

bodied on the basis of another culture with the preservation of the intricacies of the content, figurative system and national originality.

Non-equivalent vocabulary is a concept that serves as the basis for bringing texts together. It is placing poetic text on the verge of two cultures combining them together.

The problem of transferring the ethno-language picture of the world to inter-language transformation is rather complicated and may be the topic for further research.

Key words: poetic text, ethnical picture of the world, translation, reproduction, non-equivalent vocabulary.

REFERENCES

- Bohatkina, N. S. (2002). Vnutrishnia forma slova yak proiav svoieridnostinatsionalnoi movnoi kartyny svitu [Inner form of a word as manifestation of originality of the national linguistic picture of the world]. *Naukovi zapysky. Serii: Filolohichni nauky (movoznavstvo)* [Proceedings. Series: Philology (Linguistics)], XXVI, 24-29 [in Ukrainian].
- Formanova, S. V. (1999). *Kliuchovi slova u movnii kartyni svitu Mykhaila Kotsiubynskoho* [Key words in Mykhailo Kotsiubynsky's linguistic picture of the world]. (Extended abstract of PhD dissertation). Kyiv [in Ukrainian].
- Koptilov, V. V. (1972). [Pershotovir i pereklad. (Rozdumy i sposterezhennia)] [First edition and translation. (Reflections and observations)]. Kyiv [in Ukrainian].
- Moisiienko, A. K. (1997). [Slovo v apertseptsiiinii systemi poetychnoho tekstu. Dekoduvannia shevchenkovoho virsha] [The word in the apperception system of poetic text. Decoding of Shevchenko's poetry]. Kyiv: Pravda Yaroslavychiv [in Ukrainian].
- Rylskiy, M. T. (1962). Vol. 9. In Rylskiy, M. T. [Statti pro literaturu, mystetstvo y narodnu tvorchoist] [Articles about literature, art and folk art]. Kyiv [in Ukrainian].
- Torsueva, I. G. (1986). Tekst kak sistema [Text as a system]. In *Strukturno-semanticheskie edinicy teksta (na sopostavitel'noj osnove francuzskogo i russkogo jazykov)* [Structural and semantic units of the text (on a comparative basis of the French and Russian languages)] (Vol. 267, pp. 7-23). Moskva [in Russian].

Одержано 3.05.2018 р.

УДК 81'42

ВІКТОРІЯ АРТЮХ
(Полтава)

МАКСИМИ МОВЛЕННЕВОЇ ПОВЕДІНКИ АДРЕСАНТА В НАУКОВОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ТЕКСТІ

Англомовний науковий економічний дискурс та його багатоаспектна реалізація в текстах відповідної тематики є наслідком обміну науковими надбаннями, теоретико-практичними напрацюваннями у спеціальній галузі діяльності. У статті проаналізовано максими мовленнєвої поведінки адресанта наукового економічного тексту з урахуванням категорії антропоцентричності. Описано окремі аспекти наукового викладу за допомогою максим. Виявлено особливості застосування термінологічних дієслівних об'єктних словосполучень як одиниць передавання знань у просторі й часі відповідно до процесів у сфері економічної діяльності.

Ключові слова: англомовний економічний дискурс, науковий економічний текст, термінологічні дієслівні об'єктні словосполучення, максими мовленнєвої поведінки, адресант, адресат.

Інтенсивні процеси у світовій економіці сприяють інтеграції наукових знань та обміну інтелектуальними напрацюваннями фахівців у різних галузях. Комунікативні потоки в економічному просторі зреалізовані в різних формах текстотворення адресанта. Саме тому актуальними постають питання когніції, креації та фіксації знань у науковому тексті й дискурсі. У працях науковців у руслі дискурсології, лінгвістики тексту та інших галузей мовознавства обґрунтовано інтегративну лінгвістичну теорію тексту й комунікації (Селиванова, 2004), розглянуто феномен адресованості як текстової категорії (Воробьева, 1993), досліджено комунікативно-прагматичні особливості англомовного наукового лінгвістичного дискурсу (Гніздечко, 2005), розкрито сутність, особливості

англомовного економічного дискурсу (Олійник, 2005, с. 12). Виявлено також особливості терміна в науковому тексті (Скороходько, 2006, с. 11), що є підґрунтям для вивчення та заглиблення у специфіку наукового економічного тексту й дискурсу.

Зважаючи на комплексний характер феномену економічного тексту, предметом окремих наукових студій дослідників були як різноманітні параметри такого тексту, так і його змістове наповнення, лінгвістичні одиниці та засоби тощо. На тлі наукового тексту з економіки досліджено, зокрема, функціонування економічних термінологічних словосполучень із прикметником з урахуванням чинника адресата (Іщенко, 2005).

Метою пропонованої статті є розгляд актуальних питань авторської комунікації, зокрема застосування принципів-максим мовленнєвої поведінки адресанта в науковому економічному тексті.

Реалізація обраного ракурсу дослідження потребує уточнення сутності економічного дискурсу, у межах якого здійснюють текстотворчість. Економічний дискурс, за визначенням О. В. Тарасової, являє собою «...мовлення, заглиблене в “економічне життя”, тобто такий тип ситуативного дискурсу, який використовують із метою розкриття сутності різних аспектів економічної діяльності як окремих індивідів, так і людських колективів...» (Тарасова, 2004, с. 184).

Н. А. Олійник під час аналізу багатогранності й особливостей економічного дискурсу вказує на те, що «...він може встановлювати гіперо-гіпонімічні стосунки з більш узагальненими дискурсами, зокрема, науковим, публіцистичним, діловим, педагогічним тощо» (Олійник, 2005, с. 99). Цей факт дає можливість припустити наявність гіперо-гіпонімічних зв'язків між економічним та науковим дискурсами, репрезентованих у науковому економічному дискурсі й відповідному тексті. Такий текст, як слушно зазначає О. В. Тарасова, є «...вербалізованою маніфестацією дискурсу...» (Тарасова, 2004, с. 184).

Виявлення мовленнєвої поведінки адресанта в наукових текстах здійснювалося в межах таких двох аспектів економічної сфери діяльності: банківська справа (на матеріалі праці Р. Сміта та І. Вальтера “Global banking”), сфера виробництва й споживання товарів (на матеріалі праці П. Хокена “The Ecology of Commerce”).

Аналіз зазначених вище наукових текстів виявляє специфіку текстотворення, що віддзеркалює процес і результат когніції, креації та фіксації спеціальних знань окремих галузей економічної діяльності. Такі тексти – так само, як й інші – продукуювані в межах наукового дискурсу і є «...результатом – матеріальним продуктом – певних когнітивних та комунікативних процесів» (Скороходько, 2006, с. 5). Науковий текст кожної праці, отже, створений автором-адресантом із метою передання досвіду предметно-пізнавальної діяльності певному адресату, а тому «...завжди співвідноситься з комунікативною ситуацією та її антропоцентрами: автором й адресатом, суб'єктом мовлення та його партнером/-ами по комунікації» (Чернявская, 2006, с. 12).

Створюючи науковий текст, автор має на меті змоделювати знання адресата. Реалізація моделювання знань адресата, на нашу думку, у межах наукового економічного тексту здійснюється за допомогою чотирьох принципів-максим мовленнєвої поведінки адресанта (відомих у лінгвістичній прагматичі як «максими спілкування – найосновніші найзагальніші комунікативні стратегії, які сприяють комунікативному співробітництву (кооперації)», загальний принцип якого (якої) запропонований Х. Грайсом (Селиванова, 2010, с. 373), представлених у сучасних дослідженнях науковців-фахівців у галузі лінгвістики тексту (Гніздечко, 2005, с. 8; с. 71–72). Дотримання адресантом максим кількості, якості, релевантності, манери мовлення сприяє ефективнішій комунікації з адресатом.

У ракурсі лінгвістичної прагматики максимуму кількості визначають як «правило ведення розмови, відповідно до якого той, хто говорить, повинен повідомляти правдиву й аргументовану інформацію» (Баранов та ін., 2001, с. 225). За цією максимом адресант повинен надати достатню кількість інформації відповідно до психологічного, емоційного й інтелектуального стану співрозмовника з тим, щоб уникнути комунікативного цейтноту (Селиванова, 2004, с. 71).

В аналізованих текстах адресант визначає сферу описування подій, про що він і повідомляє адресата у вступі через «...метакомунікативні конструкції, в яких автор коментує і пояснює процес власного текстотворення і послідовність аналізу...» (Чернявская, 2006, с. 102): “We begin with...”, “We then consider in some detail...”, “We next consider...”, “This is brought together in the final section of the

book" (Smith, 2003, p. VI); "Chapters 1 through 3 and 6 and 8 address this" (Hawken, 1993, p. XIV), "Chapters 4 and 5, and 9 through 11 present specific routes to accomplish these objectives" (Hawken, 1993, p. XVI). Таким способом автор окреслює кількість інформації, яку буде розглянуто в науковому тексті.

Кількість наданої інформації залежить від типу адресата, образу читача. Читач наукового економічного тексту корелює з образом реального читача (Воробьева, 1993, с. 155–161), використовуваного адресантом для реалізації комунікації двох антропоцентрів – автора й читача. Образ реального читача, на нашу думку, поєднує в собі «...дві іпостасі інтерпретатора в особі сприймаючого: аналітика-критика (у сфері сприйняття концепції тексту та уточнення концепції аналізу) і аналітика-творця (у сферах створення та уточнення концепції аналізу)» (Науменко, 2005, с. 68).

Рефлексія над адресантністю дає змогу переконатися в тому, що тексти створюють для адресата, який є підготовленим читачем для сприймання специфічності тексту, що так само полягає в аналізі інформації та впізнанні одиниць спеціальної інформації, таких, зокрема, як термінологічні дієслівні об'єктні словосполучення, застосовувані автором-адресантом: "Almost all underwritings involve some degree of short position, which the lead manager covers by purchasing shares in the aftermarket to stabilize the offering price. If the demand for shares is weak, then the lead manager will purchase unsold or unwanted shares in the market (from the other underwriters or their customers) to support the offering at the original offering price. If the demand is strong, then the underwriters will exercise the Green Shoe option to create the shares to cover the short position" (Smith, 2003, p. 167–168).

Переклад уривку виявляє всю складність декодування інформації через виокремлення й аналітичну обробку термінологічних одиниць читачем: «Майже всі андеррайтинги передбачають певний ступень короткої позиції, яку провідний менеджер покриває через продаж акцій на позабіржовому ринку цінних паперів для того, щоб стабілізувати пропоновану ціну. Якщо попит на акції виявиться низьким, провідний менеджер придбає непродані або незатребувані акції на ринку (в інших андеррайтерів або клієнтів), щоб підтримати пропозицію за первинною пропонованою ціною. Якщо попит виявиться високим, андеррайтери застосують опціон купівлі додаткових акцій за первинною ціною, щоб створити акції для покриття короткої позиції» (тут і далі переклад наш).

Знання термінів є обов'язковою умовою для декодування наукового тексту адресатом, оскільки, як наголошує Е. Ф. Скороходько, «...приблизно 30–40% слововживань припадає на термінологічну лексику», параметр, експлікований припущенням, що «...головним чинником, який формує науковий текст, отже й усі його складники, і визначає когнітивні, комунікативні, тематичні аспекти тексту, є термін» (Скороходько, 2006, с. 22). Термінологічне наповнення, зазначимо, спричинює труднощі в інтерпретації економічного тексту непідготовленим читачем, таким читачем, який не володіє обсягом знань логіко-понятійного апарату у відповідній галузі економіки. Для того, щоб декодувати спеціальну інформацію, зокрема в наведеному вище уривку, адресат повинен знати різновиди опціонів, механізм котирування й продажу акцій на біржі та за її межами.

Наведемо ще такий зразок термінологічного наповнення тексту: "International economic advantage goes to the companies that are best able to externalize environmental and social costs; companies that internalize these costs and take full responsibility for their environmental impact are placed at a disadvantage" (Hawken, 1993, p. 99).

Декодування й подальша інтерпретація наведеної вище інформації можлива за умови, якщо адресат знайомий із такими економічними поняттями, вираженими термінологічними дієслівними об'єктними словосполученнями, як *to externalize environmental and social costs* (екстерналізувати витрати на зовнішнє та соціальне середовище) та його антонімом *internalize costs* (інтерналізувати витрати), застосовуваних для опису проблеми соціально-екологічної відповідальності підприємства та витрат, які воно включає або не включає у свою витратну частину коштів для захисту здоров'я людини та довкілля.

Здійснюючи передання знань у часі й просторі, автор наукового тексту передає знання про когнітивний досвід за допомогою термінологічних словосполучень, оскільки вони є кодом, що «...згортає текстовий виклад інформації», відштовхуючись від закономірності «чим коротше код, тим довше текст» (Лемов, 2000, с. 76). Адресат наукового економічного тексту, отже, повинен знати спеціальні поняття й відтворювати денотативне структурування ситуацій економічної діяльності, виражених ними. Солідаризуємося з думкою В. Л. Іщенко про те, що «основна інформація наукових текстів, адресованих компетентному читачу, міститься в термінах. Використання термінологічної лексики забезпечує найбільшу семантичну адекватність та стислість» (Іщенко, 2005, с. 203).

Максиму якості в лінгвістичній прагматиці витлумачують як «правило ведення розмови, відповідно до якого той, хто говорить, повинен повідомляти правдиву й аргументовану інформацію» (Баранов та ін., 2001, с. 225). Принципу якості автори аналізованих праць дотримуються, репрезентуючи фактичний матеріал у вигляді цифрових позначень інформації, наприклад: “Transactions entirely within the United States first peaked in 1988 and then declined sharply to a level of one-third the peak volume just five years later, then built up once more to peak most recently in 2000 with a volume of deals just under \$1 trillion” (Smith, 2003, p. 191); “Development costs of \$200 million for a single product are normal, necessitating high prices that lock out the people in developing countries from using the product while it is covered by patents” (Hawken, 1993, p. 140).

Автори наукових текстів застосовують цифри з тією метою, щоб показати тенденції сучасного бізнесу та способи оперування в ньому, переконати реального читача в достовірності інформації. Так само, на нашу думку, уживають і категорію інтертекстуальності, що «... виступає як універсальний принцип побудування наукового тексту на рівні змісту» (Чернявская, 2006, с. 49). Експліцитними маркерами інтертекстуальності є цитування, непряма мова, фонові посилання, примітки, виноски тощо (Чернявская, 2006, с. 50).

Зокрема, в аналізованому тексті праці “Global Banking” інтертекстуальність виявлено у використанні авторами посилань на роботи інших науковців: “The late Barbara Tuchman, in her fascinating report on the catastrophic fourteenth century – when a great famine, the Black Death, and the Hundred Years’ War all fell in one century – notes that the Christian attitude toward commerce during the Middle Ages was “actively antagonistic”:

It held that money was evil, business was evil, that profit beyond a minimum necessary to keep the dealer alive was avarice (a sin), that to make money from the lending of money was usury (also a sin), and buying at wholesale and selling at retail was immoral and condemned by canon law. In short, as St. Jerome said: “A man who is a merchant can seldom, if ever, please God”³” (Smith, 2003, p. 7). Інтертекстуальне посилання – *in presentia* (Чернявская, 2006, с. 50) – характеризує стан торгівлі в епоху Середньовіччя та відтворює історичне тло соціоекономічного розвитку суспільства із подальшим покликанням на працю Б. Тухман (Smith, 2003, p. 15). Такі посилання використано для моделювання ідеї-задуму у вербальній формі – створення комплексної картини розвитку банківської справи у часовій перспективі.

Особливу роль при контактовстановленні з потенційним читачем автор здійснює шляхом застосування запитань, на які читач має відповісти разом з автором відповідно до окресленої теми: “As you read them imagine yourself a designer, remarking a world where commerce and environmental restoration are synonymous. What would such a system look like? How would it feel to work in it? What are the obstacles preventing us from doing the right thing? How do we change or remove those barriers” (Hawken, 1993, p. XVI); “What would be done with the surplus? Unless it were returned to the countries in the form of a cash distribution, the expectation is that the conservative European Central Bank will hang onto surplus to provide a fund to stabilize the euro against the dollar and the yen” (Smith, 2003, p. 36).

Максима релевантності в лінгвістичній прагматиці передбачає відповідність повідомлення меті спілкування (Баранов та ін., 2001, с. 225). Досягнення реалізації цієї максими в текстовій площині здійснюється окремими засобами інтертекстуальності, такими як, наприклад, цитування, референція, що підтверджують думку автора, усебічно окреслюють загальновизнане потрактування проблеми та її тлумачення різними суб’єктами мовлення: “Commentators sometimes draw the distinction between economists who take the “moral” position that human life is superior to natural life and environmentalists who take the opposite position. This is not a useful polarization” (Hawken, 1993, p. 30); “Opponents argue that, without convincing evidence of scale economies or other size-related gains, monopolistic market structures serve mainly to extract economic rents from consumers or users of financial services and redistribute them to shareholders, cross-subsidize other areas of activity, or reduce pressures for cost-containment” (Smith, 2003, p. 381).

Максиму способу дії (манери мовлення) у лінгвістичній прагматиці визначають як «правило розмови, відповідно до якого той, хто говорить, повинен чітко й правильно викладати суть справи, не відхиляючись від теми» (Баранов та ін., 2001, с. 225). У матерії наукового тексту інформацію надають у нерозривному зв’язку. Доступність викладеної інформації, на нашу думку, досягають

шляхом використання автором ретроспекції та проспекції (Селиванова, 2004, с. 225), що допомагає читачеві чітко і правильно відтворити відповідну денотативну картину економічної діяльності, наприклад: “As discussed more fully in chapter 13, the BIS rules for improving bank capital adequacy that were adopted in 1988 by the 12 leading banking nations were aimed at «strengthening the stability of the international banking system and removing a source of competitive inequality for banks arising from differences in supervisory arrangements among countries»” (Smith, 2003, p. 94); “As argued in preceding chapters, any cost-integration plan that will effectively restore the environment should impair Exxon’s financial strength in the case of an environmental spill” (Hawken, 1993, p. 118).

Дотримання адресантом максимум кількості, якості, релевантності та манери мовлення в аналізованих економічних текстах забезпечує відповідність вимог до текстів мови наук – реалізацію категорії естетичності, що «...спрямована на прозорість і логічність думки» (Науменко, 2005, с. 66).

Отже, вивчення наукового економічного тексту виявило оперування адресантом принципами-максимами, що забезпечує ефективну комунікацію з адресатом тексту. У межах максимум мовленнєвого спілкування автор послуговується окремими засобами інтертекстуальності, що є підґрунтям контактостановлення та взаємодії з читачем. Окреслені максими забезпечують чітку послідовність викладу наукової інформації автором із застосуванням відповідних термінологічних одиниць для передання спеціальних знань читачеві.

Розгляд наукового економічного текстотворення є багатоаспектним і різноплановим явищем; воно потребує подальших досліджень у руслі лінгвістики, стилістики тексту й дискурсології, що забезпечить доповнення, уточнення та розширення наявних підходів до інтерпретації наукового економічного тексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике. Около 9000 терминов / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский, М. Н. Михайлов, П. Б. Паршин, О. И. Романова ; [под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского]. – Москва : Азбуковик, 2001. – 640 с.
- Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата : монография / О. П. Воробьева. – Київ : Вища шк., 1993. – 200 с.
- Гніздечко О. М. Авторизація наукового дискурсу: комунікативно-прагматичний аспект (на матеріалі англійських статей сучасних європейських та американських лінгвістів) : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Оксана Миколаївна Гніздечко. – Київ, 2005. – 20 с.
- Іщенко В. Л. Багатокомпонентні економічні терміни в текстах різних функціональних стилів / В. Л. Іщенко // Гуманітарний вісник. Серія «Іноземна філологія». – Черкаси : ЧДТУ, 2005. – Число 9. – С. 203–205.
- Лемов А. В. Система, структура и функционирование научного термина (на материале русской лингвистической терминологии) / А. В. Лемов. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2000. – 192 с.
- Науменко А. М. Філологічний аналіз тексту. (Основи лінгвопоетики) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. М. Науменко. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2005. – 416 с.
- Олійник Н. А. Словотворчий потенціал англійського економічного дискурсу (на матеріалі полуафіксів) / Н. А. Олійник // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». – Харків : Константа, 2005. – № 649. – С. 98–101.
- Селиванова Е. С. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : монографич. учеб. пособ. / Е. С. Селиванова. – Киев : Брама, 2004. – 336 с.
- Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
- Скороходько Е. Ф. Позиційна інтерференція термінів як структурна характеристика наукового тексту / Е. Ф. Скороходько // Мовознавство. – 2006. – Вип. 4. – С. 22–31.
- Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміноцентричної теорії наукового дискурсу) : монографія / Е. Ф. Скороходько. – Київ, 2006. – 99 с.
- Тарасова Е. В. К проблеме определения экономического дискурса в лингвистике. 200-річчя Харківської мовознавчої школи / Е. В. Тарасова // Вісник ХНУ. – 2004. – Вип. 635. – С. 183–185.
- Чернявская В. Е. Интерпретация научного текста : учеб. пособ. / В. Е. Чернявская. – Москва : КомКнига, 2006. – 128 с.
- Hawken P. The ecology of commerce: a declaration of sustainability / P. Hawken. – 1st ed. – New York : HarperBusiness 1993. – 250 p.
- Smith R. C. Global banking / R. C. Smith, I. Walter. – 2nd ed. – Oxford, 2003. – 438 p.

VIKTORIJA ARTIUKH

MAXIMS OF CONVERSATIONAL BEHAVIOR OF THE ADDRESSANT IN THE ENGLISH LANGUAGE SCIENTIFIC ECONOMIC TEXT

English language scientific economic discourse and its multi-faceted realization in the texts of the relevant subject matter are the result of the exchange of scientific findings, theoretical and practical works in the special field of activity. This article analyzes conversational behavior of the addressant of the scientific economic text with account of the category of anthropocentricity. It describes some aspects of scientific exposition with the help of maxims. All the conversational maxims are found to be effectively used in realizing of the communicative intention of the author. The four maxims of quantity, quality, relevance and manner of conversation are the quintessence of the author's tools to convey the message to the addressee. Along with the conversational maxims the addressant uses special signs – terms which encode information relevant for the scientific economic discourse and thus makes it targeted at the specific reader. The study has revealed the peculiarities of using terminological verb object word combinations as units transferring knowledge in time and space according to the sphere of economic activity. The article suggests just some of the aspects concerning the writing approach to successfully communicate with the reader which requires further investigation in the domain of linguistics, stylistics and discourse studies that will reveal other aspects concerning interpretation of the scientific economic text.

Key words: English language economic discourse, scientific economic text, terminological verb object word combinations, maxims of conversational behavior, addressant, addressee.

REFERENCES

- Baranov, A. N., Dobrovolskiy, D. O., Mikhaylov, M. N., Parshin, P. B., & Romanova O. I. (2001). *Anglo-russkiy slovar po lingvistike i semiotike. Okolo 9000 terminov. Izd-e 2-e, ispr. i dop.* [English-Russian Dictionary in Linguistics and Semiotics. About 9000 Terms] (2nd ed., updated and expanded). Moscow: Azbukovik [in Russian].
- Vorobeva, O. P. (2010). *Tekstovye kategorii i faktor adresata* [Text Categories and Addressee Factor]: Monograph. Kyiv: Vyshcha shkola [in Ukrainian].
- Hnizdechko, O. M. (2005). *Avtoryzatsiia naukovooho dyskursu: komunikatyvno-prahmatychnyi aspekt (na materialy anhlomovnykh statei suchasnykh yevropeiskykh ta amerykanskykh linhvistiv)* [Authorisation of Scientific Discourse: Communicative and Pragmatic Aspect (Based on English-Language Articles of European and American Linguists)] (Extended abstract of PhD diss.). Kyiv: Kiyv National Linguistic University [in Ukrainian].
- Ishchenko, V. L. (2005) Bahatokomponentni ekonomichni terminy v tekstakh riznykh funktsionalnykh styliy [Multi-component Economic Terms in Texts of Different Functional Styles]. In *Humanitarian Bulletin. Series: Foreign Philology*, 9, 203-205. Cherkasy: Cherkasy State Technical University [in Ukrainian].
- Lemov, A. V. (2000) *Sistema, struktura i funktsionirovanie nauchnogo termina (na materiale russkoy lingvisticheskoy terminologii)* [System, Structure, and Functioning of the Scientific Term (Based on Russian Linguistic Terminology)]. Saransk: Mordovia State University [in Russian].
- Naumenko, A. M. (2005). *Filolohichniyi analiz tekstu. (Osnovy linhvopoetyky). Navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchyykh navchalnykh zakladiv* [Philological Analysis of the Text (Basics of Linguistic Poetics). Vinnytsia: NOVA KNYHA [in Ukrainian].
- Oliinyk, N. A. (2005). Slovtvorchyyi potentsial anhlomovnoho ekonomichnoho dyskursu (na materialy poluafiksiv). [Wordbuilding Potential of English-Language Economic Discourse (Based on Semi-Affixes)]. *Bulletin of Kharkiv V. Karazin National University*, 649, Series: Roman and German Philology. Methodology of Teaching Foreign Languages. Kharkiv: Konstanta, 98–101 [in Ukrainian].
- Selivanova, Ye. S. (2004). *Osnovy lingvisticheskoy teorii teksta i kommunikatsii* [Basics of Linguistic Theory of Text and Communication]. Kyiv: Brama [in Ukrainian].
- Selivanova, O. O. (2010). *Linhvistychna entsyklopediia* [The linguistic encyclopedia]. Poltava : Dovkillia-K [in Ukrainian].
- Skorokhodko, E. F. (2006). Pozytiina interferentsiia terminiv yak strukturna kharakterystyka naukovooho tekstu [Positional Interferention of Terms as a Structural Feature of the Scientific Text]. *Linguistics*, 4, 22-31 [in Ukrainian].
- Skorokhodko, E. F. (2006). *Termin u naukovomu teksti (do stvorennia terminotsentrychnoi teorii naukovooho dyskursu)* [The Term in the Scientific Text (On the Creation of Term-Centered Theory of Scientific Discourse)]. Kyiv: Logos [in Ukrainian].
- Tarasova, Ye. V. (2004) .K probleme opredeleniya ekonomicheskogo diskursa v lingvistike [On the Issue of Defining the Economic Discourse in the Linguistics]. *Bulletin of Kharkiv Karazin National University*, 635, 183-185. Kharkiv: Konstanta [in Ukrainian].
- Chernyavskaya, V. Ye. (2006). *Interpretatsiya nauchnogo teksta: Uchebnoe posobie. Izd-e 3-e, stereotipnoe.* [Interpretation of the Scientific Text]. Moscow: KomKniga [in Russian].
- Hawken, P. (1993). *The ecology of commerce: a declaration of sustainability*. New York: HarperBusiness.
- Smith R. C., & Walter I. (2003). *Global banking*. Oxford: OUP.

Одержано 9.04.2018 р.