

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 59

Том 1



Видавничий дім
«Гельветика»
2023

Збірник включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України зі спеціальності 035 «Філологія» на підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 1471 від 26.11.2020 р. (додаток 3).

Видання включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus International (Республіка Польща)

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет

Друкується за рішенням Вченої ради Міжнародного гуманітарного університету
протокол 5 від 07.02.2023 р.

Видавнича рада:

С.В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А.Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М.П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С.А. Андронаті**, акад. НАН України; **О.М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **М.З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.; **В.А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **Г.П. Пекліна**, д. мед. наук, проф.; **О.В. Токарєв**, Засл. діяч мистецтв України.

Головні редактори серії: доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов професійного спілкування **В.Я. Мізецька**, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики **М.В. Мамич**.

Редакційна колегія серії «Філологія»:

С.В. Голик, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»; **І.І. Дмитрів**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української літератури та теорії літератури, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка; **М.І. Зубов**, доктор філологічних наук, професор кафедри германських та східних мов, Міжнародний гуманітарний університет; **А.А. Кісельова**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики, Національний університет «Одеська юридична академія»; **А.П. Ладиненко**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **Г.В. Савчук**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та мовознавства, Міжнародний гуманітарний університет; **Ю.О. Томчаковська**, кандидат філологічних наук, доцент, в.о. зав. кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.В. Шевченко-Бігенська**, кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов № 1, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.К. Гадамський**, доктор філологічних наук, доктор габлітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень, Інститут славістики, Опольський університет (Ополе, Польща).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання на
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 16819-5491Р від 10.06.2010

Адреса редакції:

Міжнародний гуманітарний університет, офіс 502,
вул. Фонтанська дорога, 33, м. Одеса, 65009, Україна,
тел. (+38) 099-547-85-90, www.vestnik-philology.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.

Серія: «Філологія», 2023

© Міжнародний гуманітарний університет, 2023

МОВОЗНАЧСТВО

*Демченко Н. С.,**асистент кафедри романо-германської філології та перекладу
Білоцерківського національного аграрного університету**Береговенко Н. С.,**асистент кафедри романо-германської філології та перекладу
Білоцерківського національного аграрного університету*

АНГЛОМОВНІ ТЕЛЕСКОПІЗМИ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню телескопізмів сучасної англійської мови в економічному дискурсі. Актуальність цього дослідження зумовлена широкою розповсюдженістю телескопії, як продуктивного способу мовної економії, який активно зріс в останні десятиліття, особливо з точки зору відображення актуальних економічних реалій. Мета цієї статі полягає в дослідженні й аналізі структурно-семантичних особливостей телескопізмів економічного дискурсу. У статті були охарактеризовані особливості економічного дискурсу, проаналізовано поняття телескопізмів та особливості їх словотвору. Результати проведеного дослідження засвідчили високу продуктивність процесу телескопії в економічному дискурсі сучасної англійської мови. Було визначено, що телескопізми є ефективним засобом, який допомагає виразити нові види економік, економічні явища, грошові витрати, торговельну діяльність, нові професії та категорії людей, нові поняття на ринку праці. Під час аналізу економічного дискурсу було виявлено наступні способи словотворення телескопізмів: повні (утворені шляхом злиття двох усічених основ), часткові (утворені шляхом злиття усіченої основи одного слова з повною формою іншого), та телескопізми-гаплогли (утворені шляхом злиття з наявним загальним фонетичним сегментом на стикі компонентів, що сполучаються внаслідок графічного та / або фонетичного накладання). Найпродуктивнішим способом виявилися часткові телескопізми. Також було виділено продуктивні моделі словотворення телескопізмів: $ab + cd = abd$ становить 33,4%, $ab + cd = ad - 22,8\%$, $ab + cd = acd - 18,2\%$, $ab + cd = aod - 7,6\%$, $ab + cd = abod - 12\%$, $ab + cd = ac - 3\%$, $ab + cd = aocd - 3\%$. В процесі дослідження було встановлено, що окремі компоненти слів вживаються в процесі словотвору телескопізмів настільки часто, що їх можна віднести до афіксоїдів. Найпродуктивнішими афіксоїдами економічного дискурсу є *-lation*, *-conomy*, *-preneur*, *-onomics*. Аналіз частиномовної приналежності свідчить про превалювання телескопізмів-іменників у межах економічного дискурсу, оскільки здебільшого телескопізми виникають за необхідності позначити нові явища та предмети.

Ключові слова: телескопізми, словотвір, неологізми, англійська мова, економічний дискурс.

Постановка проблеми. Створення нових слів саме собою є потребою соціальної комунікації, тому люди постійно створюють і вигадують нові слова, оскільки суспільство розвивається і світ змінюється. Кожна нова ситуація вимагає створення нових форм мови для представлення нової реальності, тому

постійно з'являються неологізми, щоб пояснити або описати речі чи ідеї, які неможливо утворити за допомогою поточних існуючих слів. А прагнення до економії мовних засобів проявляється в утворенні нових слів за допомогою такого лінгвістичного феномена як телескопія [1].

Телескопізми з'являються в усіх сферах життя, коли люди говорять або пишуть про нові поняття, реалії чи способи їх аналізу. Наприклад, люди обговорюють економічні питання, які впливають на них як споживачів, працівників, виробників, інвесторів та громадян. Відповідно, спостерігається сплеск телескопізмів, що описують різні тенденції сучасної економіки.

Актуальність цього дослідження зумовлена широкою розповсюдженістю телескопії, як продуктивного способу словотворення, який активно зріс в останні десятиліття. Попри значний список літератури, присвяченої вивченню цього способу, телескопізми все ж заслуговують на детальне вивчення дослідниками, особливо з точки зору відображення в них актуальних економічних реалій, а отже, з'являється необхідність розглянути структурні та семантичні особливості телескопізмів в економічному дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному мовознавстві поняття «телескопізми» має багато варіацій: контамінація, словозлиття, гібридизація, словоскладання, блендинг, вставне словотворення, слова-амальгами, складноскорочені слова тощо. Це підтверджує неоднозначність інтерпретування цього поняття та релевантність, недостатність вивчення цього феномену, що є важливим для засобів словотворення в англійській мовній системі та через розвиток різних дискурсів мови [Бобер]. Дослідженню явища телескопії присвячені розробки багатьох науковців, серед них виділяють: В.І. Заботкіна, О.О. Селіванова, Т.Р. Тимошенко, Ю.О. Жлуктенко, О.М. Лашкевич, Ю.А. Зацний, Л.М. Чумак, С.М. Єнікеева, А. М. Гармаш, Н.М. Бобер, Медвідь О.М. та інші. Дослідження економічного дискурсу представлені у наукових доробках Н. Савелюк, Л. Архипенко, О. Капустіна, К. Лут. та ін.

Об'єктом даного дослідження є сучасні неологізми телескопізми економічного дискурсу в англійській мові, зафіксовані онлайн-словником Cambridge dictionary. **Предметом дослідження** виступають структурно-семантичні особливості телескопізмів економічного дискурсу в сучасній англійській мові. **Мета цієї статі** полягає в дослідженні й аналізі структурно-семантичних особливостей телескопізмів економічного дискурсу як продуктивного засобу утворення номінацій в сучасній англійській мові.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна англійська мова має арсенал словотворчих моделей, що продукують нові слова на позначення нових явищ і понять. Такі способи словотвору включають аббревіацію, афіксацію, словоскладання, телескопію, конверсію. Телескопія є важливим засобом мовної економії, продуктивність якого в сучасній англійській мові зростає. Стилістична та лаконічність телескопічних модусів прискорюють темп мови, не зашкоджуючи її логічним та комунікативним функціям. Варто зазначити, що внаслідок інтенсивних мовних контактів телескопія є саме англійським способом словотворення, а також відтворюється у словотвірних системах інших мов [2, с. 52]. Телескопія не лише слугує ефективним способом поповнення словникового складу англійської мови, а й допомагає надати додаткового експресивного забарвлення повідомленню [3].

С.М. Єнікєєва зазначає, що телескопія це – процес, при якому нове слово виникає зі злиття повної основи одного слова зі скороченою основою іншого або ж зі злиття скорочених основ двох слів. Утворене слово, тобто телескопічна одиниця, містить у собі сумарне значення обох своїх складників [4, с. 46].

Згідно з дослідженням О. Селіванової, телескопія – особливий тип компресивного словоскладання шляхом поєднання двох слів, що перебувають у сурядному зв'язку початкової частини першого слова та кінцевої другого [5, с. 721].

Варто зауважити, що компонентами телескопізмів є одиниці різних морфологічних рівнів, його утворення проходить процес змішування певної головної лексичної одиниці з додаванням морфологічної частки іншого слова. Важливо зазначити той факт, що у телескопізмі зберігається акцентована структура одного з похідних слів, яке виступає семантично головним [6, с. 182].

На думку Т. Р. Тимошенко: «телескопія – це такий спосіб словотвору, який полягає у злитті двох усічених основ або в поєднанні повної основи з усіченою, у результаті якого утворюється нове слово, яке повністю або частково поєднує значення всіх його структурних компонентів». Важливим у механізмі телескопії є наявність в опорних слів спільного звукового сегмента. Це не є обов'язковою умовою, але робить телескопічні слова більш «вдалими» [7, с. 24].

Т.Р. Тимошенко вважає, що кожне телескопічне слово має свою структуру, тому в англійській мові такі одиниці можна розподілити відповідно до структурного типу на три групи: повні телескопічні слова; часткові; «гаплогли», або «накладні» телескопізми [7, с. 24].

Основними аспектами телескопізмів є: номінальність (назви явищ, продуктів, компаній); лаконічність (коротка мовна одиниця, що несе собою складне значення); інформативність; прагматичність (часто бленди створюються для якоїсь конкретної мовної ситуації); новизна (нове, незатерте слово); запам'ятовуваність (неординарна мовна одиниця легко залишається у пам'яті завдяки створенню ментального образу); експресивність (бленд завжди інтенсивніший та емоційніший ніж його похідні основи); креативність або атрактивність [8].

Наразі телескопія є продуктивним способом словотворення, що динамічно розвивається. Цей спосіб словотворення активно використовується в економічному дискурсі сучасної англійської мови, оскільки у зв'язку з розвитком міжнародних економічних зв'язків та глобалізацією, світова економіка та економіка окремих країн зазнали багатьох змін. У результаті

галузь економіки стала багатим джерелом телескопізмів, що заслуговують на особливу увагу.

Економічна термінологія, на думку Л.М. Архипенко, є продуктом історичного розвитку. У ній відображені послідовні етапи економічних змін у суспільстві, для кожного з яких характерна своя особлива лексика, що вказує на характер відповідних виробничих відносин. Соціально-економічні зміни знаходять відображення у виникненні нових ключових слів, які характеризують певний історичний етап суспільного розвитку [9, с. 114].

Як зазначає Н. Савелюк економічний дискурс – один з основних типів інституційного дискурсу, що продукується зовнішньою мовою економічної спеціальності, і тісно корелює з іншими типами дискурсів. Виокремлюється наступну низку категорій і понять сучасного економічного дискурсу: суспільство, економіка, виробництво, промисловість, господарство, підприємство, торгівля, ринок, гроші, фінанси, бюджет, бухгалтерія, кредит, маркетинг, менеджмент. Усі вони поєднані між собою спільним лексико-семантичним полем концепту «економіка» [10, с. 147].

Мета економічного дискурсу полягає: 1) у висвітленні подій, що відбуваються в економічному житті суспільства; інформування про стан економіки, її розвиток або занепад, формування певного ставлення до цих подій та заохочення до певних дій; 2) у формуванні певного ставлення до різних змін та спонукання до певних дій; в створення економічних теорій; 3) дослідженні напрямків розвитку економіки, а також рівня життя населення [11, с. 135].

За результатами дослідження структури англійських телескопізмів економічного дискурсу було виділено наступну класифікацію та моделі.

Перша група – повні телескопізми, утворені шляхом злиття двох усічених основ. У процесі дослідження було виявлено таку модель повних телескопізмів як $ab+cd=ad$, де слова, утворені сполученням початку першого компонента і кінцем другого [1]: **ripflation** (ripoff+inflation) – ситуація, коли компанії використовують інфляцію як привід для підвищення цін більше, ніж зазвичай, щоб обдурити своїх клієнтів; **hortpreneur** (horticulture + entrepreneur) – професійний садівник, який заробляє гроші такими видами діяльності, як реклама продукції компанії, поява на телебаченні, відвідування заходів тощо; **phygital** (physical + digital) – це об'єднання фізичної та віртуальної реальності для продажу і збуту продукту. Це дозволяє надати покупцям абсолютно бездоганний досвід покупок та неймовірні емоції, які залишають тривале враження. Цей термін був введений для опису нового підходу до роздрібно торгівлі, який спрямований на те, щоб задовольнити або перевершити очікування споживачів з точки зору практичності та емоцій. Модель $ab+cd=ac$ – слова, які утворюються злиттям початкових частин скорочених основ вихідних слів виявилася найменш продуктивною для економічного дискурсу: **bobu** (bohemian + businessman) – бізнесмен, який веде богемний спосіб життя [12].

Друга група – часткові телескопізми, утворені шляхом злиття усіченої основи одного слова з повною формою іншого. Продуктивною моделлю формування часткових телескопізмів є $ab+cd=abd$ – злиття повної форми першого слова з кінцевим фрагментом другого слова [1]: **skimpflation** (skimp + inflation) – ситуація, коли ціна товару чи послуги залишається

незмінною, але якість стає гіршою; **retailtainment** (retail + entertainment) – використання музики, освітлення та розважальних заходів для заохочення покупців більше купувати; **sleeponomics** (sleep + economics) – гроші, які витрачаються на продукти, техніку тощо, призначені для того, щоб покращити якість сну. Менш продуктивною є модель утворення телескопізмів – $ab+cd=acd$ – злиття початку першого компонента з повною основою другого, наприклад: **recommerce** (reverse + commerce) – бізнес купівлі та продажу вживаних речей, таких як електроніка та одяг, в Інтернеті; **cryptojacking** (cryptocurrency + jacking) – це різновид кіберзлочинності, як несанкціоноване використання кіберзлочинцями чужих пристроїв (комп'ютерів, смартфонів, планшетів або навіть серверів) для видобутку криптовалюти. Як і багато форм кіберзлочинності, мотивом є прибуток, але, на відміну від інших загроз, він призначений для того, щоб залишатися повністю прихованим від жертви [12].

Третя група – телескопізми-гаплогісти або «накладні» телескопізми, характерною особливістю структури яких є наявність загального фонетичного сегмента на стику компонентів, що сполучаються внаслідок графічного та / або фонетичного накладання [13, с. 166]. Модель $ab+cd=abod$, де o – спільний елемент, є найпродуктивнішою при формуванні телескопізмів-гаплогістів: **soonicorn** (soon + unicorn) – нещодавно запущений бізнес, який має потенціал стати «єдинорогом» (бізнес вартістю в понад 1 мільярд доларів) у найближчому майбутньому; **shecession** (she + recession) – економічний спад, який вражає переважно жінок. Моделі $ab+cd=aocd$ та $ab+cd=aod$ є найменш продуктивними, вони представлені такими прикладами: **glocalisation** (global + localisation) – практика ведення бізнесу відповідно до локальних і глобальних міркувань; **returnship** (return + internship) програми, розроблені, щоб допомогти людям відновити свою кар'єру після тривалої перерви від роботи; **altcoin** (alternative + bitcoin) – будь-яка інша криптовалюта, які вважається альтернативною усталеним криптовалютам, а особливо Bitcoin; **headtrepreneur** (headteacher + entrepreneur) – директор школи, який шукає та розробляє можливості зібрати гроші, щоб забезпечити кошти для своєї школи [12].

У результаті аналізу також було виявлено, що сфера економіки багата на телескопізми з наступними елементами: -lation, -onomy, -preneur, -onomics, які походять від слів inflation, economy, entrepreneur, та economics. Частота вживання цих елементів свідчить про їх перехід в категорію афіксоїдів. Афіксоїди – частини слова, що “випадково” від'єдналися від похідних основ і утворили свої смисли, які продуктивно використовуються для творення інших понять концептуальних сфер [14, с. 108]. Наприклад, телескопізми з часткою -lation позначають вплив інфляції на різні економічні явища: **greenflation** (green + inflation) – підвищення цін у результаті переходу до зеленої економіки; **shrinkflation** (shrink + inflation) – це практика зменшення розміру або кількості продукту, в той час, як ціна продукту залишається незмінною або трохи підвищується; **agflation** (agricultural+inflation) – подорожчання сільськогосподарської продовольчої продукції, спричинене значним зростанням попиту. Телескопізми з елементом -preneur надають додаткову конотацію називаючи нові професії та категорії людей, що з'явилися на тлі переформатування бізнес-середовища: **edupreneur** (education + entrepreneur) – підприємець, який працює у сфері освіти; **solopreneur** (solo +

entrepreneur) – людина, яка створює бізнес і керує ним самостійно без допомоги інших працівників. Суфіксоїд -onomy відображає нові явища в економіці, наприклад: **sheconomy** (she + economy) – економічна система, де жінки мають більший контроль над доходами та витратами як у домогосподарствах, так і в суспільстві; **emoticonomy** (emotion + economy) – економічна система, яка базується на діяльності людей і компаній, які роблять світ кращим і щасливішим; **greeneconomy** (green + economy) – економічна система або сектор, які спрямовані на зменшення екологічних ризиків та сприяє гармонійній економічній взаємодії між людьми та природою. Слово economics у формі афіксоїда -onomics утворив низку похідних понять: **borisonomics** (Boris + economics) – економічна політика прем'єр-міністра Великобританії Бориса Джонсона, **cryptonomics** (cryptography + economics) – дисципліна, яка вивчає протоколи, що керують виробництвом, розподілом і споживанням товарів і послуг у децентралізованій цифровій економіці, **pandonomics** (pandemic + economics) – система економічних заходів, яка націлена на подолання наслідків пандемії, **trumponomics** (Trump + economics) – економічна політика президента США Дональда Трампа [12]. Можна стверджувати, що афіксоїди є результатом продуктивності слова у телескопічному способі творення.

Найпродуктивнішими та найбільш перманентними типами словотворення за допомогою телескопії в економічному дискурсі виявилися іменники: **spendemic** (spend + pandemic) – раптова схильність людей витратити гроші, як правило, на непотрібні речі під час карантину; **flexism** (flexibility + sexism) – дискримінація робітників, хто має гнучкий робочий день; **nevertirement** (never+retirement), **finfluencer** (finance + influencer) – людина, яка привертає увагу підписників у соціальних мережах, надаючи фінансові поради; **funsultant** (fun + consultant) – консультант, який радить співробітникам, як зробити компанію цікавішим місцем для роботи [12].

Висновки. Результати проведеного дослідження засвідчили високу продуктивність процесу телескопії в економічному дискурсі сучасної англійської мови. Її популярність як способу словотвору обумовлена як тенденцією до економії мовних засобів, так і проявом лінгвокреативної спроможності мовців. Було визначено, що телескопізми є ефективним засобом, який допомагає виразити нові види економік, економічні явища, грошові витрати, торговельну діяльність, нові професії та категорії людей, нові поняття на ринку праці, та привернути увагу до самого тексту, в якому вони виникають й виділити даний мовленнєвий твір із величезного потоку наявної інформації.

На основі класифікації телескопізмів дослідниці Т.Р. Тимошенко, яка ділить їх на три великі групи, вдалося встановити усі три групи в межах економічного дискурсу: найпродуктивнішою групою виявилися часткові телескопізми, друге місце за продуктивністю посідають повні телескопізми, найменш продуктивною групою є телескопізми-гаплогісти. Розподіл груп за моделями виявив наступне співвідношення: $ab + cd = ad$ становить 22,8% , $ab + cd = ac - 3\%$, $ab + cd = abd - 33,4\%$, $ab + cd = acd - 18,2\%$, $ab+cd=aod - 7,6\%$, $ab+cd=abod - 12\%$, $ab+cd=aocd - 3\%$. В процесі дослідження було встановлено, що окремі компоненти слів вживаються в процесі словотвору настільки часто, що їх можна віднести до афіксоїдів. Найпродуктивнішими афіксоїдами економічного дискурсу є -lation, -onomy, -preneur, -onomics. Отже, афіксоїди є продуктивним

типом словотворення, що виокремився на основі активної телескопії. Аналіз частиномовної приналежності свідчить про превалювання телескопізмів-іменників у межах економічного дискурсу, оскільки здебільшого телескопізми виникають за необхідності позначити нові явища та предмети. Номінативні неологізми виникають унаслідок потреби суспільства дати назву новому предмету чи явищу. **Перспектива** подальших досліджень полягає у вивченні особливостей перекладу сучасних телескопізмів з англійської мови на українську.

Література:

1. Демченко Н., Береговенко Н. Англомовні неологізми у сучасному економічному дискурсі. *Актуальні питання іноземної філології*. 2022. Вип.16. С. 25–32. https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/7861/1/Anhlomovni_neol.pdf
2. Бобер Н.М. Телескопічні модули в англійській мові. *Закарпатські філологічні студії*. 2021. №20, Т.1. С. 49–54. http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/20/part_1/9.pdf
3. Зацний Ю.А., Янков А.В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття : англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2008. 360 с.
4. Єнікєєва С.М. Телескопія як основа утворення нових дериваційних засобів англійської мови. *Вісник Запорізького державного університету. Серія «Філологічні науки»*. Запоріжжя, 1998. № 1. С. 46–48.
5. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.
6. Медвідь О.М., Таценко Д., Лигуша А. Потенційні номінативні можливості блендингу. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія "Філологія. Соціальні комунікації"*. 2021. Том 32 (71). №3. С. 181–186. URL: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.3-1/31>
7. Тимошенко Т.Р. Телескопія в словообразовательній системі сучасного англійського мови: дисс. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 1975. 176.
8. Нелюба А.М. Словотвірна контамінація як вияв принципу економії. Збірник Харківського історико-філологічного товариства. Нова серія. Харків, 2002. Том 9. С. 183–200.
9. Архипенко Л.М. Термінологічна лексика в економічному дискурсі (на матеріалі інтернет-видання «Економічна правда»). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31, № 2. Ч. 1. С. 112–118. http://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/2_2020/part_1/22.pdf
10. Savelyuk N., Kalmykov O., Riznyk V. Psychosemantic Dimensions of Basic Concepts of Economic Discourse (Comparative and Professional Aspect). *Psycholinguistics*. 2021. № 29 (1). P. 142–166. <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/1171>
11. Лут К. А. Демаркація понять «економічний» та «діловий дискурс». *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2011. № 20. С. 130–137. http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nznuoaf_2011_20_20.pdf
12. Cambridge Dictionary. About words. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org>
13. Тимошенко О.В. Явище телескопії як спосіб словотворення технічної лексики. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія*. Київ, 2013. Вип. 27. С. 163–168.
14. Остапчук І. І. Тропи та тропеїзація англомовного масмедійного дискурсу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2016. 230 с.

Demchenko N., Berehovenko N. English telescopicisms in modern economic discourse

Summary. The article deals with the study of telescopicisms of the modern English language in economic discourse. The relevance of this study is determined by the widespread use of telescoping as a productive way of language economy. Telescopicisms are extensively used to present current economic realities. The aim of this article is to study and analyse the structural and semantic features of telescopicisms in economic discourse. The article has described the features of economic discourse, analysed the concept of telescopicisms and features of their word formation. The results of the research proved the high productivity of the telescoping process in the economic discourse of the modern English language. Telescopicisms have been determined to be an effective tool that helps to express new types of economies, economic phenomena, monetary expenditures, trade activities, new professions and categories of people, new concepts in the labour market. Having analysed the economic discourse, the following methods of word formation of telescopicisms were found out: complete (formed by merging two clipped bases), partial (formed by merging the clipped base of one word with the full form of another) and haplologs (formed by merging words with their overlapping within one derived lexical unit). It appears that partial telescopic neologisms are the most productive method of word formation. Productive word formation models of telescopicisms were also highlighted: $ab + cd = abd$ is 33.4%, $ab + cd = ad - 22.8\%$, $ab + cd = acd - 18.2\%$, $ab + cd = aod - 7.6\%$, $ab + cd = abod - 12\%$, $ab + cd = ac - 3\%$, $ab + cd = aocd - 3\%$. It was also established that individual components of words are used in the word formation process of telescopicisms so often that they can be classified as affixoids. The most productive suffix-like elements of economic discourse are -lation, -conomy, -preneur, -onomics. The analysis of grammatical category shows the prevalence of telescopicisms-nouns within the economic discourse, since telescopicisms mostly arise due to the need to denote new phenomena and objects.

Key words: telescopicisms, word formation, neologisms, English language, economic discourse.

