base, transportation and lodging expenses, labor shortages, uptick in inflation, bargaining obligations, bargaining process, pay increases for employees, total sales volume, volume loss, etc.

Необхідно зазначити, що серед прикметників і дієприкметників, які супроводжують термінологічні субстантиви на позначення економічних явищ і процесів, превалюють ті, що вказують на зміну тенденцій (підвищення/зниження), пов'язаних із фінансами: expensive (products), affordable (living costs), approachable (prices), cheap (options), increased incomes/prices, pricy espresso-based lattes, cheap versions of supplies, expensive origins, high prices, etc.

6. Висновки

Таким чином, аналіз об'єкта дослідження дав змогу виявити кілька закономірностей у функціонуванні економічних термінів в Інтернет-новинах, що висвітлюють поточний стан кавової індустрії. Зокрема, у частиномовному аспекті серед виокремлених методом суцільної вибірки одиниць переважають субстантивні словосполучення на позначення суб'єктів бізнес-процесів, а також дієслівні терміни, що відображають їхню діяльність і відносини. Ідентифіковані терміни належать до загальноекономічних, проте здебільшого їх значення конкретизується/звужується за рахунок атрибутивних одиниць, що безпосередньо стосуються кавової індустрії, що зумовлює їх перехід до вузькогалузевих термінів. Екстралінгвістичні процеси, спрямовані на реалізацію практик сталого розвитку й екодружніх підходів до ведення бізнесу на мовному рівні, відображені у функціонуванні термінологічних словосполучень, утворених шляхом поєднання економічних та екологічних термінів. Загалом специфіку виявленої економічної термінології становлять дифузійні процеси, які спричиняють перехід значної її частини до загальноживаної лексики, що зумовлено високою частотою використання у побутовому мовленні.

Література:

1. Борщовецька В. Особливості англійських економічних термінів у процесі професійного спілкування. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Львів, 1–2 червня 2007 р.). Львів, 2007. Ч. 1. С. 240–241.

2. Заблоцький Ю. Екстралінгвальні особливості економічної терміносистеми англійської мови. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ V «Термінознавство»*. 2016. № 6. С. 256–261.
3. Павлюк Х. Економічна термінологія в англійській мові. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 25. Т. 2. С. 27–31.
4. Панчишин С., Грабинська І. Про вітчизняну терміносистему фундаментальної економічної науки. *Економічна теорія*. 2020. № 2. С. 99–115.
5. Тимкова В. Роль термінології у формуванні мовно-професійної компетентності фахівців економічного профілю. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 3. С. 1–10.
6. Шелепкова І. Характеристика української економічної термінології на сучасному етапі розвитку. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Вип. 7. Т. 1. С. 52–56.

References:

1. Borshchovetska V. (2007). Osoblyvosti anhliiskyykh ekonomichnykh terminiv u protsesi profesiinoho spilkuvannia – [Specificity of English language economic terms in the process of professional communication]. *Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (Lviv, 1–2 chervnia 2007 r.). Lviv. Pp. 240–241. [in Ukrainian]
2. Zabolotskyi Yu. (2016). Ekstralinhvalni osoblyvosti ekonomichnoi terminosystemy anhliiskoi movy – [Extralingual specificity of economic terminological system of the English language]. *Naukovyi visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Rozdil 5 “Terminoznavstvo”*. No. 6. Pp. 256–261. [in Ukrainian]
3. Pavliuk Kh. (2022). Ekonomichna terminolohiia v anhliiskii movi – [Economic terminology in the English language]. *Zakarpatski filolohichni studii*. Vyp. 25. T. 2. Pp. 27–31. [in Ukrainian]
4. Panchyshyn S., Hrabynska I. (2020). Pro vitchyznianu terminosystemu fundamentalnoi ekonomichnoi nauky – [About the national terminological system of the fundamental economic science]. *Ekonomichna teoriia*. No. 2. Pp. 99–115. [in Ukrainian]
5. Tymkova V. (2019). Rol terminolohii u formuvanni movno-profesiinnoi kompetentnosti fakhivtsiv ekonomichnoho profilu – [The role of terminology in the formation of communicative professional competence of specialists in the field of economics]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*. No. 3. Pp. 1–10. [in Ukrainian]
6. Shelepko I. (2019). Kharakterystyka ukrainskoi ekonomichnoi terminolohii na suchasnomu etapi rozvytku – [Characteristic of the Ukrainian economic terminology at the present stage of its development]. *Zakarpatski filolohichni studii*. Vyp. 7. T. 1. Pp. 52–56. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 22.08.2023
The article was received 22 August 2023