Вікторія ТОВСТЕНКО,

orcid.org/0000-0003-2971-4931

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри бізнес-лінгвістики

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

(Київ, Україна) *tovstenko.vika@ukr.net*

МОВНИЙ ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІСТА

У статті проаналізовано поняття «мовний портрет» і «мовна особистість». Зазначено, що мовний портрет – це сукупність характеристик, що складають мовний імідж особистості, відображають її комунікативний потенціал на певному етапі становлення. Мовний портрет особистості описано як статичну величину, визначену певними умовами в певний проміжок часу, тобто як певний синхронний зріз. Наголошено на тому, що мовний портрет економіста – це мовний «паспорт», у якому відображено всі його національно-естетичні, соціальні, культурні, духовні, вікові та інші особливості, а також використано фахову лексику: економічні терміни, професіоналізми, жаргонізми, фразеологізми тощо. Доведено, що жодна мова, створюючи терміни, не може обійтися власними ресурсами, а тому послуговується лексичними та словотворчими засобами високорозвинених літературних мов, поєднуючи в собі національні та міжнародні елементи. Виділено позамовні причини запозичань, серед яких визначено такі, як культурний, економічний, політичний впливи одного народу на інший; контакт із різними мовами; підвищений інтерес до вивчення тієї або іншої мови; авторитарність мови; захоплення культурою чужої країни та внутрішньомовні причини: відсутність у рідній мові еквівалентного слова для нового предмета або поняття; тенденцію до використання одного запозиченого слова замість описового звороту; прагнення підвищити і зберегти комунікативну чіткість лексичних одиниць; компактність, однозначність запозиченого терміна; словотвірну продуктивність запозиченого терміна. Аналізуючи мовний портрет економіста, виявлено фразеологізми, метафори, синоніми, антоніми, пароніми, омоніми, які збагачують та прикрашають його лінгвістичний словник, а також професійні назви з компонентом-назвою кольору (т.зв. «колоративи»), професійні жаргонізми, на основі яких сформувався бізнес-сленг. Визначено одну з особливостей лексичного запасу економіста – використання термінів, утворених унаслідок метафоризації. Зазначено, що джерелом новоствореної метафори можуть бути різні лексеми, що позначають назви будівель та їх частин, назви одягу та його елементів, назви прикрас тощо.

Ключові слова: мовний портрет, мовна особистість, економічний дискурс, економічна термінологія, метафоризація, міжнародний терміноелемент, міжтермінологічна омонімія, запозичення.

Viktoria TOVSTENKO,

orcid.org/0000-0003-2971-4931

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Business Linguistics

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

(Kyiv, Ukraine) *tovstenko.vika@ukr.net*

LANGUAGE PORTRAIT OF THE MODERN ECONOMIST

The article analyzes the concepts of “language portrait” and “language personality”. It is noted that the linguistic portrait is a set of characteristics that make up the linguistic image of a person, reflect his communicative potential at a certain stage of formation. The linguistic portrait of a person is described as a static quantity determined by certain conditions in a certain period of time, ie as a certain synchronous slice. It is emphasized that the linguistic portrait of an economist is a linguistic “passport”, which reflects all his national-aesthetic, social, cultural, spiritual, age and other features, as well as uses professional vocabulary: economic terms, professionalism, jargon, phraseology etc. It is proved that no language, creating terms, can do without its own resources, and therefore uses lexical and word-formation tools of highly developed literary languages, combining national and international elements. The extraverbal reasons of borrowings are singled out, among which are defined such as cultural, economic, political influences of one people on another; contact with different languages; increased interest in learning a language; authoritarianism of language; fascination with the culture of a foreign country and intralinguistic reasons, namely the absence in the native language of an equivalent word for a new subject or concept; the tendency to use one borrowed word instead of a descriptive phrase; the desire to increase and maintain the communicative clarity of lexical items; compactness, unambiguity of the borrowed term; word-forming productivity of the borrowed term. Analyzing the linguistic portrait of the economist, phraseology, metaphors, synonyms, antonyms, paronyms, homonyms were revealed, which enrich

and adorn his linguistic vocabulary, as well as professional names with a component – the name of color (so-called coloratives), professional jargon, on the basis of which business slang. One of the features of the lexical stock of the economist is determined, namely the use of terms formed as a result of metaphorization. It is noted that the source of the newly created metaphor can be various tokens denoting the names of buildings and their parts, the names of clothes and their elements, the names of jewelry and more.

Key words: *linguistic portrait, linguistic personality, economic discourse, economic terminology, metaphorization, international terminological element, interterminological homonymy, borrowing.*

Постановка проблеми. Для найбільш повного й точного опису мовної особистості необхідним є аналіз її мовного портрета. Тобто поняття «мовний портрет» і «мовна особистість» є взаємопов'язаними і взаємозумовленими. Опис та всебічне вивчення мовного портрета є найважливішим етапом реконструкції мовної особистості. При цьому мовний портрет є ієрархічно організованою структурою, що охоплює соціальні, психологічні, біологічні особливості; особисті інтереси й уподобання; особливості мовленнєвого спілкування і комунікативної поведінки людини. Слід визнати, що більш-менш єдиної моделі опису мовного портрета досі не існує. Поняття мовного портрета в сучасних наукових дослідженнях не має однозначного тлумачення. А також унормування економічної термінології, визначення її ролі у формуванні мовно-професійної компетентності фахівців будь-якої галузі знань є сьогодні головною проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На думку С. В. Леорди, мовний портрет – це втілена у мовленні мовна особистість (Леорда, 2006: 4). Т. П. Тарасенко визначає поняття мовного портрету як сукупність мовних та мовленнєвих характеристик мовної особистості (Тарасенко, 1994: 8). Під мовним портретом Г. Г. Матвєєва розуміє набір мовленнєвих переваг мовця в конкретних обставинах для актуалізації певних намірів та стратегій впливу на слухача. Дослідниця зазначає, що за допомогою мовного портрета фіксується комунікативна поведінка, яка автоматизується у разі типової повторювальної ситуації спілкування (Матвєєва, 1993: 87). М. В. Китайгородська та Н. М. Розанова мовним портретом називають «функціональну модель мовної особистості» (Китайгородская, 1995: 10). Останнім часом велику увагу приділяють вивченню спеціальних економічних термінологій, визначенню їх структурно-семантичних параметрів в економічній термінології і способів номінації, питанням стандартизації та кодифікації (Грицьків, 2004: 7; Дуда, 2001: 9; Козловська, 2009: 62; Лотка, 2000: 14; Тарасенко, 2007: 17; Чорновол, 2004: 13). Одні вчені, наприклад Т. І. Панько, зазначають, що економічні терміни, у яких сконцентровано величезний досвід господарської діяльності, є

неоднорідними за своїм складом і походженням (Панько, 1994: 124). Інші мовознавці наголошують на засиллі в українській мові англоамериканізмів. Ґрунтовну структурно-семантичну диференціацію економічної термінології зробила у своїх наукових працях Т. П. Кравченко. Дослідниця визначила такі шляхи номінації, як термінологізація загальноживаних слів для позначення певного наукового поняття; ретермінологізація готового терміна економіки; використання наявних у мові словотвірних типів або іншомовних компонентів для утворення нових назв (Шарата, Кравченко, 2019: 131).

Метою статті є спроба з'ясувати особливості мови економіста, дослідити його індивідуальний словник, який є цінним матеріалом для вивчення мовного портрета особистості, визначення її конструктивного чи деструктивного впливу на мовну норму; з'ясувати загальні й специфічні особливості термінологічного номінування економічних понять, що сприятиме уніфікації, стандартизації та кодифікації цієї термінології, дасть змогу прогнозувати тенденції її подальшого розвитку; дослідити проблему засвоєння та передавання іншомовних елементів, оскільки новітні запозичення не завжди підпорядковані фонетичним законам та орфографічним правилам мов-отримувачів.

Виклад основного матеріалу. Кожна людина має своєрідний індивідуальний мовний «портрет», мовний «паспорт», у якому відображено всі її національно-естетичні, соціальні, культурні, духовні, вікові та інші параметри. Розглядаючи лексичний запас фахівця в галузі економіки, ми можемо простежити низку специфічних особливостей. Одна з них – використання професіоналізмів – спеціальних слів, словосполук та зворотів, характерних для мови представників тієї чи іншої сфери, зокрема й економіки. Економічні професіоналізми функціонують переважно в усній формі спілкування, проте можливі й у писемній. Значення багатьох професіоналізмів, що використовують економісти, зрозумілі лише фахівцям цієї сфери. Нерідко такі одиниці є емоційно забарвленими. Наприклад: «*платіжка*» – платіжне доручення, «*бігунець*» – переказний вексель; «*магазин*» – дилерська компанія, яка проводить купівлю/продаж облігацій; «*динамітик*»

(професійний жаргонізм) – енергійний торговець, що продає ненадійні цінні папери; «*бовтанка*» – 1) однотипні угоди купівлі/продажу цінностей, що пропонують спекулянти; 2) незаконна спроба брокера зібрати для себе додаткові комісійні внаслідок прискореної купівлі/продажу цінних паперів тощо. Здебільшого професіоналізми застосовуються в усному неофіційному мовленні людей певного фаху. Виконуючи важливу номінативно-комунікативну функцію, вони точно називають деталь виробу, ланку технологічного процесу чи певне поняття, чим сприяють кращому взаєморозумінню. У писемній мові професіоналізми вживають у виданнях, призначених для фахівців (буклетах, інструкціях, порадах). Вони часто поряд позначають назви понять певної галузі виробництва, роду занять (Кіршо, 2016: 201). Аналізуючи мовний портрет економіста, можна виявити використання професійних назв із компонентом-назвою кольору (т.зв. «*коловративи*»): «*сині корінці*» (акції великої компанії, яка регулярно виплачує дивіденди), «*зелений шантаж*» (активне скуповування акцій компанії, яку планують поглинути), «*сіра хвиля*» (компанія, потенційно прибуткова з точки зору її інвестування) тощо. Найпоширенішим є золотий колір, який має метафоричне значення найширшого використання, вирішального голосу або найбільшого впливу: *акція золота, картка золота, ліцензія золота, облігація золота, сертифікат золотий*; або ж асоціюється із самим золотом: *аукціон золотий* – продаж золота з публічних (прилюдних) торгів, *фіксинг золотий* – щоденна фіксація ринкової ціни золота. Чорний колір асоціюється з атрибутами тіньової економіки: економічні відносини з порушенням чинного законодавства – *ринок «чорний»*, нетрадиційним способом проникнення – реєстрація «з чорного ходу», незаконне зберігання й використання коштів – *каса чорна*, неофіційний курс обміну валюти – *курс чорний*. Також близьким є фразеологізм *ринок «сірий»*, що означає неврегульований ринок. Головною відмінною рисою професіоналізмів є той факт, що в цій групі слів спостерігається значна диференціація щодо позначення реалій, важливих для тієї або іншої професійної категорії носіїв. Так, для економіста важливим є не тільки найменування *трейдер* (гравець на біржі), а й характер його діяльності, який у мові позначається словами *бик* (трейдер, який грає на підвищення) або *ведмідь* (трейдер, який грає на зниження). Професіоналізми використовуються в розмовній мові представників тієї чи іншої професії, вони є неофіційними синонімами або скороченнями літературних найменувань

(Юдина, 2016: 78). Досить поширеним явищем у мові економістів є професійні жаргонізми. Жаргон – один із різновидів соціальних діалектів, що відрізняється від загальноновживаної мови використанням специфічної експресивної лексики, синонімічної до слів загального вжитку, фразеології, наприклад: *кусок* – тисяча; *штука* – одна тисяча гривень; *зелені, бакси* – долари; *бабки, капуста, бабло* – гроші; *лимон* – мільйон, *барішник* – спекулянт, *ділити диню* – розподіляти дивіденди, *переказати* – переказати гроші з одного розрахункового рахунку на інший тощо. На основі жаргонізмів сформувався бізнес-сленг. В. Г. Костомаров називає такий процес «оновлення літературного канону за рахунок внутрішніх мовних ресурсів, за рахунок запозичень із нелітературних сфер загальнонародної мови» (Костомаров, 1994: 87). Бізнес-сленг, який характеризується експресивністю, настановами на «сучасність», «модність», містить чимало запозичень з інших мов, наприклад *гешефт* (нім. *Geschäft* – подарунок) – вдало проведена комерційна операція, торговельна угода, вигідна справа. Значною групою молодіжного сленгу є слова на позначення грошових одиниць, наприклад: «50 «баксів» – за людську голову», «коштує не більше 50–100 «зелених на людину»». На позначення грошей використовують і слово *бабки*, яке потрапило в молодіжний сленг з аргю. Сленгізм *бабки* найчастіше вживається в словосполученнях із дієсловами збити, зшибати, виступає в мові преси також із дієсловами болебити, доїти: «прийдеться «болебити» гроші тим самим способом», «вони продовжують «доїти» їх до завершення справи». Професійним жаргонізмом є дієслово *крутити* та його деривати: *крутити* – «пускати кошти в обіг для одержання прибутку»; *прокручувати/прокрутити* – «незаконно використовувати чийсь кошти як короткострокові позики, інвестиції тощо для одержання прибутку, затримуючи виплату клієнтам»; *розкручувати/розкрутити* – «надавати розмаху чому-небудь, стимулювати розвиток чого-, кого-небудь»; *накручувати/накрутити* – «збільшувати суму, ціну (за рахунок накладних витрат, зокрема в роздрібній торгівлі, посередницьких послугах, махінаціях)». Специфічною ознакою мови економістів є поява новітніх запозичень, які не завжди підпорядковані фонетичним законам та орфографічним правилам української мови: *кеш-фло, наблік рилейшнз, директ мейл* тощо. Дуже часто замість українських слів економісти вживають іншомовні відповідники: *ембарго* і *заборона, репарація* і *відшкодування, індосамент* і *передавальний напис* тощо. Водночас можемо почути в розмовній мові *дилер* і

посередник (dealer), дефолт і невиконання грошових зобов'язань (default), емісія і випуск, дисконт і знижка (discount), офіс-менеджер і керівник офісу (office manager), ріелтор і агент із продажу нерухомості (realtor), траст і довірче товариство (trust) тощо.

Одна з особливостей лексичного запасу економіста – використання термінів, утворених унаслідок метафоризації, наприклад: *фінансові супермаркети* (структурний підрозділ, що надає широкий спектр фінансових послуг: страхових, ріелторських, поточних); *грошові мішки* («дійні корови») (грошові кошти, які формують для інвестування в цінні папери, нерухомість, активи); *економіка в глибокій депресії* (зниження темпів розвитку економіки); *ринкова стихія* (економічне явище, що відбувається без регуляційного впливу людей, суспільства; це явище неорганізоване, без керівництва). Метафори пояснюють складні поняття, з якими ми стикаємось уперше, допомагають нам знайти спільну мову одне з одним і навіть формують наші розумові процеси. Часто метафоричні терміни пов'язані з різними діями, процесами, професійним спрямуванням: *«Наступним якісним стрибком у розвитку підприємств має стати грошова ін'єкція від інвестора»* (поєднання понять медицини та економіки під час метафоризації); *«Гривню не випустять із валютного коридору»* (метафоризація економічного терміна, зумовлена поєднанням з лексикою архітектури та будівництва); *«Хоч як не дивно, а людина, яка по праву носила титул «батько гривні», не вітав свою «дитину» з днем народження»* (антропометричний напрям метафоризації); *«Однак безальтернативність НБУ як основного гравця і твердість його курсової політики примусили ринок заспокоїтися»* (метафоризація економічної термінології у поєднанні зі спортивною лексикою); *«Двигуном емісії нових карток в Україні, як і раніше, залишається укладання договорів на зарплатне обслуговування з корпоративними клієнтами»* (науково-технічна лексика як джерело метафоризації економічної термінології); *«НБУ за потреби готовий підтримати гривню своїми інтервенціями»* (військова лексика як джерело метафоризації). Галузь медицини є популярним джерелом для формування термінових метафор в економічному дискурсі, який можна продемонструвати ще на таких прикладах, як *«податковий імунітет»* («звільнення від обов'язку сплачувати податки, надані фізичним та юридичним особам відповідно до національного та міжнародного права» (Алексеева, 1998: 202, «відтік мізків» («імміграція, виїзд за

кордоном на постійну роботу висококваліфікованих фахівців, які не знайшли використання своїх здібностей, не затребувані в країні проживання»), *«золота лихоманка»* («ситуація в економіці, коли внаслідок нестабільності валюти кошти вкладаються в золото, у результаті чого ціна на нього починає зростати»), *«стерилізація»* («операції центрального банку на відкритому ринку здійснюється для компенсації резервів кредитної системи, витраченої в результаті валютних інтервенцій»), *«санация»* («система державних та банківських заходів запобіганню банкрутства підприємств та фірм, щоб покращувати їх фінансове становище, надаючи позику, реорганізацію тощо»), *«шокова терапія»* («комплекс радикальних заходів, спрямованих на вдосконалення економіки, порушення звичного курсу економічних відносин і супроводжується низкою негативних наслідків: зростанням цін, інфляцією, безробіттям тощо»), *«отруйні таблетки»* («план прав акціонерів» (Бородулина, 2010: 23). *Великий банк може стати справжнім фінансовим супермаркетом для своїх клієнтів, надаючи їм широкий спектр послуг* (метафоризація економічної термінології в поєднанні з лексикою побуту). Джерелом новоствореної метафори можуть бути різні лексеми, що позначають: назви деталей туалету, прикрас («*парасолька цін*» – підтримування цін на певному рівні, який встановлено фірмою-лідером в якійсь галузі виробництва чи торгівлі), назви будівель та їх частин («*податкові сховища*» – місця з низьким оподаткуванням; «*ринкова ніша*» – сегменти ринку, виділені фірмою на основі аналізу інформації, які забезпечать їй прибутки); назви одягу та його елементів («*акційне манти*» – стан фірми, що є юридичною особою, але не здійснює комерційну діяльність; «*комірці сірі, білі, сині*» – позначення окремих категорій осіб найманої праці стосовно їх професійної належності). Більшість значень термінів утворена внаслідок двох процесів: метафоризації (напр.: *інфляційне очікування, замкнута валюта, податкові сховища, грошовий голод, біржова паніка, невпевнений ринок, акції з обмеженим правом голосу*,) та метонімізації (напр.: *вексельний портфель* – загальнозживане слово «портфель» у цій сполучі замінює власне позначення кількості векселів, які лежать чи мали б лежати в портфелі; а також грошова одиниця, раунд Кеннеді, *закон Еджа*, застереження Джейсона, угода купівлі-продажу (як процес і як документ)). Можна визначити декілька основних груп метафоричного використання економічних термінів, хоча ця класифікація є досить умовною. Терміносполучки метафоричного походження виникають як результат поєд-

нання понять, здавалося б, несумісних галузей науки, наприклад, терміноодиниць економіки та ботаніки чи зоології: «*повітряний змій*» – вид економічного злочину з використанням комп'ютерів, «*тиск на ведмедів*» – заходи, які офіційно запроваджують центральні банки для того, щоб мати вплив на спекулянтів на валютній біржі; «*дерево*» *цілей і завдань* – структурна модель ухвалення рішень, яка є інструментом програмно-цільового управління; «*дикі качки*» – люди в компанії, які на декілька років отримують свободу для впровадження власних проєктів. Фірми часто використовують так звану програму «диких качок» для боротьби з бюрократичними тенденціями. А також можуть позначати стосунки людей: *материнська компанія* (англ. parent company) – підприємство, яке володіє більшістю акцій або більшістю в статутному капіталі дочірнього підприємства. Згідно з українським законодавством материнська компанія – юридична особа, яка контролює іншу юридичну особу (*дочірню компанію*). Дотримуючись когнітивно-дискурсивного підходу до вивчення метафори (А. Н. Баранов, Г. Лакофф, В. Н. Телія, А. П. Чудінов та ін.), ми розуміємо процес метафоризації як сукупність когнітивних операцій, у яких метафоричне перенесення – це не ізольоване слово з прямим номінативним значенням, а цілісна концептуальна структура, оточена когнітивним контекстом, що активізується у свідомості носіїв мови. Відповідно до цього підходу метафоризація – це безперервний процес формування значення в межах спілкування. Концептуалізація реальності має потужний прагматичний потенціал, охоплює емоційно-оцінні характеристики і стає невід'ємним елементом національної картини світу. На думку Л. М. Алексєєвої, метафора є цілком природним явищем, це модель, що виводить знання та формує нову концепцію, тобто стає способом мислення (Алексєєва, 1998: 54). Формуючи економічну термінологію, метафора допомагає доповнити систему економічних концепцій, які формуються в процесі вторинної номінації. Таким чином, лінгвісти, залучені до метафоричних досліджень, робили спроби систематизувати метафори, що відображають лінгвістичну картину світу економіки (Бородулина, 2010: 36).

У мовленні метонімія узагальнює ситуацію, актуалізує в ній основне, чим спрощує її до одного елемента. Вона заощаджує мовні засоби, згортаючи мову до ключових елементів, замінює деталі головним (або головною деталлю весь контекст). Загальнозрозуміле пропускається, а інформаційно важливе підкреслюється. Для мови метонімія надзвичайно природна, тому в багатьох

випадках не усвідомлена. Актуалізуючи об'єкт через суміжний із ним, мовець визначає найбільш важливе, об'єктивує (вербалізує) його й використовує у своїх комунікативних цілях. У практичній свідомості і спілкуванні метонімія постає як спосіб спрощення, економії та виділення головного. Водночас у мовленні метонімія настільки природна й часто вживана, що усвідомити її досить важко. Багатофункціональність і, відповідно, економність, синкретичність, гнучкість метонімії знаходить вияв у тому, що вона використовується не лише як засіб референції до об'єктів, а й як засіб опису й представлення цілої ситуації, її інтерпретації.

Одним із найбільш ірраціональних процесів творення термінів є явище фразеологізації сполук у професійній мові різних галузей. Фінансово-економічна терміносистема функціонує не ізольовано, а активно використовує фразеологічні набутки з інших галузей та народного мовлення: *втеча від грошей, гарячі гроші, грошовий голод, гроші дешеві, гроші дорогі, відмивання грошей, заморожені гроші, брудні гроші, сипати грішми, гребти гроші лопатою, з грошика та з кошика, за зламаний гріш, гріш ціна (в базарний день)*. Терміни-фразеологізми, значення яких немотивовано, тобто воно не впливає зі значення компонентів, є семантично неподільними. Класифікуючи терміни фінансово-економічного словника, семантично непрозорими термінами-фразеологізмами (фразеологічними зрощеннями) можна вважати такі: *білий слон* – біржова угода, за якою витрати перевищують потенційно можливий (очікуваний) прибуток від неї; *голубі фішки* – акції найбільш прибуткових і стабільних підприємств; *почесні гості* – іронічна назва дорогих біржових товарів, на які тривалий час нема попиту, але їх настирливо виставляють на продаж; *повітряна кулька* – принцип кредитування, за яким кожна чергова сума повернення основного боргу чи сплати відсотків за кредит перевищує попередню. Семантично частково прозорих термінів-фразеологізмів (фразеологічні єдності), значення яких умотивовує значенням компонентів, у фінансово-економічному словнику є значно більше: *канікули податкові* – певний період часу, на який платника податків звільняють від сплати одного чи декількох податків; *гроші «довгі»* – довготермінові кредити; *гроші «короткі»* – короткотермінові кредити; *гроші пластикові* – гроші у формі пластикових карток, які є платіжними засобами. Фразеологічні сполуки, які не є семантичними єдностями, тобто їх значення виокремлено чіткіше (семантично прозорі терміни-фразеоло-

гізми), найчастіше використовують у повсякденному мовленні економіста, їх найбільше зафіксовано в економічних словниках: *інвестиційний лист, цінні папери, митне законодавство, закон єдиної ціни*.

Термінологія кожної мови є національною, адже її компонент інтернаціонального характеру асимілюється відповідно до структури національної мови. Сучасні фахівці намагаються залучати одиниці питомого українського термінологічного фонду, знаходячи синоніми іншомовним термінам галузі: *надбавка – надвишок, підвишка, дорожцінне каміння – коштовне каміння, квазігроші – регіональні гроші, перевірка камеральна – попередня, індосамент – передавальний (передатний) напис, неустойка – безпека, недоїмка – недоплата, сертифікат депозитний – ощадний, ремітент – перший векселетримач* тощо. Об'єктивна обґрунтованість – єдиний закономірний критерій творення терміна і його запозичення з іншої мови. Вплив однієї мови на іншу – це не тільки зовнішній фактор, адже він пов'язаний із внутрішнім станом мови-рецептора, яка вибирає те, що відповідає її структурі й функціональному регулюванню національних і міжнародних елементів з орієнтацією на власне мовну основу. Те, що мова вбирає, стає надбанням її іманентного розвитку, сприяє виробленню найскладніших понять суспільного буття нації. Термінологія кожної мови національна і за власними витворами, і за запозиченнями (останні асимілюються відповідно до структури національної мови). Розростання термінологічних систем – свідчення прогресу нації в плані науково-технічному й в плані інтелектуалізації її мови. Першим і основним критерієм терміна є його зручність, придатність у функціонуванні. Аналізуючи економічну терміносистему, можна виділити в ній кілька основних груп: 1) економічні поняття й категорії (*авіста* – 1) вексель на пред'явника без вказівки на термін платежу; 2) напис на векселі або іншому цінному папері, що засвідчує можливість оплати в будь-який час за пред'явлення або після закінчення визначеного терміну з моменту пред'явлення; *авуари* – в широкому розумінні будь-які активи, майно, за рахунок яких можуть бути зроблені платежі та погашення зобов'язань власником; у вузькому – грошові кошти, що містяться в банку, якими власник може розпоряджатися; *ностро* – банківські кореспондентські рахунки, тобто рахунки певної кредитної установи в установах банків-кореспондентів, а також рахунки (в цінних паперах) депозитарної установи в інших депозитаріях); 3) назви процесів та операцій (*вальвація* –

встановлення курсу (вартості) іноземної валюти до національної грошової одиниці; *інкасо* – банківська операція, яка полягає в тому, що поставальник довіряє установі банку стягнути належні з покупця кошти й зарахувати їх на його рахунок шляхом пред'явлення платіжних документів; *неттинг* – взаємна компенсація зобов'язань й активів, банківських сальдо між філіями банку або кількома банками; *кліринг* – отримання, звірення та поточне оновлення інформації, підготовка облікових документів, необхідних для виконання угод щодо цінних паперів, визначення взаємних зобов'язань, що передбачає взаємозалік, забезпечення та гарантування розрахунків за угодами щодо цінних паперів); 4) учасники (суб'єкти) економічної діяльності (*доміциліант* – платник за векселем, який уповноважує доміциліата здійснити платіж за векселем у місці доміциляції – місцезнаходженні доміциліата; *інсайдер* – особа, яка має доступ до конфіденційної інформації про справи банку завдяки своєму службовому становищу, участі в капіталі банку, родинним зв'язкам і має можливість використовувати своє становище у власних інтересах; *ремітент* – перший векселедержатель переказного векселя; особа, на користь якої виданий переказний вексель; *жирант* – особа, яка передає вексель, виданий на її ім'я, іншій особі, про що робиться передатний запис на звороті векселя; *жират* – особа, на користь якої переводиться вексель відповідно до зробленого на ньому жирантом передатного напису); 5) фінансові інституції (*біржа* – організаційно визначений оптовий ринок однорідних товарів, на якому укладають угоди купівлі-продажу великих партій масових товарів, що мають стійкі й чіткі якісні параметри, або здійснюють систематичні операції з купівлі-продажу цінних паперів, золота, валюти; *банк-гарант* – банк, що доручився й зобов'язався зробити платежі за свого клієнта; *холдингова компанія* – суб'єкт-господарювальник, який володіє контрольними пакетами акцій інших суб'єктів-господарювальників); 6) види, методи, форми ведення економічної справи (*спільне інвестування* – діяльність, яка здійснюється в інтересах і за рахунок засновників та учасників інвестиційного фонду шляхом випуску інвестиційних сертифікатів та проведення комерційної діяльності з цінними паперами; *уош* – форма розрахункової угоди в ранній період діяльності бірж, *депозитарна діяльність* – надання послуг щодо зберігання цінних паперів незалежно від форми їх випуску, відкриття та ведення рахунків у цінних паперах, обслуговування операцій на цих рахунках та обслуговування операцій емітента щодо

випущених ним цінних паперів; *овердрафт* – форма короткострокового кредиту, надання якого здійснюється завдяки списуванню коштів за рахунком клієнта банку, в результаті чого утворюється дебетове сальдо; постійне котирування – метод визначення біржового курсу на цінні папери, що передбачає постійне зіставлення біржових замовлень на купівлю та продаж певного цінного паперу;); 7) засоби реалізації фінансових відношень (*трансферт* – платежі або передавання майна, робіт чи послуг, замість яких платник безпосередньо не одержує товарів, робіт чи послуг; *дивіденд* – платіж, який здійснюється юридичною особою – емітентом корпоративних прав чи інвестиційних сертифікатів на користь власника таких корпоративних прав у зв'язку з розподілом частини прибутку такого емітента, розрахованого за правилами бухгалтерського обліку; *девізи* – міжнародні платіжні кошти (перекази, чеки, акредитиви, виставлені на іноземні банки, платіжні вимоги, платіжні доручення й векселі), а також іноземні банківські білети й монети; роялті платежі будь-якого виду, одержані як винагорода за користування або за надання права на користування будь-яким авторським правом; за придбання будь-якого патенту, зареєстрованого знака на товари й послуги торгової марки, права на інформацію щодо промислового, комерційного або наукового досвіду); 8) фінансова документація (*ретратта* – зворотний переказний вексель; документ, за яким особа, що оплатила опротестований вексель, висуває вимогу про відшкодування суми векселя, відсотків, пені та витрат за протестом до особи, зобов'язаної за векселем, *алонж* – прикріплений до векселя додатковий лист, на якому роблять передатні записи, якщо на зворотному боці векселя вони не вміщуються; *реверс* – декларація, за якою власник загублених акцій підтверджує готовність узяти на себе збитки, завдані банку, в разі несанкціонованого використання цих документів замість загублених цінних паперів видається дублікат). Економічна наука оперує поняттями, яким властива контрастність, що знаходить специфічне вираження в антонімії (напр.: *плановий характер економічного розвитку* – *стихийний характер економічного розвитку*, *позитивне сальдо* – *негативне сальдо*, *абсолютна додаткова вартість* – *відносна додаткова вартість*, *макрокредитування* – *мікрокредитування*, *готівковий* – *безготівковий* тощо). В усній мові економісти використовують синоніми, антоніми, пароніми, омоніми. Своєрідним виявом антонімії є наявність термінів, що позначають протилежні явища, процеси (словотвірна група

антонімів: *перевиробництво* – *недовиробництво*, *доларизація* – *дедоларизація*, *баланс* – *дисбаланс*, *агент* – *контрагент*, *девальвація* – *ревальвація*; лексична група антонімів: *дефіцит* – *профіцит*, *готівковий* – *безготівковий*, *макрокредитування* – *мікрокредитування*, *надходження* – *видатки*, *прибутки* – *збитки*, *дохід* – *витрати*, *виробництво* – *споживання*, *попит* – *пропозиція*, *актив* – *пасив* тощо). Потрібно звернути увагу на антонімію як на одну із суттєвих ознак системності економічної термінології. У словотвірному типі регулярними засобами вираження антонімічних відношень є основи і префікси. Наприклад, за допомогою міжнародних терміноелементів у ролі суфікса, серед яких -ат, -ант, -бот, -солд, утворено такі терміни: *жират* – *жирант*, *індосат* – *індосант*, *трасат* – *трансант*, *овербот* – *оверсолд*, а за допомогою міжнародних терміноелементів – анти-, де-, дис-, контр-, дез-, диз-, ре- у ролі префікса: *інвестиція* – *антиінвестиція*, *доларизація* – *дедоларизація*, *кредитування* – *декредитування*, *лістинг* – *делістинг*, *баланс* – *дисбаланс*, *витрати* – *контрвитрати*, *інфляція* – *дезінфляція*, *девальвація* – *ревальвація*. Цікаво, що деякі терміни-антоніми виражені словосполученнями, які за структурою можна поділити на: двокомпонентні (напр.: *позитивне сальдо* – *негативне сальдо*, *низькододаткова операція* – *високододаткова операція*, *витрати постійні* – *витрати змінні*); трикомпонентні (*абсолютна додаткова вартість* – *відносна додаткова вартість*); багатокомпонентні (*грошова форма капіталу* – *товарна форма капіталу*, *плановий характер економічного розвитку* – *стихийний характер економічного розвитку*). Синоніми використовують як засіб контекстуального уточнення (*профіцит* – *прибуток*, *зиск*, *вигода*, *валюта* – *гроші*, *грошові знаки*, *асигнації*, *банкноти*; *асигнація* – *банкнота*, *кредитка*, (*кредитний*) *білет* тощо; напр.: *Процедура приватизації охоплює такі основні елементи: визначення підприємств або їхніх часток (акцій, паїв), що продають громадянам України за приватизаційні сертифікати, а також часток (акцій, паїв), що продають членам трудових колективів за номінальною вартістю); договір* – *угода*, *домовленість*, *домовлення*, *домова*, *пакт*; (з *працедавцем*) *контракт*; *легалізувати* – *дозволяти*, *знімати заборону*, *узаконовувати*; *патентований* – (*винахід*) *зареєстрований*, *захислений патентом*; (*засіб*) *апробований*, *рекомендований*, *дозволений*; *цінний* – *вартісний*, *коштовний*, *дорогий*; *банкрутство* – *дефолт*, *розорення*, *ліквідація (підприємства)*, *фінансова неспроможність*; *праця* – *діяльність (людини)*, *робота*, *процес*

(*трудоий*), *служба* (за наймом). У загальнолітературній мові синоніми вважають однією з найважливіших категорій, проте в термінологічних системах їх роль значно менша. Терміни, які виражають певне поняття, здебільшого не характеризують його з різних боків, а є дублетними найменуваннями, що ввійшли в термінологічну систему внаслідок різних мовних контактів і різноспрямованих тенденцій її формування. Так, терміни *прибуток*, *відсоток*, *рента* об'єднані родовим значенням «додаткова вартість». У термінології економічної науки можна спостерігати синонімічні відношення за оцінними компонентами, ступенем уживання, сполучуваністю та сферою використання. Варто звернути увагу на три основні види синонімів: стилістичні (*спекулянт* – *перекупник* – *гендляр* – *баришник*), абсолютні (*жирант* – *індосант*, *жират* – *індосат*, *бартер* – *товарообмін*, *інновація* – *нововведення*); ідеографічні (*інвестиція* – *капіталовкладення*, *санкція* – *пеня*, *профіцит* – *прибуток* – *зиск* – *вигода*). За етимологічною ознакою синоніми економічної терміносистеми формують такі основні типи: один термін є власне українським, а другий – інтернаціональним або іншомовним (*порука* – *бюргшафт*, *зниження* – *дисконт*, *випуск* – *емісія*, *угода* – *конвенція*, *відшкодування* – *репарація*, *зниження* – *гівап*, *винагорода* – *диспач*, *вивіз* – *експорт*, *увіз* – *імпорт*, *заборона* – *ембарго*); обидва терміни є запозиченнями з різних мов (*жиро* (італ.) – *індосамент* (нім.), *акцептант* (лат.) – *тросант* (нім.), *ревалвація* (лат.) – *ревалоризація* (фр.), *комісіонер* (фр.) – *фактор* (лат.)); терміни є національними утвореннями (*набувач* – *набувальник*, *зношеність* – *зношення* – *зношування*); еквівалентами іншомовних термінів є дво-, три-, чотирикомпонентні словосполучення (*тратта* (італ.) – *переказний вексель*, *ріелтер* (англ.) – *торговець нерухомістю*, *іпотека* (гр.) – *позика під нерухомість*); терміни-дублети з епонімами у своєму складі (*крива Лаффера* – зв'язок між оподаткуванням та надходженням до бюджету *гайда-ризм* – руйнування попередньої економічної системи). Аналіз використання паронімів в усній мові економістів засвідчує, що їх звукова близькість призводить до помилкового слововживання та порушує однозначність (*ліквідант* – кредитор, який пред'являє права чи вимоги до підприємства-боржника у разі його ліквідації; *ліквідат* – юридична особа-боржник, до якої пред'явлено фінансові вимоги в разі її ліквідації; *ліцензія* – дозвіл на право торговельного обміну, використання чогось тощо; *ліценція* – зниження тарифного мита; *гонорант* – особа, яка гарантує оплату

векселя, зробивши на ньому поручницький напис; *гонорат* – векселедавець, за оплату якого поручився гонорант; *індосант* – особа, яка робить передавальний напис на звороті чеків, векселів та інших цінних паперів; *індосат* – особа, якій передаються цінні папери за передавальним написом). В усному мовленні економістів використовуються омоніми: *кредит* (права сторона бухгалтерського рахунку, на яку записується грошова сума, яку повинна виплатити особа чи підприємство) – *кредіт* (надання у борг товару чи грошей); *лев* (грошова одиниця Болгарії) – *лев* (тварина); *три* (числівник) – *три* (наказовий спосіб дієслова II особи однини); *біль* (фізичний стан) – *білля* (законопроект); *акція* (цінний папір) – *акція* (дія, вчинена з якоюсь політичною, економічною метою тощо); *така* (грошова одиниця Бангладеш) – *такá* (займенник ж.р.); *Франко* (прізвище українського письменника) – *франко* (визначення порядку оплати й обліку транспортних послуг під час постачання закупленої продукції споживачеві); *емісія* (випуск банкнотів, паперових грошей та цінних паперів) – *емісія* (випромінювання електронів, іонів твердими або рідкими тілами); *рахунок* (основний розрахунковий документ у комерційних угодах і комерційному кредитуванні) – *рахунок* (лічба, числення); *акт* (документ у фінансово-економічних сферах) – *акт* (дія); *крона* (грошова одиниця) – *крона* (верхівка дерев).

Висновки. Мовний портрет – це сукупність характеристик, що складають мовний імідж особистості, відображають її комунікативний потенціал на певному етапі становлення. Мовний портрет особистості можна описувати як статичну величину, визначену певними умовами в певний проміжок часу. Мовний портрет економіста – це мовний «паспорт», у якому відображено всі його національно-естетичні, соціальні, культурні, духовні, вікові та інші особливості, а також використана фахова лексика: економічні терміни, професіоналізми, жаргонізми, фразеологізми тощо. Фахівець галузі економіки широко використовує професіоналізми, слова-терміни та професійні жаргонізми. Аналізуючи вищенаведені ознаки, можна не лише визначити професію людини, але і її вік, погляди, смаки, соціальний статус. Ретельне дослідження цих лексичних показників дає змогу скласти повноцінний лінгвістичний портрет особи. Потрібно зважати на те, що жодна мова, творячи терміни, не може обійтися власними ресурсами, а тому послуговується лексичними та словотворчими засобами високорозвинених літературних мов, поєднуючи в собі національні та міжнародні елементи. Тому в мові економіста багато іншомовної лексики. Серед

позамовних причин запозичання варто виділити такі, як культурний, економічний, політичний впливи одного народу на інший; контакт із різними мовами; підвищений інтерес до вивчення тієї або іншої мови; авторитарність мови; захоплення культурою чужої країни. До внутрішньомовних причин зараховують відсутність у рідній мові еквівалентного слова для нового предмета або поняття; тенденцію до використання одного запозиченого слова замість описового звороту; прагнення підвищити і зберегти комунікативну чіткість лексичних оди-

ниць; компактність, однозначність запозиченого терміна; словотвірна продуктивність запозиченого терміна. Показниками засвоєння запозиченого терміна є фонетико-графічне передавання іншомовного слова засобами української мови; входження іншомовного слова до певного граматичного класу слів української мови й набуття у зв'язку з цим відповідних морфологічних і синтаксичних ознак; словотворча активність, яка полягає у здатності запозиченого терміна бути основою для творення нових слів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Л. М. Термин и метафора. Перм : ПГУ, 1998. 250 с.
2. Бородулина Н. Ю. Словарь метафор экономического лексикона русского языка. Тамбов : Грамота, 2010. 184 с.
3. Володина М. Н. Когнитивно-информационная природа термина (на материале терминологии средств массовой информации). Москва : МГУ, 2000. 84 с.
4. Грицьків А. В. Міжсистемна взаємодія як чинник термінотворення (на прикладі англійських фінансових термінів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2004. 20 с.
5. Дуда О. І. Процеси термінологізації в сучасній англійській мові (на матеріалі літератури з кредитно-банківської справи) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2001. 19 с.
6. Професійна мова економістів : навч. посіб. / С. М. Кіршо та ін. Одеса : ОНЕУ, 2016. 462 с.
7. Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Русский речевой портрет : фонохрестоматия. Москва : Наука, 1995. 114 с.
8. Козловська Л. С., Товстенко В. Р. Культура наукової мови : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. для студентів кредит.-екон. ф-ту. Київ : КНЕУ, 2009. 83 с.
9. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. Москва : Педагогика-Пресс, 1994. 87 с.
10. Лапина Э. А. Метафора в терминологии микроэлектроники (на материале английского языка). Москва : Наука, 1988. 176 с.
11. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. Москва : Либроком, 2009. 256 с.
12. Леорда С. В. Речевой портрет современного студента : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Саратов : СГУ, 2006. 19 с.
13. Лотка О. М. Англійська термінологія фінансово-економічних взаємин : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2000. 20 с.
14. Малахова О. А. Голландская болезнь России: миф или угроза? *Актуальные вопросы экономики и управления*: материалы междунар. науч. конф. Москва: РИОР, 2011. С. 150–152.
15. Матвеева Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.19. Санкт-Петербург, 1993. 20 с.
16. Панько Т. І., Кочан І. М., Мацюк Г. П. Українське термінознавство : підручник. Львів : Світ, 1994. 216 с.
17. Тарасенко Т. П. Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2007. 26 с.
18. Чорновол Г. В. Новітня економічна термінологія та її стилістичне вживання в сучасній українській мові (на матеріалі періодичних видань) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2004. 23 с.
19. Шарата Н. Г., Кравченко Т. П. Термінологічна номінація понять аграрного сектора економіки. *Молодий вчений*. 2019. № 3 (67) березень. С. 128–132.
20. Юдина Н. В., Кузнецова Е. А. Языковой портрет современного финансиста: учебник для бакалавров. Москва : Финансовый университет, 2016. 280 с.

REFERENCES

1. Alekseeva, L. M. Termyn y metafora. [Term and metaphor] Perm': Yzd-vo PHU, 1998. 250 p. [in Russian].
2. Borodulya N. YU. Slovar' metafor ekonomicheskogo leksykona russkogo yazyka. [Dictionary of metaphors of the economic lexicon of the Russian language.] Tambov : Hramota, 2010. 184 p. [in Russian].
3. Volodyna M. N. Kohnytnvno-ynformatsyonnaya pryroda termyna (na materyale termynolohyy sredstv massovoy ynformatsyy). [Cognitive-informational nature of the term (based on the terminology of the media)] Moskva : Yzd-vo MHU, 2000. 84 p. [in Russian].
4. Hryts'kiv A. V. Mizhsystemna vzayemodiya yak chynnyk terminotvorenniya (na prykladi anhlovnykh finansovykh terminiv) [Intersystem interaction as a factor of term formation (on the example of English financial terms)]: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. Stupenya kand. filol. nauk : 10.02.04. L'viv, 2004. 20 p. [in Ukrainian].
5. Duda O. I. Protsezi terminologizatsii v suchasniy anglis'kiy movi (na materiali literaturi z kreditno-bankiv's'koï spravi) [Processes of terminologisation in modern English (on the material of the literature on credit and banking)]: avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk: 10.02.04. Kiiv, 2001. 19 p. [in Ukrainian].

6. Kírsho S. M., Kuprata N. YA., Visots'ka Z. Í., Koval'chuk G. V., Koval's'ka N. A., Nogay V. P. Profesiýna mova yekonomístív: Navchal'niy posibnik. [Professional language of economists: Textbook.] Odesa: ONEU, 2016. 462 p. [in Ukrainian].
7. Kitaygorodskaya M. V., Rozanova N. N. Russkiy rechevoy portret: [fonokhrestomatiya] [Russian speech portrait: [phono-chrestomaty]. Moskva, 1995. 114 p. [in Russian].
8. Kozlovs'ka L.S., Tovstenko V.R. Kul'tura naukovoyi movy: navch.metod. posib. dlya samost. vyvch. dysts. dlya studentiv kredyt.-ekon. f-tu. [Culture of scientific language: teaching method. way. for self. studied dist. for students of credit.-econ. f-tu.] Kyiv : KNEU, 2009. 83 p. [in Ukrainian].
9. Kostomarov V.G. YAzykovoy vkus epokhi: iz nablyudeniý nad rechevoy praktikoy mass-media. [Language taste of the era: from observations of the speech practice of the mass media.] Moskva: Pedagogika-Press, 1994. 87 p. [in Russian].
10. Lapinya, E. A. Metafora v terminologii mikroelektroniki (na materiale angliyskogo yazyka) [Metaphor in the terminology of microelectronics (based on the English language)]. Moskva : Nauka, 1988. s. 134–145. 176 p. [in Russian].
11. Leychik, V. M. Terminovedeniye: predmet, metody, struktura. [Terminology: subject, methods, structure.] Moskva.: Librokom, 2009. 256 p. [in Russian].
12. Leorda S. V. Rechevoy portret sovremennogo studenta [Speech portrait of a modern student]: avtoref. dis. na soisk. uchen. step. kand. filol. nauk: 10.02.01 «Russkiy yazyk» Sarat. gos. un-t im. N. G. Chernyshevskogo. Saratov: Izd-vo SGU, 2006. 19 p. [in Russian].
13. Lotka O.M. Anhlomovna terminolohiya finansovo-ekonomichnykh vzayemyn : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk : 10.02.04. Kyiv, 2000. 20 p. [in Ukrainian].
14. Malakhova, O. A. Gollandskaya bolezni' Rossii: mif ili ugroza? [The Dutch disease of Russia: myth or threat?] Aktual'nyye voprosy ekonomiki i upravleniya: materialy mezhdunar. nauch. konf. Moskva : RIOR, 2011. pp. 150–152 [in Russian].
15. Matveyeva G. G. Skrytyye grammaticheskiye znacheniya i identifikatsiya sotsial'nogo litsa («portreta») govoryashchego [Latent grammatical meanings and identification of the social person ("portrait") of the speaker]: avtoref. dis. na soisk. uchen. step. d-ra filol. nauk: 10.02.19 Sankt-Peter. gos. un-t. SPb., 1993. 20 p. [in Russian].
16. Pan'ko T.I., Kochan I.M., Matsyuk H.P. Ukrayins'ke terminoznavstvo [Ukrainian terminology: a textbook]: pidruchnyk. L'viv: Svit, 1994. 216 p. [in Ukrainian].
17. Tarasenko T. P. YAzykovaya lichnost' starsheklassnika v aspekte yeye rechevykh realizatsiy (na materiale dannykh assotsiativnogo eksperimenta i sotsiolekta shkol'nikov Krasnodara) [Linguistic personality of a senior pupil in the aspect of its speech realizations (based on the data of an associative experiment and sociolect of schoolchildren in Krasnodar)]: avtoref. dis. na soisk. uchen.step. kand. filol. nauk: 10.02.19. Krasnodar, 2007. 26 p. [in Russian].
18. Chornovol H.V. Novitnya ekonomichna terminolohiya ta yiyi stylistychny vzhyvannya v suchasniy ukrayins'kiy movi (na materiali periodychnykh vydan') [The latest economic terminology and its stylistic use in the modern Ukrainian language (on the material of periodicals)] : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. filol. nauk : 10.02.04. Kyiv, 2004. 23 p. [in Ukrainian].
19. Sharata N.H., Kravchenko T.P. Terminolohichna nominatsiya ponyat' ahrarnoho sektora ekonomiky. [Terminological nomination of concepts of the agricultural sector of the economy.] Molodyy vchenyy. 2019. № 3(67) berezen'. pp. 128-132. [in Ukrainian].
20. Yudina N.V., Kuznetsova Ye.A. Yazykovoy portret sovremennogo finansista: uchebnik dlya bakalavrov [Language portrait of a modern financier: a textbook for bachelors]. Moskva: Finansovyy universitet, 2016. 280 p.