

УДК 811.111:338

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-212-19>

ВТОРИННА ПРЕДИКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ЕКОНОМІЇ МОВНИХ РЕСУРСІВ В АНАЛІТИКО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЖАНРІ АНГЛОМОВНИХ БІЗНЕСОВИХ МЕДІАВИДАНЬ

SECONDARY PREDICATION AS A MEANS OF LANGUAGE ECONOMY IN THE ANALYTICAL AND INFORMATIONAL GENRE OF ENGLISH-LANGUAGE BUSINESS MEDIA

Іваницька Н. Б.,

orcid.org/0000-0002-9925-1285

доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри іноземної філології та перекладу
Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету

Іваницька Н. Л.,

orcid.org/0000-0001-8111-3645

доктор філологічних наук, професор кафедри української мови
Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

У статті досліджено питання економії мовних ресурсів в аналітико-інформаційному жанрі сучасних англомовних бізнесових текстів, розміщених у відкритих медіавиданнях. Актуальність теми визначена пріоритетністю використання лаконічних форм для передачі смислів в умовах глобалізаційного ті інформаційно перенавантаженого масмедійного комунікативного середовища. В основу дослідження покладено концепцію лінгвістичної економії, яка охоплює різні мовні рівні, у тому числі й синтаксичний, на якому економія досягається через скорочення структур та заміну складних підрядних речень більш компактними формами. Мовну економію описано через аналіз вторинних предикативних конструкцій, покликаних зменшити складність мовного висловлювання, зберігаючи при цьому семантичну точність та ефективність комунікації. У статті проаналізовано частоту використання структур вторинної предикації в текстах сучасних англомовних бізнесових видань, зокрема таких, як *TechCrunch*, *Harvard Business Review*, *Business Insider*, *Wired* та *Springwise*. Для дослідження був сформований власний корпус текстів обсягом 100 тис. слів, що забезпечило достовірність отриманих результатів.

У статті запропоновано класифікацію структур вторинної предикації в межах інфінітивних, дієприкметникових та герундіальних конструкцій. З'ясовано, що інфінітивні конструкції виявилися найбільш ефективними у збереженні змістовної насиченості без зайвих синтаксичних ускладнень. Дієприкметникові структури, хоча і менш поширені, також забезпечують мовну економію за допомогою скорочення численних пояснень, дозволяючи зробити висловлювання більш компактними та функціональними. З іншого боку, герундіальні структури рідше використовуються, що можна пояснити їхньою специфічною семантикою, яка зазвичай стосується опису процесів чи тривалих дій, менш орієнтованих на швидке повідомлення конкретних фактів чи майбутніх результатів, важливих для бізнесового контексту.

Результати дослідження засвідчили, що структури вторинної предикації є доволі поширеним явищем в аналітико-інформаційному жанрі масмедійних бізнесових видань, яке сприяє лаконічності й результативності комунікації в сучасному інформаційно перенавантаженому комунікаційному просторі. Загалом, стаття висвітлює важливість економії мовних ресурсів у контексті сучасної лінгвістики та прагматичних потреб мови, пропонуючи нові підходи до аналізу синтаксичних структур та їх застосування в реальному мовленні.

Ключові слова: вторинна предикація, мовна економія, неособові форми дієслова, аналітико-інформаційний жанр, бізнесові медіавидання, комунікація, інформаційне перенавантаження.

The article examines the issue of language resources economy in the analytical and informational genre of modern English-language business texts published in open media. The topic's relevance is determined by the priority of using laconic forms to convey meanings in a globalised and information-overloaded mass media

communication environment. The study is based on the concept of language economy, which covers various linguistic levels, including the syntactic level, where the economy is achieved by reducing structures and replacing complex subordinate clauses with more compact forms. Language economy is described through the analysis of secondary predicative constructions designed to reduce the complexity of a linguistic utterance while maintaining semantic accuracy and communication efficiency. The article analyses the frequency of use of secondary predication structures in the texts of modern English-language business publications, such as TechCrunch, Harvard Business Review, Business Insider, Wired, and Springwise. For the study, the author created a corpus of 100 thousand words, ensuring the results' reliability.

The article proposes a classification of secondary predication structures within infinitive, participial and gerund structures. It has been found that infinitive constructions are the most effective in preserving semantic richness without unnecessary syntactic complications. Although less common, participatory structures also provide linguistic economy by reducing numerous explanations, making statements more compact and functional. On the other hand, gerund structures are less commonly used. They can be explained by their specific semantics, which usually relate to describing processes or lengthy actions. They are less focused on quickly communicating specific facts or future results important in a business context.

The study results showed that secondary predication structures are pretty common in the analytical and informational genre of mass media business publications, contributing to the conciseness and effectiveness of communication in the modern information-overloaded communication space. In general, the article highlights the importance of saving linguistic resources in the context of modern linguistics and the pragmatic needs of the language, offering new approaches to analysing syntactic structures and their application in actual speech.

Key words: secondary predication, language economy, impersonal verb forms, analytical and informational genre, business media, communication, information overload.

Постановка проблеми. Дослідження в галузі лінгвістики утворюють думку про те, що розвиток та функціонування мови регулюється взаємодією двох протилежних тенденцій: мовної надмірності та мовної економії. Мовна надмірність забезпечує детальність і точність передавання смислів, тоді як мовна економія сприяє оптимізації комунікації через скорочення або спрощення мовних засобів [1; 2]. Джордж Ципф свого часу зазначав: «Мова прагне до принципу найменших зусиль, балансуючи між економічністю мовного вираження та ясністю, необхідною для ефективної комунікації» [3, с. 24.]

Проблема мовної економії набуває актуальності з огляду на кілька важливих факторів. Глобалізація та стрімкий розвиток цифрових технологій створюють нові виклики для мовного середовища. В умовах інтенсивного інформаційного обміну виникає потреба швидко передавати та обробляти великі обсяги даних. Інформаційне перенавантаження стає серйозною проблемою, яка може призводити до втрати важливих смислових аспектів. Це вимагає розробки більш лаконічних і зрозумілих форм повідомлень для різних дискурсивних жанрів з метою зменшення когнітивного навантаження на реципієнта та покращення засвоєння інформації. Крім того, в умовах домінування цифрових комунікацій мовна економія стає інструментом, який допомагає адаптуватися до обмежень цих форматів.

Актуальність дослідження підсилює і той факт, що в світлі нових реалій мовна економія може стати ключовим чинником у розробці інноваційних підходів до навчання, перекладу та створення контенту [2; 4; 5]. Таким чином, актуальність дослідження мовної економії зумовлена потребою в ефективних механізмах передачі інформації, здатних відповідати викликам сучасного інформаційного середовища та забезпечувати комфортне сприйняття інформації.

Своєчасність дослідження підсилена залученням до аналізу бізнесових медіавидань. Відомо, що в сучасному глобалізованому бізнес-середовищі англомовні медіа виконують ключову роль у передачі інформації, впливаючи на прийняття рішень компаніями, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами. Аналітично-інформаційні жанри цих видань орієнтовані на передавання інформації з максимальною ефективністю та точністю [5; 6; 7]. Вторинна предикація як один із важливих засобів економії мовних ресурсів дозволяє компактно передавати складні змістові відтінки. Очікується, що аналіз частоти використання таких структур у бізне-

сових текстах дасть змогу прослідкувати ефективність їхнього впливу на сприйняття інформації в умовах інформаційного перевантаження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Під економією мовних ресурсів (засобів) розуміють лінгвістичне явище, яке полягає в прагненні мовців виражати думки максимально просто, швидко та ефективно, використовуючи мінімальну кількість мовних засобів. Цей принцип є універсальним для всіх мов і має вияв на різних мовних рівнях: фонетичному, лексичному, граматичному та синтаксичному [8, с. 163].

Зауважимо, що питання мовної економії не є новим для лінгвістичної науки. Вивчення цієї проблеми було започатковано у 80-х рр. XX століття П. Пассі, Г. Суїтом, О. Есперсеном. Так, П. Пассі вказує на дві причини економії мовних засобів: 1) постійне прагнення мови звільнитися від зайвого; 2) постійне прагнення мови виокремити необхідне. На питанні економії мовних ресурсів зупинявся у своїй праці і Б. де Куртене. Вчений розглядав мовне життя як безперервну органічну працю, в якій помітним є прагнення до економії сил і до невитрачання їх без потреби. О. Есперсен пов'язує мовленнєву економію з «теорією прогресу». Він вважав, що розвиток англійської мови від флексії до аналітизму є прогресивним процесом, оскільки економні мови досягають більшої виразності за найменшої затрати зусиль [9].

Незважаючи на тривалу традицію наукових розвідок, досі відсутнє єдине трактування ролі принципу економії у розвитку мови. У сучасних працях теми економії мовних ресурсів торкалися О. Попкова [2], яка стисло оглянула поняття мовної економії та визначила основні причини її виникнення в річці медіалінгвістики. М. Навальна поглиблено аналізує нові прояви мовної економії, зокрема такі лексичні інновації, як універбати, які активно функціонують у мові інтернет-видань [1]. Про закони економії мовних ресурсів згадують Д. Сизонов [5], Ю. Макарець [8], І. Карамішлева [10] та ін. У зарубіжному мовознавстві ця тема також знайшла часткового висвітлення [11; 12; 13; 14].

Попри давній інтерес науковців до цієї проблематики, єдиного підходу до розуміння феномена мовної економії досі не сформовано, оскільки різні аспекти цього явища вивчаються в межах окремих наукових напрямів. У нашій роботі ми зупинимось на одному із виявів мовної економії, а саме на структурах вторинної предикації.

Мета дослідження. Метою статті є дослідити особливості використання вторинної предикації в аналітично-інформаційних жанрах англomовних бізнесових медіавидань, визначити їхню ефективність для економії мовних ресурсів та забезпечення ефективної комунікації.

Методика дослідження. Для отримання валідних результатів дослідження нами було створено корпус аналітико-інформаційних текстів сучасних англomовних бізнесових медіавидань. До аналізу було залучено медіасайти, які публікують актуальні новини та аналітику про бізнес та технології, а саме: **TechCrunch** (<https://techcrunch.com/>), **Harvard Business Review** (<https://hbr.org/>), **Business Insider** (<https://www.businessinsider.com/>), **Wired** (<https://www.wired.com/>), **Springwise** (<https://springwise.com/>). Під час роботи було використано корпусний менеджер AntConc, розроблений Ентоні Лоуренсом. Цей корпусний менеджер є однією з найкращих пошукових систем, оскільки він здійснює пошук даних та надає користувачеві статичну інформацію у досить зручному вигляді [15; 16; 17]. Для формування джерельної бази використовувалися інструменти Concordance (для пошуку ключових дієслів, що вводять структури вторинної предикації в речення), Clusters / N-grams (для прослідковування синтагматичної природи сформованих структур вторинної предикації). Для забезпечення наукової обґрунтованості дослідження було зібрано 80 текстів із зазначених джерел загальним обсягом 100 тис. слів.

Виклад основного матеріалу. Варто зауважити, що сучасні дослідження лінгвістичної економії торкаються всіх рівнів мовної системи. Закони мовної економії поширюються не лише на фонетику (як це вважалося раніше). Фокус уваги все частіше переміщується на лексичний і граматичний рівні, де найактивніше актуалізується комунікативна функція. На основі про-

веденого огляду впливає висновок, що явище економії зумовлене функціональними потребами мови, але «матеріальне» втілення економії реалізується в мовленні. Саме з цих причин дане дослідження зорієнтоване на виявлення та систематизацію маркерів дії закону економії мовних засобів в умовах поєднання власне мовних та дискурсивних параметрів різних типів сучасного англomовного комунікативного універсуму.

На синтаксичному рівні економія мовних ресурсів досягається завдяки опущенню деяких елементів синтаксичної структури, використанню стислих синтаксичних конструкцій замість розгорнутих або ланцюжка препозитивних конструкцій замість підрядного речення тощо. У нашій роботі ми зосередимося на вторинних предикативних конструкціях, побудованих на основі неособових форм дієслова, здатних «згортати» підрядні речення (пор.: *I insist on your coming* (замість: *I insist that you should come*).

Коротко зупинимося на тому, що в мовознавчій літературі такі конструкції дістали різного металінгвістичного опису. Так, в традиційному синтаксисі виділяють складні додатки і складні підмети («complex object» та «complex subject»). Іншим поширеним терміном є номінація «non-finite complement», який було уведено для опису певних типів другорядних членів речення, сформованих нефінітивними формами дієслів (інфінітивом, герундієм або дієприкметниками). Термін «non-finite complement» активно використовувався і розвивався в роботах таких лінгвістів, як Ноам Хомський, Реймонд Хікі, Р. М. В. Діксон та ін. У рамках генеративної граматики конструкції на кшталт *I saw him coming* розглядаються як «small clauses» (термін Едвіна Вільямса). Термін «complex condensation» був запроваджений Вілемом Матезіусом. Він використовував цей термін для опису мовних конструкцій, що дозволяють економити мовні ресурси шляхом заміни складних підрядних речень більш компактними структурами, такими як інфінітиви, герундії або дієприкметники.

Дослідження структур вторинної предикації існує й у вигляді їхнього представлення як предикативних зворотів, предикативних словосполучень (Гефрі Ліч), предикативних комплексів (А. Загнітко), вторинно-предикативних синтагм (Л. Шевченко, І. Корунець), абсолютних конструкцій (Регдольф Квирк, Сідні Грінбаум), результативних конструкцій (Талмі Гівон, Джон Р. Тейлор). Зауважимо, що основні відмінності в термінології, помічені в працях українських та зарубіжних лінгвістів, спираються на підходи, з позицій яких витлумачують такі конструкції. Українські мовознавці більше акцентують на синтаксичних та семантичних функціях таких утворень у межах традиційної граматичної теорії [10; 18]. Зарубіжні дослідники нерідко інтегрують вторинну предикацію в теорію генеративної чи когнітивної граматики [14; 19; 20; 21; 22].

У нашій роботі ми послуговуємося терміном «вторинна предикація», який є усталеним для вітчизняної граматики [18, с. 24; 23]. За такого підходу в простому реченні дослідники традиційно виділяють декілька видів предикації (праці І.Р. Вихованця, К.Г. Городенської, М.В. Мірченка, Н.В. Гуйванюк, О.В. Кульбабської та ін.). На думку вчених, крім первинної, існує ще й вторинна предикація, що виявляється у приписуванні предмету (або іншому об'єкту) певної ознаки. Речення, у яких реалізується вторинна предикація є результатом процесів синтаксичної компресії та редукції, супроводжуваних замінами синтаксичних зв'язків між компонентами реченнєвої структури. Вона не має самостійного модально-часового значення і, ускладнюючи речення, містить у собі широкі можливості інформативного насичення висловлення [18, с. 34].

У лінгвістичних працях структури вторинної предикації зазнають різної класифікації. Класифікаційні групи виділяють з опорою на синтаксичні відношення, наявність прийменників тощо. У нашій роботі ми схилиємося до думки української науковиці І.Д. Карамішевої, яка, досліджуючи вторинну предикацію в англійській мові, зауважувала, що за основу класифікації структур вторинної предикації «доцільно взяти компонент, що виражає вторинний присудок» [10, с. 82]. Відповідно можна виокремити інфінітивні, дієприкметникові та герундіальні структури вторинної предикації.

До структур вторинної предикації інфінітивного типу відносимо об'єктно-інфінітивні (*We use **them to change** our emotional states in many different ways*), суб'єктно-інфінітивні (***She is said to be** very clever*) та прийменниково-інфінітивні (*There was no need for **him to be** there*) конструкції.

До структур вторинної предикації дієприкметникового типу належать структури, в яких вторинний предикат виражено дієприкметниками теперішнього та минулого часу, з прийменниками чи без. При цьому можна виокремити об'єктно-дієприкметникові (*He can hear **you coming** upstairs*), суб'єктно-дієприкметникові (***She was seen crying** in the corner*), абсолютні (*And so he left, with **Elvira running** after him*) конструкції.

Структури вторинної предикації герундіального типу виокремлюються на основі вираження вторинного присудка формою герундія (*There was nothing to stop **her going***).

У нашому корпусі інфінітивні предикативні структури склали найбільшу частку (196 реченьських конструкцій, або 67%). За нашими спостереженнями, найбільшу частку охоплюють інфінітивні структури вторинної предикації, які дають змогу зосередити увагу на дії чи оцінці, уникаючи зайвих синтаксичних ускладнень. При цьому в досліджуваному дискурсі часто використовують як об'єктні інфінітивні структури, так і суб'єктні.

Розглянемо економію мовних ресурсів на прикладі використання об'єктної інфінітивної конструкції в реченні *Smith and other premiers have asked **Trudeau to come up with a comprehensive border security plan***. Основна предикація в цьому реченні передає ключову дію, виконану підметом (*Smith and other premiers have asked*). Комплекс *Trudeau to come up with a comprehensive border security plan* з формального боку виступає складним додатком. Із семантичного погляду виділений інфінітивний комплекс уводить в речення додаткову предикативну дію. «Trudeau» можна розглядати як вторинний суб'єкт, від якого очікується виконання дії «to come up with». Безумовно, що використання структури вторинної предикації економить мовні ресурси, надаючи реченню лаконічності та результативності. Порівняємо речення без вторинної предикації: *Smith and other premiers have asked Trudeau something. They want him to come up with a comprehensive border security plan*. У такій розгорнутій формі з'являється додаткова конструкція *They want him to ...*, яка повторює суб'єкт та дублює семантику. Компактність і когезія порушуються через розрив між головною дією (*asked*) і метою прохання (*come up with*). Використання інфінітивного комплексу дозволяє об'єднати ці дії в межах одного речення. Отже, інфінітивний комплекс як форма вторинної предикації дозволяє значно економити мовні ресурси, інтегруючи додаткові ідеї (очікування дії чи наслідку) в компакту структуру.

Розглянемо ще один приклад: *Newer peer-to-peer car rental services like Turo (think Airbnb for cars) also allow **potential business owners to rent out their vehicles***. Основна предикація в реченні передає головну дію: *Newer peer-to-peer car rental services like Turo allow*. Інфінітивний комплекс *to rent out their vehicles* виконує функцію вторинної предикації, додаючи рівень інформації про можливі дії власників авто. Це дозволяє з'єднати кілька смислових рівнів у межах одного речення. Без інфінітивного комплексу передача тієї ж інформації вимагала б створення двох або більше окремих речень на кшталт *Newer peer-to-peer car rental services like Turo (think Airbnb for cars) provide opportunities for potential business owners. These owners can rent out their vehicles*.

Іншими прикладами використання об'єктних інфінітивних комплексів можуть бути наступні приклади із досліджуваних нами текстів: *Brian had a look at me expecting **me to have** a good answer for this; But I always end by asking if there's one thing you want our **listeners to remember** about the Pernod Ricard case, what would it be? Under what circumstances—or why—would you want **the machines to “unlearn”** all or parts of that? Zhao wants his **company to be** structured like this; That enables **them to adjust** their work and clear up misunderstandings; This will allow **you to see** if you like it and help you build a reputation with potential clients; Applications represent the ultimate*

*abstraction – they allow **users to perform** specific tasks without ever contemplating the complex interactions taking place in the actions underneath.*

Не менш поширеними в жанрі аналітико-інформаційних бізнесових повідомлень виявилися суб'єктні інфінітивні комплекси. У бізнесовому дискурсі такі конструкції дозволяють уникати надмірного розгортання. Наприклад, замість повного підрядного речення типу *It is expected that the project will succeed* використовується скорочений варіант *The project is expected to succeed*. Це скорочує текст, зберігаючи його зміст. Суб'єктні інфінітивні комплекси в аналітико-інформаційних повідомленнях забезпечують нейтральність і об'єктивність, властиву медійному бізнес-повідомленню, дозволяють уникати вказівки на конкретне джерело оцінки (напр., *The plan is considered to be effective*). Крім того, суб'єктні інфінітивні конструкції легко адаптуються до різних контекстів, таких як прогнозування (напр., *The market is expected to grow by 10% next year*) або формулювання завдань, вимог тощо (напр., *Employees are required to adhere to the new policy*).

Розглянемо більш детально прагматичні ресурси суб'єктного інфінітивного комплексу в реченні *The Apple Watch is reported to be the world's best-selling smart watch*. Ця структура дозволяє повідомити інформацію про статус Apple Watch (найкраще продаваний смарт-годинник у світі) без уточнення джерела або активного суб'єкта дії (хто саме зробив цей звіт). Замість використання підрядного речення на кшталт *It is reported that the Apple Watch is the world's best-selling smart watch* суб'єктний інфінітивний комплекс скорочує конструкцію до *The Apple Watch is reported to be the world's best-selling smart watch*. Це зменшує кількість слів і зберігає лаконічність, яка важлива для сучасного медіаповідомлення. Предикат «is reported» дозволяє опустити джерело звіту, наголосити на суті повідомлення, а не його походженні, що надає реченню.

Далі наведемо ще кілька прикладів використання суб'єктних інфінітивних комплексів як засобів економії мовних ресурсів в аналітико-інформаційному жанрі бізнесових медіавидань: *The Chinaman is a born railroad builder; and as such **he** is destined to be most useful to California....; **The Chinese Exclusion Act** is widely considered to be the first significant crackdown on immigration in American history; **The feature** was supposed to epitomize Microsoft's integration of AI into its hardware, software, and infrastructure; **Companies** are forced to comply with regulations like the EU's new rules; A report from Statista forecasts that **the global electronics repair service market** is expected to double in size from \$122bn (£96bn) in 2021 to \$240bn (£190bn) in 2033; **The timing** is expected to lead to a "super Saturday" on 21 December as shoppers snap up last-minute gifts before travelling to their festive destination.*

Дієприкметникові структури вторинної предикації в аналітико-інформаційному жанрі сучасних медійних бізнесових видань вживаються рідше порівняно із інфінітивними комплексами. Їхня частка в нашому корпусі становить 25% (72 одиниці). При цьому нами було зафіксовано вживання різних форм дієприкметників. Так, наприклад, у реченні *They see **the proposal, being reviewed by the team**, as a key step for the company* дієприкметник «being reviewed» вказує на поточний процес, в якому перебуває пропозиція, і виконує функцію додатка після дієслова «see» (пор. із реченням без вторинної предикації *They see the proposal as a key step for the company, and it is currently being reviewed by the team*).

У реченні *The MoJ said it would continue to consider **the fees paid** in other categories of civil legal aid, including as part of the second phase of the government's spending review due next spring* дієприкметник «paid» функціонує як частина комплементації після дієслова «consider» і слугує для вказівки на дію, яка вже відбулася.

Подібні механізми економії мовних ресурсів помічено і в таких прикладах: *It took us six months to get **the model trained**, because our infrastructure wasn't up to the task; Boats hauled out of the water for the winter or even just for mid-season repairs will need their **hulls cleaned**; Here, we know you need (various) **stations covered** and then we have a sense of how a demand shock*

like a delivery platform will amplify existing demand fluctuations; Content calendars can keep your strategy organized.

Загалом меншу кількість дієприкметникових структур вторинної предикації у досліджуваному жанрі, ймовірно, можна пояснити тим, що дієприкметники нерідко можуть ускладнювати розуміння інформації, вимагати більшого заглиблення в контекст та граматику речення. Крім того, дієприкметникові структури вторинної предикації можуть містити інформацію, яка не є критично важливою для основної комунікації.

Герундіальні структури вторинної предикації в аналітико-інформаційному жанрі бізнесових медіавидань зустрічаються найрідше порівняно з іншими структурами (24 конструкції, або 8%). Ймовірно, таке співвідношення можна пояснити низкою причин. Незважаючи на те, що герундій є дієвим засобом економії мовних ресурсів, його використання у функції вторинного предиката вимагає додаткового занурення в контекст. Крім того, семантична специфіка герундія передбачає його використання для позначення загального процесу або діяльності, що вже відбувається або відбулася. У досліджуваному жанрі пріоритетним є акцентуація на майбутніх планах, діях чи результатах. У цьому контексті інфінітивні та дієприкметникові структури вторинної предикації видаються більш універсальними. Пор., наприклад герундіальний зворот у реченні *The success of the project depends on **completing** the tasks on time* (описується загальний процес завершення завдання) та інфінітивну конструкцію в реченні *The success of the project depends on **the team to complete** the tasks on time* (вказується на конкретну ціль).

Непоширеність герундіальних структур вторинної предикації пояснює і той факт, що інфінітив та дієприкметники синтаксично є більш гнучкими. Мова йде про розширене коло ключових дієслів, після яких можливе їхнє використання.

Проаналізуємо економію мовних ресурсів під час використання герундіальної структури вторинної предикації у реченні *The company was criticised for producing too many cars of the wrong type*. У ньому герундіальна структура *producing too many cars of the wrong type* є вторинною предикацією, яка виконує роль обставини причини (пояснює, за що саме компанію критикували). Економія мовних ресурсів забезпечена можливістю герундіальної структури об'єднати інформацію, яка інакше потребувала б окремого підрядного речення, пор. : *The company was criticised because it produced too many cars of the wrong type* (використовується підрядне речення, що збільшує загальну довжину та складність висловлення). Герундій «producing» економить мовні ресурси, оскільки виконує функцію уточнення дії, залишаючи основну структуру речення простою.

Далі наводимо інші зафіксовані нами приклади використання герундіальних структур вторинної предикації: *We discussed **the client requesting** additional services before the contract was signed; They mentioned **the supplier delaying** the shipment due to unforeseen circumstances; Araghchi said Europe had done little to seek compromise since the election in the summer of the reformist president, Masoud Pezeshkian, **who** is committed to **lifting** sanctions by offering a more balanced policy between east and west.*

Узагальнену інформацію щодо використання структур вторинної предикації в досліджуваному дискурсі відображено на рисунку 1.

Як видно з діаграми, інфінітивні конструкції з-поміж виділених зразків займають найбільшу частку, що свідчить про їхню високу ефективність в аналітико-інформаційному жанрі англomовних бізнесових медіавидань. Це підтверджується їхньою здатністю забезпечити значну економію мовних ресурсів, дозволяючи об'єднати кілька рівнів інформації в межах одного речення. Дієприкметникові структури охоплюють значно меншу частку на діаграмі (25%). Такі конструкції дають змогу зберегти функціональність повідомлення, зменшуючи кількість слів, проте для чіткого розуміння сенсу читачам треба більше зусиль для заглиблення в контекст. Герундіальні конструкції, які займають найменшу частку в діаграмі, є менш ефективні для швидкої і точної передачі інформації в бізнесовому контексті.

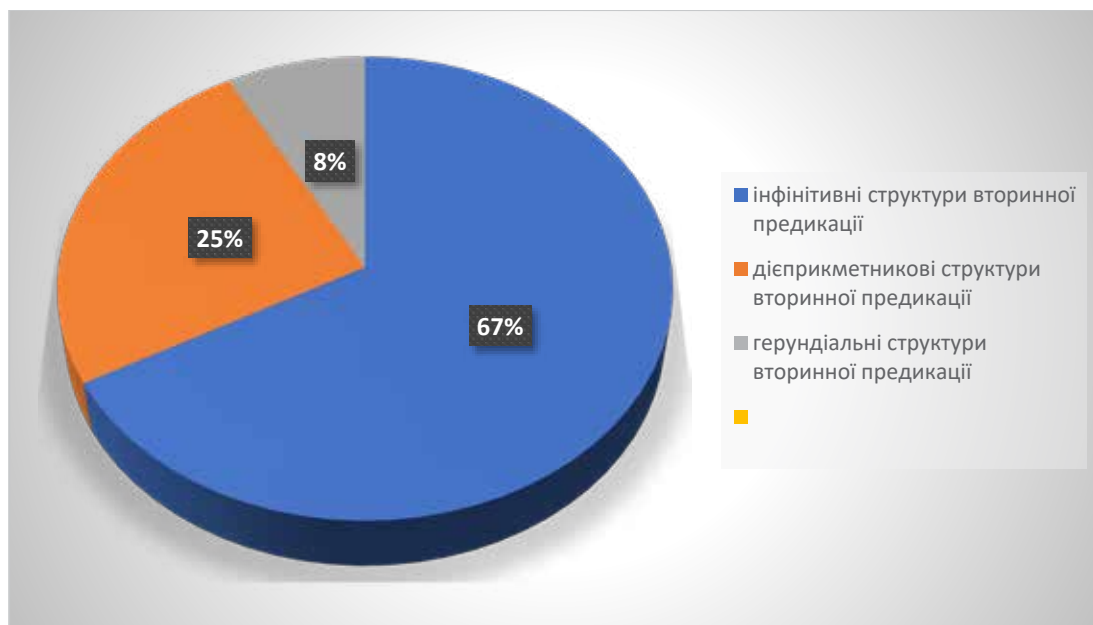


Рис. 1. Частота використання структур вторинної предикації в аналітико-інформаційному жанрі англomовних бізнесових медіавидань

Висновки. Дослідження вторинної предикації як засобу економії мовних ресурсів у текстах англomовних бізнесових медіавидань дозволяє зробити наступні узагальнення. Специфікою аналітико-інформаційного жанру є чіткість і лаконічність висловлення думок, фокусування на основних тезах і ключових моментах, орієнтація не лише на інформування, але й надання практичних рекомендацій та прогнозів. Для забезпечення описаних прагматичних функцій нерідко використовують структури вторинної предикації, які дозволяють уникати надлишкової інформації та відповідно синтаксичного ускладнення речення, економлячи мовні зусилля авторів. Цільова аудиторія досліджуваного контенту часто стикається з великим обсягом інформації. Скорочення мовних ресурсів, зокрема через введення структур вторинної предикації, дозволяє створювати текст, який легко сприймається навіть за умов інформаційного перенасичення.

Кожен із виділених нами типів структур вторинної предикації (інфінітивні, дієприкметникові та герундіальні) виконує специфічні функції в контексті економії мовних ресурсів. Інфінітивні конструкції виявились найбільш ефективними у забезпеченні лексичної та синтаксичної економії, дозволяючи поєднувати кілька рівнів інформації в межах одного речення. Дієприкметникові та герундіальні структури зустрічаються значно рідше. Це свідчить про їхню обмежену функціональність у контексті англomовного бізнесового дискурсу, де простота і чіткість подання інформації є домінуючими критеріями. Економія мовних ресурсів через вторинну предикацію відображає загальну тенденцію сучасного англomовного бізнесового дискурсу до мінімізації мовної надмірності. Це сприяє підвищенню сприйняття текстів аудиторією, для якої важливі оперативність і змістовність.

Аналіз вторинних предикативних конструкцій може стати корисним для подальших досліджень, особливо щодо їхнього використання в реальному мовленні та створенні ефективних комунікативних моделей, побудованих із залученням можливостей корпусної лінгвістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Навальна М. Нові вияви мовної економії (на прикладі матеріалів інтернетного видання «Українська правда»). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2012. Т. 26 (65). № 1. С. 51–56.

2. Попкова О. Мовна економія як запорука успішної медіаграмотності. *Зб. статей Сьомої між-нар. наук.-метод. конф. «Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку»*. Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2019. С. 74–79.
3. Zipf G. K. Human behavior and the principle of least effort. Cambridge: Addison Wesley Press, 1949.
4. Крецу І. Н., Гузун М., Василик Л. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing Youse: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. 2015. 140 с.
5. Сизонов Д. Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатекстів. *Наука і освіта*. 2017. № 7. С. 82–88. <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2017-7-13>
6. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Випуск 44. С. 246–253.
7. Рябокінь Н.О. Жанри медійного дискурсу. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34 (73). № 4. С. 35–39.
8. Макарець Ю.С. До питання про принцип економії в мові та мовленні. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2013. Вип. 10. С. 161–168.
9. Jespersen Otto. The Philosophy of Grammar. ImprintRoutledge (eBook), 2013. <https://doi.org/10.4324/9780203716045>
10. Карамішева І.Д. Структури вторинної предикації у англійській мові: до питання класифікації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми лінгвістики науково-технічного і художнього тексту та питання лінгвометодики*. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2002. No 465. С. 82–86.
11. Carreira B. Marcos, José Foltran Maria, Knöpfle Andrea. Small Clauses: origins and state of affairs. *Revista Linguística*. 2017. 13(2). P. 383. DOI: 10.31513/linguistica.2017.v13n2a14040
12. Hawkins John A. Efficiency and Complexity in Grammars. Oxford Academic, 2010.
13. Levinson Stephen C. Presumptive meanings: the theory of generalized conversational implicature. Cambridge, MA: MIT Press, 2000. 480 p.
14. The Small Clause node. *Small Clauses in English: The Nonverbal Types*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 1992. P. 171–190. <https://doi.org/10.1515/9783110861457.171>
15. Білик К.М., Махачашвілі Р.К. Корпусне дослідження текстів рубрики «Надзвичайні новини» у французькій, англійській та українській мовах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2019. № 43. С. 151–154.
16. Капранов Я.В. Корпусний менеджер AntConc та його можливості для визначення частоти ключових слів різних мов. *Інженерія знань як фактор міжкультурної кооперації України з Японією, КНР і Республікою Корея: матеріал II міжнародної науково-практичної відеоконференції*, 1–2 грудня 2021 року. Видавничий центр КНЛУ, 2021. С. 100–102.
17. Abdullayeva O. Programs used to create the language corpus and their principles. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. 2020. № 10. С. 1778. <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2020.00749.1>.
18. Кульбабська О.В. Вторинна предикація у простому реченні. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. 672 с.
19. Davlatova M. On the types of results structures expressed by a secondary predicator. *International Journal of Literature and Languages*. 2023. 3(03). P. 52–58. <https://doi.org/10.37547/ijll/Volume03Issue03-10>
20. Irimia M.-A. Types of secondary predication. *Toronto Working Papers in Linguistics*. 2005. # 25. Retrieved from <https://twpl.library.utoronto.ca/index.php/twpl/article/view/6181>
21. Lee Juwon. A New Type of Secondary Predicate Construction in English. *Korean Journal of English Language and Linguistics*. 2022. Vol 22. P. 1428–1442.
22. Rapoport T. Secondary Predication. *Oxford Handbook of Event Structure*. Oxford University Press, 2019. P. 426–455. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199685318.013.19>
23. Ісаєва Г.Т., Патрушева Ж.Л. Поліпредикативне ускладнення речення структурами вторинної предикації. *Іноземна філологія*. 1990. Вип. 97. С. 10–16.