Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

На правах рукопису

# ЖИТНІКОВА Катерина Володимирівна

УДК 811.111'373.7

**ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В АНГЛОМОВНІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ**

**МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ:**

**СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ**

**(на матеріалі журналу “Journal of World Business”)**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

ДИСЕРТАЦІЯ

на здобуття наукового ступеня

кандидата філологічних наук

## Науковий керівник –

кандидат філологічних наук,

доцент **І.Г.Анікеєнко**

Київ – 2008

ЗМІСТ

[ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ 2](#_Toc177969513)

[ВСТУП ………………………………………………………………………………......2](#_Toc177969514)

[РОЗДІЛ 1.](#_Toc177969515) [ТЕРМІН-ФРАЗЕОЛОГІЗМ ЯК ЕЛЕМЕНТ](#_Toc177969516) [ТЕРМІНОСИСТЕМИ  МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ 2](#_Toc177969517)

1.1. Термінологізація та фразеологізація як способи вербалізації професійно-зорієнтованих понять …..………..………………….…..17

[1.2. Визначення та ознаки терміна-фразеологізма 2](#_Toc177969518)

[1.3. Структурні ознаки терміносистеми менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969519)

[1.4.  Системний характер словникового складу термінів-фразеологізмів 2](#_Toc177969520)

[1.4.1. Класифікація термінів-фразеологізмів в аспекті дихотомії мова/мовлення 2](#_Toc177969521)

[1.4.2. Класифікація термінів-фразеологізмів за референційним критерієм. 2](#_Toc177969522)

[1.4.3. Класифікація термінів-фразеологізмів за критерієм семантичної неподільності 2](#_Toc177969523)

[1.5. Методика аналізу мовного матеріалу 2](#_Toc177969524)

[Висновки до розділу 1 2](#_Toc177969525)

[РОЗДІЛ 2.](#_Toc177969526) [СПЕЦИФІКА ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ НОМІНАЦІЇ В АНГЛОМОВНІЙ  ТЕРМІНОСИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ 2](#_Toc177969527)

[2.1. Семантика терміна-фразеологізма: номінативний аспект 2](#_Toc177969528)

[2.1.1. Засоби семантичних зрушень у значенні терміна‑фразеологізма 2](#_Toc177969529)

[2.1.2. Специфіка словникового складу лексичних одиниць на позначення понять сфери менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969530)

[2.2. Структура терміна-фразеологізма: семантичний аспект 2](#_Toc177969531)

[2.2.1. Структурно-семантичні характеристики терміна-фразеологізма як особливого мовного знака 2](#_Toc177969532)

[2.2.2. Структурно-семантичні особливості бінарних та багатокомпонентних термінів-фразеологізмів 2](#_Toc177969533)

[2.2.3. Структурно-семантичні особливості усічених форм терміна‑фразеологізма 2](#_Toc177969534)

[2.2.4. Особливості структури значення оказіонального терміна‑фразеологізма 2](#_Toc177969535)

[Висновки до розділу 2 2](#_Toc177969536)

[РОЗДІЛ 3.](#_Toc177969537) [ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНА-ФРАЗЕОЛОГІЗМА В АНГЛОМОВНІЙ  ТЕРМІНОСИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ](#_Toc177969538) [ТА МАРКЕТИНГУ 2](#_Toc177969539)

[3.1. Прагматичне значення терміна-фразеологізма у терміносистемі менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969540)

[3.2. Контекстуальне значення терміна-фразеологізма у терміносистемі менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969541)

[3.3. Прагматичні функції терміна-фразеологізма у терміносистемі менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969542)

[3.3.1. Номінативно-селективна функція терміна-фразеологізма 2](#_Toc177969543)

[3.3.2. Функція економії мовних засобів 2](#_Toc177969544)

[3.3.3. Системно-репрезентативна функція терміна-фразеологізма 2](#_Toc177969545)

[3.3.4. Атрактивно-експресивна функція терміна-фразеологізма 2](#_Toc177969546)

[3.3.5. Функція затемнення значення терміна-фразеологізма 2](#_Toc177969547)

[3.4. Тенденції розвитку та функціонування фразеологічної номінації у терміносистемі менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969548)

[Висновки до розділу 3 2](#_Toc177969549)

[ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ 2](#_Toc177969550)

СПИСок ВИКОРИСТАНих джерел ….……………………………………..197

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ ……………………………………….. 242

[СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ 2](#_Toc177969552)6

[ДОДАТКИ 2](#_Toc177969553)

Додаток А. [Термін-фразеологізм у терміносистемі менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969554)

Додаток Б. [Словник термінів-фразеологізмів](#_Toc177969555) [терміносистеми менеджменту та маркетингу 2](#_Toc177969556)

Додаток В. [Приклад анкети для інформантів-носіїв англійської мови 2](#_Toc177969557)

[Додаток Г](#_Toc177969558). Реєстрація термінів-фразеологізмів [(на матеріалі журналу Journal of World Business за 1997-2003 роки) 2](#_Toc177969560)

# ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЛО – лексична одиниця

ОТФ – оказіональний термін-фразеологізм

СДЛ – список довідкової літератури

ТММ – терміносистема менеджменту та маркетингу

ТФ – термін-фразеологізм

ФО – фразеологічна одиниця

AmE – American English – американський варіант англійської мови

BrE – British English – британський варіант англійської мови

JWB – Journal of World Business

# ВСТУП

Дисертація присвячена визначенню семантичних та прагматичних особливостей фразеологічних одиниць в англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу. Дослідження виконано у рамках функціонального підходу до мови та мовлення [185, 189, 212], відповідно до якого функція лексичної одиниці детермінує її семантику та зміни у структурі значення.

Сучасні лінгвістичні дослідження проблем термінології та фразеології англійської мови розглядаються у широкому аспекті: з позицій зіставної семантики [56; 285], комунікативно-функціонального підходу [183; 206; 229; 249], прагмасемантики [9; 282; 440], психолінгвістики [415; 426].

Як мовні знаки фразеологічні одиниці (далі – ФО) й терміни досліджувалися у  межах двох парадигм – структурно-семантичної та  комунікативно-функціональної. При   структурно-семантичному підході розв’язувалися питання визначення й  тлумачення цих одиниць – ФО [61; 171; 286] і термінів [119; 200] відповідно, з’ясування механізмів і  моделей утворення ФО [7; 8] й термінів [273; 280], встановлення принципів організації фразеосистем [118; 308] і терміносистем [87; 191] у різних мовах. Поряд із цим предметом вивчення були особливості змін у структурі значень лексичних одиниць (далі – ЛО) у процесах фразеологізації [47; 73] і   термінологізації лексики [141; 206; 269].

У  межах комунікативної парадигми досліджувалася специфіка функціонування ФО  [274; 314] і   термінів [98; 197] у сферах науки  [144], техніки [120], фінансової і банківської справи [92; 98] та економіки [83].

Терміносистеми кожного окремого виду професійно-зорієнтованої діяльності мають свої особливі риси та характеристики, що експлікуються в їх лексичних одиницях (далі – ЛО) [252; 258; 269; 302; 303]. У процесі актуалізації ЛО починають виконувати різні функції. Однією з їх функцій є вплив на адресата з метою привернути його увагу, акцентувати нові позиції та стратегії, дати емоційно-експресивну оцінку діяльності тощо. Ця функція є значним чином релевантною для менеджменту організацій та маркетингу й зумовлює наявність ФО в їх терміносистемі.

**Актуальність** дисертації зумовлена загальною антропоцентричною та прагматичною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень мовних і  мовленнєвих одиниць, зокрема термінів і фразеологізмів, які функціонують у  професійно-зорієнтованих текстах. З одного боку, актуальність визначається потребами світової спільноти в адекватній номінації понять сфери менеджменту та маркетингу, вербалізованих фразеологічними одиницями з термінологічним значенням, з   іншого – власне філологічною необхідністю дослідження семантичних і прагматичних особливостей зазначених одиниць крізь призму функціонального підходу до аналізу мовних явищ.

**Гіпотеза** роботи полягає в тому, що у ТММ існує особливий вид мовного знака, утворення якого забезпечується одночасно процесами термінологізації та фразеологізації. Такий мовний знак характеризується властивостями як   терміна, так і ФО, завдяки чому його можна визначити як “термін‑фразеологізм” (далі – ТФ). Корпус ТФ ТММ може бути систематизований відповідно до семантичних особливостей зазначених мовних знаків, а також тих прагматичних функцій, які вони виконують у текстах з менеджменту та маркетингу.

**Зв’язок роботи з науковими темами.** Проблематика дисертації належить до кола питань держбюджетної наукової теми Міністерства освіти і  науки України  №0106U002115 “Функціональні моделі тексту та дискурсу в  синхронії та   діахронії: когнітивний, комунікативний та емотивний аспекти” (тема затверджена вченою радою Київського національного лінгвістичного університету, протокол №6 від 30 січня 2005 року).

**Метою** дослідження є з’ясування специфіки семантики терміна‑фразеологізма як особливого мовного знака в англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу і встановлення його прагматичних    функцій, які він виконує у текстах з менеджменту та  маркетингу.

Мета роботи передбачає розв’язання таких конкретних **завдань**:

– розробити критерії термінологічності та ідіоматичності для ідентифікації терміна‑фразеологізма,     розмежувати поняття ‘термін’ – ‘фразеологічна одиниця’ – ‘термін‑фразеологізм’ й дати наукове обґрунтування визначенню поняття ‘термін‑фразеологізм’;

* систематизувати виділений корпус термінів-фразеологізмів відповідно до дихотомії “мова/мовлення”;
* класифікувати виділені терміни-фразеологізми за референційним критерієм та критерієм семантичної неподільності;
* з’ясувати специфіку фразеологічної номінації у процесі утворення терміна-фразеологізма в англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу;
* визначити семантичну структуру терміна-фразеологізма та способи змін у його значенні;
* побудувати структурні моделі термінів‑фразеологізмів у межах англомовної терміносистеми менеджменту та маркетингу;
* виділити прагматичні функції терміна-фразеологізма, які він виконує у текстах з менеджменту та маркетингу;
* виявити тенденції розвитку та функціонування фразеологічної номінації в англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу.

**Об’єктом** цього дослідження є терміни-фразеологізми англомовної терміносистеми менеджменту та маркетингу.

**Предметом** дослідження є семантичні та прагматичні особливості термінів‑фразеологізмів англомовної терміносистеми менеджменту та   маркетингу.

**Матеріал** дослідження отримано з 201 статті з менеджменту та маркетингу загальним обсягом 2953 сторінки. У результаті наскрізної вибірки з  міжнародного англомовного журналу “Journal of World Business” (далі – JWB) за 1997-2003 роки було виявлено 300 термінів-фразеологізмів. У  процесі аналізу ТФ залучалися лінгвістичні й енциклопедичні словники та    довідники (загальномовні й професійно-зорієнтовані; друковані та словники/довідники Інтернет).

У роботі використана **комплексна методика**, яка включає методи: логіко‑семантичного аналізу – для виділення ТФ із текстів з менеджменту та   маркетингу, *семантичного аналізу словникових дефініцій –* для визначення семантичного обсягу ЛО та їх належності до ТММ, *компонентного аналізу* – для встановлення семантичної структури оказіональних ТФ, *дистрибутивний* – для виявлення моделей творення ТФ, *польової структурації* – для систематизації ТФ  за референційним критерієм, *контекстуального аналізу* – для встановлення контекстуального значення ТФ; *лінгвопрагматичний* – для визначення прагматичних функцій ТФ, *кількісний* – для визначення кількісних показників слововживань ТФ.

**Наукова новизна** дослідження визначається тим, що у праці вперше виокремлено термін-фразеологізм, який функціонує у текстах з менеджменту та  маркетингу як особливий мовний знак. У дисертації визначено   специфіку його семантики та прагматики. Виділений корпус термінів‑фразеологізмів класифіковано відповідно до референційного критерію та критерію семантичної неподільності. На основі аналізу ономасіологічних, семасіологічних і прагматичних особливостей терміна‑фразеологізма виявлено та уточнено тенденції фразеологічної номінації в англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу.

**Теоретичне значення** дисертаційної роботи визначається її внеском у   розв’язання проблем термінознавства англійської мови через уведення поняття  термін‑фразеологізм, визначення критеріїв відбору й класифікації термінів‑фразеологізмів в англомовній терміносистемі менеджменту та    маркетингу. Запропонована комплексна методика аналізу терміна‑фразеологізма в   терміносистемі менеджменту та маркетингу може бути застосована при вивченні одиниць різних терміносистем англійської та інших мов. Теоретично значущим і   перспективним є виявлення у праці вихідних моделей утворення   терміна‑фразеологізма, специфіки розподілу виділеного корпусу термінів‑фразеологізмів в аспекті дихотомії “мова/мовлення”, що може бути використано в дослідженнях у галузі зіставного термінознавства.

**Практична цінність** отриманих результатів і висновків зумовлюється можливістю їх використання у курсах лексикології англійської мови (розділи “Фразеологія”, “Ономасіологія”, “Семасіологія”, “Термінологія”, “Словниковий склад англійської мови як система”), практики усного та писемного мовлення англійської мови, у курсі ділової англійської мови та при написанні студентами    вищих навчальних закладів курсових, дипломних і магістерських робіт.   Сформований на основі виділеного корпусу ТФ словник може бути    використаний   при викладанні курсів “Економіка”, “Менеджмент”, “Маркетинг”,   “Фінанси” студентам вищих навчальних закладів. Словник також може стати у нагоді спеціалістам, що займаються організацією та  практикою зовнішньо-економічної діяльності.

**Основні положення, які виносяться на захист:**

1. Термін-фразеологізм є особливим видом мовного знака, що має властивості фразеологічної одиниці та функціонує як термін у англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу. Ця терміносистема об’єднує менеджмент та маркетинг як дві сфери професійно-зорієнтованої діяльності людини, взаємопов’язані в аспекті антропоцентричності. Менеджмент та    маркетинг є системою організації економічної діяльності юридичної чи  фізичної особи. ‘Менеджмент організацій’ розглядається як узагальнююче поняття стосовно управління організацією, для якої він виконує функціональну, операційну та стратегічну функції. Маркетинг є функцією менеджменту.
2. Досліджуваний корпус термінів-фразеологізмів є системою лексичних одиниць, у складі якої виявляються певні тематичні групи й підгрупи, що   актуалізують набір основних понять менеджменту та маркетингу. Терміни‑фразеологізми, які мають статус одиниць мови, та оказіональні терміни-фразеологізми, які мають статус одиниць мовлення, актуалізують професійно-зорієнтовані поняття менеджменту та маркетингу. Оказіональні терміни-фразеологізми є потенційними термінами-фразеологізмами, оскільки за умови вдалої номінації понять менеджменту чи маркетингу вони фіксуються у словнику(ах) й набувають статусу одиниць мови. Розмежування терміна‑фразеологізма як одиниці мови та оказіонального терміна-фразеологізма як одиниці мовлення є підставою для виявлення тенденцій фразеологічної номінації у терміносистемі менеджменту та маркетингу, а також у діловій англійській мові, що є метамовою бізнесу.
3. Терміносистема менеджменту та маркетингу будується за тематичним принципом й характеризується цілісністю, наявністю фразеологічних одиниць, термінів-фразеологізмів, лексичних одиниць з   різним ступенем вираження термінологічності значення, відкритістю і гнучкістю. Терміносистемі менеджменту та маркетингу властиві також явища синонімії, антонімії, внутрішньосистемної й міжгалузевої полісемії, що свідчить про її постійний розвиток як засобу мовної репрезентації понять менеджменту та маркетингу.
4. Термінам-фразеологізмам притаманний різний ступінь стилістичного забарвлення, що відрізняє їх від власне термінів й забезпечує їх експресивність та емотивність. Семантична структура терміна-фразеологізма зазнає змін завдяки таким стилістичним засобам як метафора, метонімія, оксюморон, антитеза, гіпербола, місномація; у семантичних структурах термінів-фразеологізмів наявні також епоніми. Для переважної більшості корпусу термінів‑фразеологізмів властивими є такі зрушення у семантичній структурі, які відбуваються за рахунок нестандартного поєднання компонентів, що  свідчить про появу нового способу номінації різних за обсягом понять, реалізованих у формі термінів‑фразеологізмів терміносистеми менеджменту та  маркетингу.
5. Способи написання та способи перенесення значення терміна‑фразеологізма детермінують його семантичну структуру. У    терміносистемі менеджменту та маркетингу функціонують дво-, три-, чотирикомпонентні, абревіатурні терміни‑фразеологізми й скорочений термін‑фразеологізм. Відповідно до прагматичних цілей мовці вибирають оптимальні способи написання і перенесення значення ТФ на позначення складних понять професійно‑зорієнтованої сфери менеджменту та маркетингу.
6. Структура значення ТФ складається з предметного, поняттєвого, прагматичного, системного й контекстуального аспектів значення. Контекстуальний аспект пов’язаний з прагматичним і системним аспектами значення.Контекстуальне значення терміна-фразеологізма є реалізацією інтенцій автора, які він уважає за необхідне донести до адресата.
7. Прагматикою терміна-фразеологізма є його здатність використовувати інформацію, яка міститься в змістовій частині цього мовного знака й таким чином приваблювати увагу адресата до понять, номінованих певним терміном‑фразеологізмом. Прагматика терміна-фразеологізма нерозривно пов’язана з інтенціями й соціально-зумовленими та індивідуальними характеристиками мовця. У професійно-зорієнтованих текстах з менеджменту та   маркетингу терміни-фразеологізми виконують прагматичні функції: номінативно-селективну, економії мовних засобів, системно-репрезентативну, атрактивно-експресивну та функцію затемнення значення.
8. Тенденції розвитку системи понять менеджменту та маркетингу детермінують специфіку виникнення та функціонування термінів‑фразеологізмів. Відповідно до ситуації у поняттєвій сфері передбачуваною є її мовленнєва та мовна експлікація. Поява нових термінів‑фразеологізмів та набуття оказіональними термінами-фразеологізмами статусу одиниць мови є прогнозованим і логічним процесом.

**Апробація результатів дослідження.** **Апробація** основних положень і   результатів дослідження здійснювалася на  дев’ятнадцяти конференціях, у  тому числі *міжнародних*: “Мови і культури національних меншин у  контексті процесів демократизації й глобалізації” (Київ, 2002), “Форма, значение и функции единиц языка и речи” (Мінськ, 2002), XI міжнародній науковій конференції ім. проф. Сергія Бураго “Мова і культура” (Київ, 2002), XII міжнародній науковій конференції ім. проф. Сергія Бураго “Мова і культура” (Київ, 2003), “Актуальні проблеми філології та перекладознавства” (Хмельницький, 2007), XIIInternational Conference of the Educational Association of TESOL in Ukraine “Humanistic and Pragmatic TEEL” (Київ, 2007); *національних*: the 6th TESOL National Ukraine Conference “The Way Forward to English Language and ESP Teaching in the Third Millennium” (Київ, 2001), the 7th TESOL National Ukraine Conference “Exploring EFL Challengers with TESOL Community” (Хмельницький, 2002), the 8th TESOL National Ukraine Conference “TEFL Innovations and Challenges” (Вінниця, 2003), the 10th Annual National TESOL Ukraine Convention “Communication in the Global Age: Celebrating Ten Years of  Development and Success” (Львів, 2005); *всеукраїнських*: I  Всеукраїнській науково-практичній конференції “Мови у відкритому суспільстві” (Чернігів, 2005); I Всеукраїнській науково-практичній конференції “Мова. Культура. Комунікація” (Чернігів, 2007), III Всеукраїнській науково‑практичній конференції “Мови у відкритому суспільстві” (Чернігів, 2007); *регіональних*: IV Регіональній науково‑практичній конференції, присвяченій 10-річчю кафедри англійської філології (Чернігів, 2003), V Регіональній науково‑практичній конференції “Мови у відкритому суспільстві” (Чернігів, 2004); *науково-практичних*: конференції молодих учених та студентів, присвяченої 85‑річчю Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т.Г.Шевченка (Чернігів, 2001), “Актуальні проблеми вивчення мов і культур” (Київ, 2002), “Мови і культури у сучасному світі” (Київ, 2003), “Мова,   освіта, культура у контексті Болонського процесу” (Київ, 2004).

**Публікації**. Основні теоретичні положення та результати дослідження висвітлено у восьми наукових статтях автора, сім з яких опубліковані у  фахових виданнях ВАК України (4,25 др. арк.), а також у десяти тезах наукових конференцій. Загальний обсяг публікацій – 6,08 др. арк.

**Загальний обсяг дисертації.** Обсяг роботи складає 196 сторінок, загальний обсяг праці разом із бібліографією й додатками становить 360 сторінок. Список використаних джерел включає 495 найменувань праць вітчизняних і  зарубіжних авторів (із них 125 – іноземними мовами). Окремими рубриками виділено список довідкової літератури (45 словників) та список джерел ілюстративного матеріалу (7 найменувань, 28 примірників).

**Структура дисертації.** Дисертаційне дослідження складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

У **вступі** обґрунтовано вибір теми, її актуальність, розкрито наукову новизну, теоретичне значення та практичну цінність, мету й завдання роботи, визначено методи дослідження, сформульовано робочу гіпотезу та положення, що виносяться на захист.

У першому розділі – **“Термін-фразеологізм як елемент терміносистеми менеджменту та маркетингу”** – розглянуто специфіку менеджменту та маркетингу як  сфер ділової активності людини й обґрунтовано можливість об’єднання їх  терміносистем в одну ТММ, виявлено її специфіку. Визначено критерії виділення ТФ як   елемента  ТММ та запропоновано класифікації корпусу ТФ   за  дихотомією “мова/мовлення”, а також за референційним критерієм та критерієм семантичної неподільності.

У другому розділі – **“Cпецифіка фразеологічної номінації в англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу”** – проаналізовано етимологічні, семантичні, стилістичні ознаки ТФ й особливості його структури. Відповідно до останніх встановлено структурні моделі ТФ  та  описано специфіку процесу формування значення конкретних ТФ у  процесі номінації.

У третьому розділі – **“Прагматичні особливості терміна‑фразеологізма у терміносистемі менеджменту та маркетингу”** – досліджено прагматику ТФ як елемента ТММ. Виявлено прагматичні функції ТФ й розкрито його прагматичний потенціал через виділення тенденцій фразеологічної номінації у ТММ.

У **загальних висновках**подано результати проведеного дослідження й окреслено перспективи подальших досліджень.

У **додатках** представлено класифікацію ТФ ТММ відповідно до  дихотомії “мова/мовлення” та за тематичним критерієм; сформовано словник ТФ ТММ, що склали досліджуваний корпус; подано приклад анкети для інформантів-носіїв англійської мови та таблицю реєстрації ТФ за роками вживання й  кількістю слововживань.

# ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дисертація присвячена визначенню семантичних та прагматичних особливостей ФО в англомовній терміносистемі менеджменту та маркетингу. Дослідження виконано у рамках функціонального підходу до мови та мовлення, відповідно до якого функція лексичної одиниці детермінує її семантику та  зміни у структурі значення.

Процеси термінологізації ФО сфери менеджменту та маркетингу дотепер не розглядалися, хоча мовний та мовленнєвий матеріал свідчить про наявність в   англомовній ТММ ФО з термінологізованим значенням. Для дослідження специфіки ФО ТММ була розроблена робоча гіпотеза, яка полягає в тому, що у ТММ існує особливий вид мовного знака, утворення якого забезпечується одночасно процесами термінологізації та фразеологізації. Такий мовний знак характеризується властивостями як терміна, так і ФО, завдяки чому його можна визначити як “ТФ”.

У межах праці термін розглядається як слово чи словосполучення, що  номінує цілісне професійно‑зорієнтоване поняття. ФО визначається як   цілком або частково переосмислене сполучення слів, що репродукується у  мовленні у вигляді готових конструкцій й може підлягати лексико‑граматичному варіюванню зі збереженням цілісного семантичного ядра. Критерієм відокремлення ТФ від відносно стійкого словосполучення є   відповідність ТФ професійно-зорієнтованому поняттю менедженту чи   маркетингу, наявність вищезазначених властивостей ФО й виконання ТФ функцій терміна. ТФ є особливим мовним знаком, який має властивості ФО й  функціонує як термін у ТММ.

Корпус ТФ було сформовано методом суцільної вибірки з журналу Journal of World Business за 1997-2003 роки за критерієм частоти слововживань ТФ у професійно‑зорієнтованих текстах з менеджменту та маркетингу. До  розгляду залучалися не лише ТФ (мають статус одиниць мови, фіксовані у  професійно-зорієнтованих словниках), а й ОТФ (мають статус одиниць мовлення). ОТФ є ТФ, які на момент їх реєстрації у корпусі не були фіксовані у  словниках, тобто не мали статусу одиниць мови. Однак, ОТФ є ТФ за всіма ознаками, зазначеними вище, тому корпус ТФ включає у себе ОТФ.

ТММ належить до наднаціональної системи ділової англійської мови й   має   такі характеристики: цілісність, що передбачає обмеженість термінологічного апарату сфери менеджменту та маркетингу, який  складається з  одиниць на позначення ключових і   вузькопрофесійних понять; наявність одиниць із фразеологізованим значеням і ТФ;  наявність лексичних одиниць  з   різним ступенем вираження термінологічності значення; відкритість, тобто розмитість меж периферії й  функціонування у ТММ лексичних одниць з  інших галузей знань; гнучкість, тобто реакція на зміни у  зовнішньому середовищі, що реалізується через постійне оновлення лексичними одиницями, які спочатку мають статус одиниць мовлення, а потім набувають статусу одиниць мови.

Маркетинг та менеджмент як царини економічної діяльності мають свою структуру та специфіку, однак онтологічна сутність ТММ базується на спільних для обох сфер цілях (продаж товару/послуги) і принципах їх досягнення (професійно-зорієнтовані техніки та стратегії). Єдина спільна ТММ складається з тематичних груп.

Класифікація ТФ у тематичні групи здійснюється відповідно до   референційного критерію. Виділені тематичні групи менедмженту (‘фінанси’, ‘виробництво’, ‘людські ресурси’, ‘операції’, ‘стратегії’, ‘корпоративна культура’ і ‘дух організації’, ‘структура компанії’) та маркетингу (‘споживач’, ‘ринок’, ‘продукт’, ‘ціноутворення’). Окремо виділена тематична група ‘різне’, до якої належать ТФ й ОТФ, що активно функціонують у ТММ.

Образна природа частини термінів менеджменту та маркетингу для класифікації ФО дозволяє залучити критерій семантичної неподільності, запропонований В.В.Виноградовим, поєднуючи його з критерієм різного ступеня “розкладності” компонентів, сформульованим Р.Гіббсом.  Обидва критерії базуються на факті образності світобачення людини. За критерієм семантичної неподільності ТФ систематизовано у три групи: 1) семантично прозорі ТФ (33,33%), 2) семантично частково прозорі ТФ (25,33%) та 3) семантично непрозорі ТФ (41,33%). Такий поділ не заперечує наявності одиниць дифузної семантики – відокремлення власне термінів від ТФ проводиться за допомогою компонентного аналізу, у процесі якого виявляються значення компонентів ТФ, які зіставляються із загальним значенням всієї ЛО.

Специфіка процесів фразеологічної номінації, в основі якої лежить принцип перенесення значення, є предметом розгляду другого розділу. Проаналізований корпус ТФ ТММ свідчить, що терміни, позбавлені стилістичного забарвлення, складають 53,49% від загальної кількості ТФ ТММ. Ідіоматичність в таких ТФ набувається за рахунок незвичного поєднання слів. Обидва комопненти ТФ такого виду вживаються у своїх фактичних значеннях. Наявність ТФ, створених на основі нестандартного словосполучення з єдиним семантичним осередком зі збереженням такою одиницею її фразеологічних ознак (ідіоматичності та стабільності), свідчить про нові тенденції фразеологічної номінації в мовленні.

Конотативні значення в семантичній структурі в більшій або меншій мірі наявні у 46,51% ТФ. Це є цілком закономірним, оскільки ТФ характеризуються певним ступенем переосмислення, яке й забезпечує їх експресивність, емотивність. До 92 ТФ, в яких зрушення значення відбулося на основі метафоричного переносу (30,56%), ми відносимо: 1) ТФ, де компонент семантичної структури схожий на елемент семантичної структури вихідної ЛО; 2) ТФ-стерті метафори, в структурі значення яких метафоричний перенос є усталеним, тобто ономасіологічне першоджерело настільки віддалено в часі чи затвердилося у свідомості людини, що асоціативні зв’язки позначуваного та позначаючого вже не відслідковуються; 3) ТФ, структура значення яких розгортається за принципом парадигматичної або лінійної мережі.

Іншим поширеним способом перенесення значення є метонімія (6,64%), яка базується на асоціативному принципі суміжності. Аналіз мовного матеріалу свідчить про глибоку індивідуальність процесу номінації за допомогою метонімічного переносу, оскільки в кожному окремому випадку мовець вибирає різні асоціативні зв’язки, які здатні пояснити природу мовного знака. 3,66% ТФ ТММ сформовані за допомогою таких стилістичних способів перенесення значення, як оксиморон, антитеза, гіпербола, місномація та   антономазія. Нечисленність таких ТФ у ТММ зумовлена вимогами до чіткості та цільності понять, що підлягають номінації. Стилістична забарвленість ТФ може як допомагати, так і ставати на перешкоді вірному встановленню значення ТФ.

У тлумаченні значень ОТФ і ТФ розрізняються словниковий та   енциклопедичний способи. Функціонування багатьох ТФ свідчить, що  лінгвістичного тлумачення недостатньо для розуміння значення ТФ. Ця  недостатність доповнюється інформацією енциклопедичного характеру. Якщо значення ОТФ може бути виведено зі значення схожої одиниці, зафіксованої у словнику, тоді зусилля мовця зосереджуються на встановленні асоціативних зв’язків. У такий спосіб досягається економія мовленнєвих зусиль мовця. Якщо корелятивної одиниці немає, адресат вилучає значення ОТФ за допомогою процедури компонентного аналізу.

Встановлено типові способипоясненняОТФ: а) розширене тлумачення; б) надання обмеженої інформації, яка потребує вузькопрофесійної обізнаності; в) проведення синонімічних паралелей з одиницями зі словника. Контекст відіграє вирішальну роль для адекватного сприйняття значення ТФ ТММ. ТФ характеризуються специфічною формою організації інформації: з одного боку, наявна тенденція до експлікації інформації, з іншого – до її приховування. Особливості структури значення ТФ детерміновані його формою.

У корпусі ТФ ТММ переважають бінарні ТФ, які не потребують спрощень. Певні ТФ (2% від усього корпусу) потенційно графічно та    семантично тяжіють до форми композити. Графічна складність спостерігається у трикомпонентних і чотирикомпонентних ТФ, до яких належать розгорнуті варіанти абревіатур. Скорочення не є типовим явищем у   ТММ; зафіксований один випадок апокопи. Проміжний етап між скороченнями та абревіатурами займає один випадок напівабревіатури, яка складається з абревіатурного скорочення двох слів до їх перших літер, третім компонентом є слово з повноцінною графічною формою.

Особливим видом ТФ є абревіатури, популярність яких призводить до переобтяження текстів абревіатурами-оказіоналізмами, що ускладнюють сприйняття. Наявність таких потенцій може бути пояснено частим повторюванням відрізків важливої інформації, яка, однак, не потребує пояснення для тих, кому вона адресується. Невелика кількість чотирикомпонентних ТФ, абревійованих форм ТФ та поодинокі випадки ТФ‑скорочення й ТФ-напівабревіатури свідчить про тенденцію до оптимізації процесів номінації і спрощення сприйняття інформації професіоналами.

Прагматика ТФ – це його здатність привертати увагу адресата до інформації, актуалізованої цим мовним знаком, тобто виконувати роль лексичного маркера, який спрямовує адресата у  процесі сприйняття тексту від одного його логічного відрізка до іншого. Прагматика ТФ детермінує структуру його значення.

Структуру значення ТФ охоплює предметний, поняттєвий, прагматичний та системний аспекти. Окремо виділений контекстуальний аспект значення ТФ, оскільки контекст у багатьох випадках впливає на правильне тлумачення значення ТФ. Контекстуальне значення ТФ є реалізацією інтенцій автора, які він уважає за необхідне донести до адресата.

Контекст як цілісне лінгвістичне поняття має складну ієрархічну структуру, де наявні: нерозривний текстовий відрізок, професійно-зорієнтована тематика контексту, згруповане чи розтягнуте у межах текстового простору пояснення. Контекст виконує роль прагмасемантичного маркера, який сприяє процесу тлумачення значення ТФ адресатом.

Відповідно до цілей автора ТФ виконує в англомовних текстах менеджменту та маркетингу такі прагматичні функції: номінативно-селективну, економії мовних засобів, системно-репрезентативну, експресивно-атрактивну і  функцію затемнення значення.

Номінативно-селективна функція ТФ є домінуючою, оскільки основною у його значенні є вказівка на предметну (денотативну) співвіднесеність. При цьому ТФ вербалізує найістотніші ознаки поняття. Для підвищення інформативності на позначення нових понять у ТММ найчастіше використовуються ОТФ, новизна ідіоматичності яких ще не втратилася. Прагматична мета мовця у такому разі – не лише позначити нове поняття, а й порушити усталеність сприйняття. Функціональне призначення ТФ як мовного знака визначаєне лише появу ОТФ, а й специфіку його існування. Відповідно до законів розвитку мови найбільш вдалими ЛО є ті, які повністю вербалізують денотат, входять в систему словників, активно вживаються у певному мовному середовищі, тобто перетворюються на ТФ. Менш удалі мовні знаки залишаються на рівні оказіоналізмів.

Функція економії мовних засобів визначає структурну побудову ТФ та потенційні зміни в цій структурі. Кількість компонентів ТФ не завжди прямо пропорційна обсягу поняття, що підлягає номінації. Намір автора ТФ зробити більший внесок в інформативний відрізок реалізується через принцип “простої складності”, коли двокомпонентний ТФ/ОТФ складається із загальномовних, добре відомих ЛО, але номінує складне поняття сфери менеджменту та маркетингу. ТФ ТММ систематизовано у три групи відповідно до обсягу номінованих понять. Виділено ТФ, які номінують: прості поняття; складні поняття; мега-поняття, які потребують розгорнутого визначення. Крім того, функція економії мовних засобів  реалізується через можливість співвіднести певний ТФ із  його синонімом чи антонімом.

Системно-репрезентативна функція ТФ реалізується через використання цього мовного знака як засобу для виділення у ТММ гіперо-гіпонімічної системи тематичних груп і підгруп відповідно до специфіки понять менеджменту та   маркетингу. ТФ позначає різні аспекти зазначених понять і   таким чином систематизує їх. ТММ актуалізує такі ознаки сфери понять менеджменту та маркетингу: логічна будова навколо прототипових понять; постійне виникнення нових понять для подальшої деталізації та систематизації предметів, явищ та процесів сфери менеджменту та маркетингу; передбачення виникнення нових понять відповідно до тенденцій розвитку; можливість “інформативного буму”, детермінованого національною специфікою ТФ; взаємодія системи понять менеджменту та маркетингу й суміжних царин професійної діяльності. ТФ є показниками універсальності ТММ, яка визначає функціонування ділової англійської мови.

Атрактивно-експресивна функція ТФ реалізується через вплив на психіку та поведінку адресата й, таким чином, привертання його уваги за домопогою образності, експресивності, новизни ТФ. Атрактивно-екпресивна функція складається з емоційного (вплив на поведінку адресата через емоції, почуття, емоційний резонанс) та оціночного компонентів. Позитивно-вмотивовані ТФ викликають у адресата інтерес до тексту. ТФ актуалізують інтенції автора по‑різному: ілокутивно прямо виражають оцінку та висновок; ілокутивно непрямо передбачають оцінку та висновок.

Функція затемнення значення ТФ спрямована на “приховання” значення ТФ, який набуває високого ступеня ідіоматичності. Процес установлення значення ТФ відбувається у декілька етапів: сприйняття цілісного тексту через інформацію у заголовку або анотації; з’ясування інформації без розкриття безпосереднього значення ТФ відповідно до наявних загальних і  професійних знань за допомогою логічних операцій аналізу і синтезу даних.

Функція затемнення значення передбачає приховання інтенцій мовця з  метою необхідним   чином вплинути на  адресата, а також створення вузького кола професійно обізнаних працівників.

У системі понять менеджменту та маркетингу можливе виникнення нового поняттєвого конструкта, який може вплинути або повністю змінити ті прототипові поняття, що наразі вважаються базовими та безумовними. ОТФ ТММ є експлікаціями таких нових понять. З одного боку, поява ОТФ свідчить про прогрес в царині ділової активності, з іншого боку, ускладнює процес сприйняття інформації.

Тенденціями оказіональної фразеологічної номінації у ТММ є:  одночасність утворення ОТФ з виникненням нового поняття, явища чи процесу; утворення ОТФ префіксально-суфіксальним способом, що результується у появі антонімічних пар, які автоматично передбачають наявність протилежної ЛО; використання або утворення скорочень та абревіацій ОТФ в межах статті для номінації складної за обсягом інформації; “розгортання” структури ОТФ, яке перетворює її на новий самостійний ОТФ та використання вже відомих термінів, загальномовних ЛО та ФО.

Для всіх вищезгаданих тенденцій фразеологічної номінації у ТММ необхідна наявність декількох умов навколишнього соціального, професійного та мовленнєвого середовища, а саме наявності загальної професійно‑зорієнтованої ситуації, наявності номінативної інтенції мовця, адресованої певному колу адресатів. Для успішного перетворення ОТФ на ТФ необхідна частота та універсальність денотата, що номінується, на поняттєвому рівні.

До інших умов, виконання яких необхідно для успішного проходження процесу комунікації, належать: небажаність використання високого рівня стилістичної забарвленості. Явища синонімії та полісемії мають бути маловираженими чи майже повністю відсутніми в ТММ. Використання великої кількості ТФ без чіткого визначення або контекстуального тлумачення можливе лише за умови високого професійного рівня адресатів, яких не потрібно готувати до сприйняття великих за обсягом відрізків інформації.

У плані подальших наукових досліджень перспективним є аналіз прагматичних функцій ТФ через призму глобалізації та специфікації понять сфери менеджменту та маркетингу, а також будова перспективної моделі/механізму утворення нових понять у сфері менеджменту та маркетингу відповідно до наявних ТФ.

## Список використаних джерел

1. Абрамов Б.А. О моделировании семантических структур // Значение и смысл речевых образований. – Калинин, 1979. – С. 5-4.
2. Авербух К.Я. Манифест современной терминологии // Материалы международной научно-практической конференции “Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах “Коммуникация – 2002” (“Communication Across Differences”). – Пятигорск, 2002. – Ч. 1. – С. 192-194.
3. Ажнюк Б.М. Англійська фразеологія у культурно-етнічному висвітленні. – К.: АН УРСР Ін-т мовознавства ім. О.О.Потебні, 1989. – 134 с.
4. Аксенова И.Н. Имплицитная информация о репортаже // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин, 1989. – С. 140‑145.
5. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – К.: “Київський ун-т”, 2004. – Вип. Х. – 174 с.
6. Александровская Л.В. Семантика термина как члена общелитературной лексики (на материале английской морской терминологии): Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Московск. гос. ин-т иностр. яз. им. М.Тореза. – М., 1973. – 24 с.
7. Алефіренко М.Ф. Теоретичні питання фразеології. – Харків: Вища шк., 1987. – 133 с.
8. Алехина А.И. Идиоматика современного английского языка. – Минск: Высшая шк., 1982. – 279 с.
9. Алєксєєва І.О. Семантика та прагматика англійських часток: Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2001. – 195 с. – Бібліогр.: с. 171-195.
10. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. – Ленинград: Ленингр. гос. ун-т, 1963. – 279 с.
11. Антонченко Т.М. Основні тенденції аксіологічних змін у семантичній структурі американізмів: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2000. – 229 с. – Бібліогр.: с. 195-223.
12. Антонякова Д. Сущность и функция окказионализмов в художественном тексте. – Режим доступу: <http://www.pulib.sk/elpub/FF/Guzi1/antonakova.pdf>.
13. Апресян Ю.Д. К теории семантических преобразований // Информационные вопросы семиотики.– М., 1971. – С. 3-16.
14. Аринштейн В.М. Семантический механизм сжатия глагольных словосочетаний // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин, 1985. – С. 84-95.
15. Арнольд И.В. Стилистика декодирования. – М.: Просвещение, 1974. – 301 с.
16. Артемова А.Ф. Фразеологические единицы английского языка как обьект вторичной номинации // Вторичная номинация в современном английском языке. – Пятигорск, 1987. – С. 32-37.
17. Арутюнова Н.Д. К проблеме функциональных типов лексического значения // Аспекты семантических исследований. – М, 1980. – С. 156‑249.
18. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
19. Архангельский В.Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. – Ростов на Дону: Ростовск. ун-т, 1964. – 315 с.
20. Аспекты семантических исследований / А.А.Уфимцева, Е.С.Кубрякова, И.Д.Арутюнова и др. – М.: Наука, 1980. – 356 с.
21. Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологи. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 296 с.
22. Бабушкин А.П. “Возможные миры” в семантическом пространстве. – Воронеж: Воронежск. гос. ун-т, 2001. – 86 с.
23. Бабушкин А.П. Понятие разных типов в лексике и фразеологии и   методика их выявления // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж, 2001. – С. 52-57.
24. Багданов В.В. Функции вербальных и невербальных компонентов в речевом общении // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 18-26.
25. Багиев Г.Л.,  [Асаул](http://www.aup.ru/authors/asaul/) А.Н. [Организация предпринимательской деятельности](http://www.aup.ru/books/m72/). – Режим доступу: <http://www.aup.ru/books/m72/3_1.htm>.
26. Багумян О.В. Текстова ситуація “соціальний захист”: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі різностильових англомовних текстів):   Дис. … канд.  філол.  наук:  10.02.04. –  К.,  2004. –  248 с. –  Бібліогр.: с. 226-233.
27. Балабан О.О. Метафора як семантична універсалія: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Донецьк. нац. ун-т. – Донецьк, 2006. – 20 с.
28. Балли Ш. Французская стилистика. – М.: Иностр. лит-ра, 1961. – 394 с.
29. Банару В.И. Оценка, модальность, прагматика // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 14-18.
30. Баран Я.А. Фразеологія у системі мові: Дис. ... доктора філол. наук: 10.02.15. – Івано-Франківськ, 1998. – 391 с. – Бібліогр.: с. 360-382.
31. Баркова Л.А. Прагматический аспект использования фразеологизмов в рекламных текстах: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. пед. ин-т. – М., 1983. – 24 с.
32. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
33. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
34. Беженарь И.С. Фразеологическая номинация возраста в современном английском языке: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1994. – 158 с. – Бібліогр.: с. 125-142.
35. Белогуб А.Л. Социолингвистические предпосылки миграции терминологической лексики (на материале немецкой отраслевой подсистемы станкостроения): Дис. … канд. филол. наук. – К., 1974. – 169 с.: іл., табл. – Бібліогр.: с. 136-169.
36. Белодед Ю.И. Структурно-семантические и стилистические особенности общественно-политической лексики и терминологии в языке англоязычных художественных произведений (послевоенный период): Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1977. – 150 с. – Библиогр.: с. 1-9.
37. Белозерова Ф.М. Фразеологические единицы с    компонентом‑наименованием лица по социально-профессиональному признаку в современном английском языке (в сопоставлении с русским): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. пед. ин-т. – М., 1981. – 16 с.
38. Бенвенист Э. Общая лингвистика. / Под ред. Ю.С.Степанова – М.: Прогресс, 1974. – 447 с.
39. Бизунова Е.В. Мир фразеологии: попытка пересмотра некоторых традиционных понятий // Вестник ВГУ, серия “Лингвистика и межкультурная коммуникация”. – № 2. – 2005. – Режим доступу до журн.: <http://www.vestnik>. vsu.ru/pdf/lingvo/2005/02/bizunova.pdf.
40. Бич М.Я., Нестерова О.А. Общие проблемы метонимии // Проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. – Вып. 3. – С.‑Пб., 1999. – С. 35-44.
41. Богданов В.В. Деятельностный аспект семантики // Прагматика и семантика синтаксических единиц. – Калинин, 1984. – С. 12-23.
42. Богданов В.В. Иллокутивная функция высказывания и  перформативный глагол // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 27-38.
43. Богданова Т.І. Організаційно-економічні аспекти формування структури трудових ресурсів: Дис. ... канд. екон. наук: 08.09.01. – Одесса, 1998. – 198 с. – Бібліогр.: с. 160-172.
44. Богушевич Д.Г. Единица, функция, уровень: К проблеме классификации единиц языка. – Минск: Высшая шк., 1985. – 116 с.
45. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии: Уч. пособ. – Тамбов: Тамбовск. гос. ун-т, 2000. – 123 с.
46. Болдырев Н.Н. Понятие и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж, 2000. – С. 25-26.
47. Бугулов Е.Н. Метафора как словообразовательное средство в английской научной терминологии: Автореф. дис. … канд. филол. наук / АН УССР – К., 1979. – 22 с.
48. Буданова Б.В. Онтология знаковости в деловом общении на английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. лингв. ун-т им. М.В.Ломоносова. – М., 2007. – – Режим доступу: http://www.philol. msu.ru/~ref/budanova.pdf.
49. Буданова Е.А. Семантическая структура слова как объект изучения когнитивной лингвистики. – Режим доступу: <http://www.yspu.yar.ru/msk-conf/200501/0209.pdf>.
50. Буянова Л.Ю. Деривационно-динамический модус функционирования узкоспециального термина // Семантика языковых единиц: Доклады V Междунар. конф. – М., 1996. – Т. 1.– С. 46-48.
51. Бюлер К. Теория языка. Репрезентативная функция языка. – М.: Прогресс, 2001. – 528 с.
52. Вальчук Г.В. Мовне втілення концепту “Європейська інтеграція”: семантико-когнітивний аспект (на матеріалі англомовних документів Євросоюзу та публікацій газети The Times): Автореф. дис. … канд. філол. наук / Київськ. нац. лінгвістичний ун-т. – К., 2003. – 19 с.
53. Васильев Л.Г. Интерпретативная семантика: пути развития, претензии и результаты // Прагматика и семантика синтаксических единиц. – Калинин, 1984. – С. 37-46.
54. Васильев Л.Г. Понимание и научные парадигмы // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 38-43.
55. Васильев Л.Г. Семиологические характеристики языкового общения // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин, 1989. – С. 104-113.
56. Василюк И.Н. Слова и фразеологизмы диффузной семантики в современном английском языке. – Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1990. – 157 с. – Библиогр.: с. 134-157.
57. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. – Режим доступу: <http://esocio.narod.ru/lesson01.htm>.
58. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики: Сб. статей. – М.: Языки славян. культуры, 2001. – 272 с.
59. Вердиева З.Н. Семантические поля в современном английском языке. – М.: Высшая шк., 1986. – 119 с.
60. Вибрані наукові публікації професора Мюнхенського університету Віллі ван Піра. – К.: Київськ. нац. лінгвістичний ун-т, 2001. – 172 c.
61. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: Избр. труды. – М.: Наука, 1977. – 312 с.
62. Виноградов В.В. Об омонимии в русской лексикографической традиции // Лексикология и лексикография: Избр. труды. – М., 1977. – С. 288‑294.
63. Вінарєва О.В. Структурний, семантичний і прагматичний аспекти англомовних торгових назв (на матеріалі веб-сайтів мережі Інтернет): Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К.: Київськ. нац. лінгвістичний ун-т, 2005. – 327 с.: табл. – Бібліогр.: с. 165-197.
64. Волкова Т.Я. Концептуальний апарат і структурно-семантичні та генетичні особливості термінології англійського літературознавства: Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Одеськ. нац. ун-т ім. І.І.Мечникова. – Одеса, 2002. – 19 с.
65. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: УРСС, 2002. – 280 с.
66. Вольфберг Д.М. Особенности медицинской терминологии английского подъязыка детских инфекций (опыт лексико-семантического моделирования терминосистемы и построения терминологического словаря на идеографической основе): Автореф. дис. … канд. филол. наук / С.‑Пб. гос. лингвистический ун-т. – С.-Пб., 1992. – 16 с.
67. Вопросы терминологии и лингвистической статистики / Ред. коллегия: З.С.Иванов, Б.В.Мазо и др. – Воронеж: Воронежск. ун-т, 1974. – 94 с.
68. Вопросы терминологии и лингвистической статистики / Сост. В.В.Гуськов. – Воронеж: Воронежск. ун-т, 1976. – 132 с.
69. Воробьева О.П. Лингвистические аспекты адресованности художественного текста (одноязычная и межъязыковая коммуникация): Дис. … доктора филол. наук: 10.02.19. – М., 1993. – 382 с. – Бібліогр.: с. 353-379.
70. Врабель Т.Т. Словотворча прагматика у сучасній англійській мові: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Ужгород, 2005. – 241 с.: табл. – Бібліогр.: с. 181-210.
71. Гавриш М.М. Контаминация фразеологических единиц немецкого языка: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1988. – 373 с. – Бібліогр.: с. 173-203.
72. Гавриш М.М. Фразообразование – процесс, способ или механизм? // Тези конф. “Реалізація мовних одиниць граматичної та лексико-фразеологічної системи германських та романських мов”. – К., 1992. – С.100-101.
73. Гавриш Н.А. До питання про етимологію юридичних термінів в англійській мові // Записки з романо-германської філології. – 2002. – №12. – С. 29-35.
74. Галькович Р.С., Набоков В.И. Основы менеджмента. – М.: ИНФРА, 1998. – 189 c.
75. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – К.: Лібра, 1996. – 384 с.
76. Генералов В.А. Структура многокомпонентных терминов и ее экстралингвистическая детерминированность // Английский лексикон в   лингвистическом и культурологическом пространстве. – Вып. 400. – М., 1992.– С. 100-105.
77. Герман В.В. Індивідуально-авторські неологізми (оказіоналізми) в  сучасній поезії (60-90ті роки): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – Суми, 1998. – 222 с. – Бібліогр.: с. 156-173.
78. Германчук А.Н. Управление коммерческой деятельностью предприятий на основе маркетинга: Дис. ... канд. экон. наук: 08.06.02. – Донецк, 2000. – 302 с. – Бібліогр.: с. 196-205.
79. Голубовская И.А. Этнические особенности языковых картин мира: (Монография). – К.: ВПЦ “Киевский ун-т”, 2002. – 294 с. – Бібліогр.: с. 260-291.
80. Гонта И.А. Структурные и семантические особенности композит‑метафор в американском сленге: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 2000. – 194 с. – Библиогр.: с. 171-194.
81. Горшунов Ю.В. Прагматика аббревиатуры: Автореф. дис. … доктора филол. наук / Московск. гос. пед. ун-т. – М., 2000. – 32 с.
82. Гринев С.В. Введение в терминоведение. – М.: Московский лицей, 1993. – 309 с.
83. Гумовська І.М. Англійська юридична термінологія в економічних текстах: генезис, дериваційні та семантико-функціональні аспекти: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Л., 2000. – 186 с. – Бібліогр.: с. 124-143.
84. Гусак І.П. Структура та прагматика фрагментованих лексичних одиниць у сучасній англійській мові (на матеріалі мови мас-медіа): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Л., 2005. – 226 с.: рис., табл. – Бібліогр.: с. 193-212.
85. Гусар М.В. Лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти приватних газетних оголошень (на матеріалі сучасної британської періодики): Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2004. – 230 с.: рис. – Бібліогр.: с. 167-187.
86. Гусева О.В. Лингвопрагматический анализ текстивно-идиоматических параметров открытого письма в современном английском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Иркутск. гос. лингв. ун-т. – Иркутск, 2000. – 17 с.
87. Гутиряк О.І. Англійська термінологія маркетингу: структура та семантичні характеристики: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Л., 1999. – 209 с. – Бібліогр.: с.167-180.
88. Давиденко Л.Б. Синтаксичні функції і структурно-семантичні модифікації фразеологічних одиниць: Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 1992. – 159 с.: табл. – Бібліогр.: с. 138-159.
89. Данилюк Н.І. Екологічний компонент менеджменту транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації: Дис. ... канд. екон. наук: 08.05.01. – Київ, 2006. – 235 с. – Бібліогр.: с. 196-233.
90. Данілюк С.С. Структурні та функціональні особливості англомовних електронних текстів (на матеріалі персональних веб-сторінок лінгвістів): Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2006. – 262 с. – Бібліогр.: с. 159-236.
91. Дейнан Э. Метафоры: [Справочник]. – М.: ООО “Издательство Астрель”, 2003. – 251 с.
92. Дементьева М.Ю. Номинативно-когнитивный аспект семантики фразеологизма и слова (на материале тематической группы “Финансовое положение человека” в современном английском языке): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. ордена Дружбы народов лингв. ун-т. – М., 2002. – 25 с.
93. Деменчук О.В. Колоративна композита в англійській мові: когнітивно-ономасіологічний аспект: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2003. – 240 с. – Бібліогр.: с. 172-192.
94. Демьянков В.З. Синтаксис, семантика, прагматика и интерпретирующий зигзаг // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 21-27.
95. Демьянков В.З. Функционализм в зарубежной лингвистике конца 20 века. – Режим доступу: <http://www.infolex.ru/Func08.htm>
96. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга. – М. – С.-Пб. – К.: Вильямс, 2000. – 688 с.
97. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років): Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04.– К., 2005. – 229 с. – Бібліогр.: с. 190-223.
98. Дуда О.І. Процеси термінологізації в сучасній англійській мові (на матеріалі літератури з кредитно-банківської справи): Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – Л., 2001. – 258 с. – Бібліогр.: с. 158-178.
99. Дячук Т.М. Українська соціально-економічна термінологія: становлення і кодифікація: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – К., 2003. – 260 с. – Бібліогр.: с. 189-201.
100. Ермакова С.М. Семантична структура словосполучення // Лінгвістичні студії. – Вип. 2. – Черкаси, 1997. – С. 15.
101. Ерхов В.Н. Семантическое варьирование глагольной лексемы и ее семантико-синтаксическое окружение // Значение и смысл речевых образований. – Калинин, 1979. – С. 25-35.
102. Жданова Н.А. Терминопорождающие механизмы в сфере биржевой лексики: Дис... канд. філол. наук: 10.02.15. – Донецьк, 2003. – 182 с. – Бібліогр.: с. 164-182.
103. Жигадло О.Ю. Парадоксальні висловлення в англомовному художньому дискурсі: лінгвокогнітивний та прагматичний аспекти: Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2006. – 177 с. – Бібліогр.: с. 157-177.
104. Житникова Е.В. Семантика термина-фразеологизма как особенного вида лингвистического знака в терминосистеме по менеджменту и маркетингу (на материале периодических изданий) // Форма, значение и функции единиц языка и речи: Материалы докладов Международной научной конференции. – Минск, 2002. – С. 6-8.
105. Житнікова К.В. Актуалізація тематико-поняттєвих регістрів менеджменту та маркетингу // Мова. Культура. Комунікація: Матеріали I  Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Чернігів, 2007. – С. 19-22.
106. Житнікова К.В. Комунікативно-прагматична функція терміна‑фразеологізма терміносистеми менеджменту та маркетингу // Вісник Харківськ. нац. ун-ту ім. В.Н.Каразіна. – Харків, 2004. – С. 72-76.
107. Житнікова К.В. Особливості структури значення трикомпонентних та чотирикомпонентних термінів-фразеологізмів // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції: “Мови у відкритому суспільстві”. – Чернігів, 2007. – С. 10-12.
108. Житнікова К.В. Особливості термінотворення у сфері менеджменту та маркетингу (на матеріалі англомовних періодичних видань) // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київськ. нац. лінгвістичного ун-ту. – Київ, 2002. – С. 112-114.
109. Житнікова К.В. Прагматика контекстуального оточення терміна-фразеологізма в терміносистемі менеджменту та маркетингу // Мови у відкритому суспільстві: V Регіональна науково-практична конференція. – Чернігів, 2004. – С. 19-21.
110. Житнікова К.В. Прагматичний ефект використання терміна‑фразеологізма в текстах по менеджменту та маркетингу // I   Всеукраїнська науково-практична конференція. – Чернігів, 2005. – С. 45-47.
111. Житнікова К.В. Прагматичні функції терміна-фразеологізма в  терміносистемі менеджменту та маркетингу // Актуальні проблеми філології та перекладознавства: Зб. наук. пр. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – Ч. I. – Вип. 3. – 338 с.
112. Житнікова К.В. Семантичні тенденції розширення та звуження значення лексичних одиниць в процесі формування терміна-фразеологізма як особливого виду лінгвістичного знака // “Мова і культура”. Наукове видання. Серія Філологія. – Київ, 2003. – С. 215-223.
113. Житнікова К.В. Тенденції семантичних змін у структурі фразеологізма в процесі його термінологізації // Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. наук. пр. – К., 2003. – С. 32-40.
114. Житнікова К.В. Специфіка номінації понять сфери менеджменту та маркетингу // Вісник Луганського національного педагогічного університету ім. Т.Шевченка. – Луганськ: Вид-во ЛЕПУ “Альма-Матер”, 2007. – № 10 (127). – С. 39-49.
115. Житнікова К.В. Тенденції семантичних змін у структурі фразеологізма в процесі його термінологізації // Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. наук. пр. – К.: КНЛУ, 2003. – Вип. 10. – С. 32-40.
116. Житнікова К.В. Термін-фразеологізм як репрезентант специфіки міжнаціональної комунікації в сфері менеджменту та маркетингу // Культура народов Причерноморья. – Симферополь, 2003. – С. 35-38.
117. Житнікова К.В. Типи термінів-фразеологізмів у терміносистемі маркетингу та менеджменту // “Мова і культура”. Наукове видання. Серія Філологія. – Київ, 2002. – С. 154-160.
118. Жуков В.П. Русская фразеология: Уч. пособ. – М.: Высшая шк., 1986. – 310 с.
119. Журавлева Т.А. Особенности терминологической номинации. – Донецк: Донбасс, 1998. – 252 с.
120. Захарова Л.Н. Структурный и семантико-понятийный аспект английских сложных слов-терминов подъязыка вычислительной техники: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1983. – 269 с.: табл. – Библиогр.: с. 148-269.
121. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття. Дис. … доктора філол. наук: 10.02.04. – К., 1999. – 403 с. – Бібліогр.: с. 359-403.
122. Зацний Ю.А. Обогащение словарного состава английского языка в 80-е годы: Учеб. пособ. по лексикологии. – К.: УМК ВО, 1990. – 88 с.
123. Зацний Ю.А. Социально-лингвистические аспекты английских неологизмов. – Сумы: Сумск. гос. пед. ин-т им. А.С.Макаренко, 1989. – 28 с.
124. Звегинцев В.А. Проблема знаковости языка. Материалы к курсам языкознания. – М.: Изд-во Московск. ун-та, 1956. – 34 с.
125. Зеленкина О.Ю. Состав фразеологического кода английского языка: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Самарск. гос. пед. ун-т. – Самара, 2001. – 24 с.
126. Зеленцова М.Г. Особенности отражения иноязычной терминологии в  языках-реципиентах (на материале терминологии менеджмента русского и  украинского языков): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.15. – Симферополь, 2006. – 221 с.: табл. – Библиогр.: с. 193-221.
127. Зернецкий П.В. Прагмалингвистические параметры связного текста // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин, 1985. – С. 173‑177.
128. Знак. Символ. Образ. Матеріали міжвузівського науково‑практичного семінару з проблем сучасної семіотики. – Черкаси: Черкаськ. держ. ун-т, 2002. – 56 с.
129. Иванова Ю.М. Явление коммуникативной стратегии: аспекты анализа // Аксиологическая лингвистика: проблемы теории текста, стилистики, семантики и граматики: Сб. науч. трудов. – Волгоград, 2002. – 270 с.
130. Іщенко В.Л. Англійський багатокомпонентний економічний термін (парадигматичний та синтагматичний аспекти): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Полтава, 2002. – 181 с. – Бібліогр.: с. 152-181.
131. Каменецкайте Н.Л. Синонимы в английской фразеологии. – М.: Международные отношения, 1971. – 366 с.
132. Каменская О.Л. Компоненты семантической структуры термина:  Автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Московск. гос. ин-т иностр. яз. им. М.Тореза. – М., 1988. – 49 с.
133. Канделаки Т.Л. Семантика и мотивированность терминов. – М.: Наука, АН СССР, 1977. – 166 с.
134. Карпилович Т.П. Когнитивно-коммуникативная модель смысловой компрессии научного текста: Автореф. дис. … доктора филол. наук. – Минск / Минск. гос. лингв. ун-т, 2005. – 39 с.
135. Катышев П.А. Полимотивация и смысловая многомерность словообразовательный формы: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – Томск, 2001. – 129 с. – Библиогр.: с. 116-127.
136. Квеселевич Д.И. Интеграция словосочетания в современном английским языке. – К.: Вища шк., 1983. – 83 с.
137. Керимзаде Н.М. Фразеологическая деривация (английский язык):   Автореф. дис. … канд. філол. наук / Московск. гос. ин-т иностр. яз. им.  М.Тореза. – М., 1984. – 23 с.
138. Кесельман И.С. Словарь текстовых цепочек ограниченного подъязыка. Вопросы представления // Вісник Київськ. нац. лінгв. ун-ту. Серія Філологія. – 2003. – Т. 6, №2. – С. 54-60.
139. Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л.: Изд-во ленингр. ун-та, 1978. – 158 с.
140. Кисельова О.В. Онімні та відонімні оказіоналізми в англійській мові: Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Одеськ. нац. ун-т ім. І.І.Мечнікова. – Одеса, 2000. – 20 с.
141. Кияк Т.Р. Лингвистические аспекты терминоведения: Уч. пособ. – К.: УМК ВО, 1989. – 104 с.
142. Клименко И.М. Поликомпонентные лексические единицы в американском варианте английского языка (структурно-семантический и функциональный аспекты): Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1993. – 186 с. – Бібліогр.: с. 145-162.
143. Коваленко Н.Л. Лингвистическая обозначенность слогана в   структуре рекламного текста: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02. – Днепропетровск, 2006. – 189 с. – Библиогр.: с. 173-188.
144. Козлова Г.В. Полисемия научно-технического термина (на примере современного английского языка): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Ленинградск. пед. ин-т. – Л., 1980. – 17 с.
145. Козловська Г.Б. Прагматичний аспект категорії інформативності англомовних синоптичних текстів газетно-публіцистичного стилю: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Харківськ. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. – Харків, 2003. – 19 с.
146. Колшанский Г.В. Коммуникативные основы адекватной интерпретации семантики текста // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 15-21.
147. Колшанский Г.В. Контекстная семантика. – М.: Наука, 1980. – 150 с.
148. Комаров Е.Н. Заголовок в системе макротекста печатного средства массовой информации // Аксиологическая лингвистика: проблемы теории текста, стилистики, семантики и грамматики: Сб. науч. трудов. – Волгоград, 2002. – С. 150-157.
149. Комина Н.А. Прагматическая структура сложной реплики // Прагматика и семантика синтаксических единиц. – Калинин, 1984. – С. 103-110.
150. Комина Н.А. Текстообразующая роль коммуникативной интенции // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 122-128.
151. Комлев Н.Г. Компоненты содержательной структуры слова. – М.: УРСС, 2003. – 192 с.
152. Коммуникативные и прагматические компоненты в лингвистическом исследовании: Сб. науч. трудов. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1995. – 150 с.
153. Коновець С.П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологічних одиниць у тексті сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань): Дис. … канд. філол. наук: 10.02.05. – К., 2002. – 167 с. – Бібліогр.: с. 144-167.
154. [Коршунова Ю.В. Прагматика аббревиатуры: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Моск. гос. ун-т им. М.В.Ломоносова. – м., 2000. – 33 с.](#_Toc151190742)
155. Костенко В.Г. Словотворчі потенції твірних іменних кореневих основ германського походження (на матеріалі англійської біологічної термінолексики): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Полтава, 1999. – 285 с. – Бібліогр.: с. 191-221.
156. Кочан І.М. Вторинна номінація у технічній термінології // Матеріали Всеукраїнської науков. конф. “Семантика, синтактика, прагматика мовленнєвої діяльності”. – Львів, 1999. – С. 120-123.
157. Крабовницкий И.А. Информационно-семантические свойства английских терминов права // Категоризация мира: пространство и время: Материалы науч. конф. – М., 1997. – С. 68-70.
158. Красникова И.Р. Прагматика окказиональных антрополексем в современном русском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Ростовск. гос. эк. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2004. – 12 с.
159. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Лекционный курс. – М.: Гнозис, 2001. – 270 с.
160. Кривенко Б.В. Семантический окказионализм или окказиональная семантика? // Семантика языковых единиц: Доклады V Междунар. науч. конф. – М., 1996. – Т. 1. – С. 72-75.
161. Кривенко Г.Л. Зоосемізми в англійській та українській мовах: семантико-когнітивний і функціонально-прагматичний аспекти: Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Київськ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2006. – 20 с.
162. Кристалл Д. Английский язык как глобальный. – М.: Весь мир,  2001. – 240 с.
163. Кронгауз М.А. Семантика. – М.: РГГУ, 2001. – 399 с.
164. Крячкова Е.И. Французские фразеологические единицы, содержащие имя собственное, как средство выражения оценки // Актуальные проблемы прагмалингвистики: Тезисы докладов науч. конф. Воронежск. гос. ун-т. – Воронеж, 1996. – С. 46-47.
165. Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности: (Монография). – М.: Наука, 1986. – 160 с.: схем. – Библиогр.: с. 150-157.
166. Кубрякова Е.С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. – М., 1988. – С. 141-172.
167. Кувинова Н.Б. Семантика и прагматика смыслового пространства положительный оценки в современном английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. лингв. ун-т. – М., 2005. – 22 с.
168. Куделько З.Б. Англійська терміносистема ринкових взаємин: синтагматичні та парадигматичні особливості: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Львівськ. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2003. – 19 с.
169. Кузнецова Ю.І. Особливості дериваційних процесів у терміносистемі будівництва французької мови: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Київськ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2001. – 20 с.
170. Кузьмина С.Е. Семантика английских глаголов со значением уничтожения: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Нижнегород. гос. лингв. ун‑т. – Нижний Новгород, 2006. – 26 с.
171. Кунин А.В. Английская фразеология. – М.: Высшая шк., 1970. – 177 с.
172. Курикалова Н.М. Фразеологическая номинация явлений внутренней жизни человека (на материале современного английского языка): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск. гос. пед. ин-т иностр. яз. – К., 1985. – 24 с.
173. Курило Н.А. Сокращения в современном английском языке: функциональный аспект: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Минск. гос. лингв. ун-т. – Минск, 2005. – 17 с.
174. Курилович Е. Сборник статей. – М.: Иностр. лит., 1962. – 456 с.
175. Лагута О.Н. Логика и лингвистика. – Режим доступу: <http://www.philology.ru/linguistics1/laguta-00.htm>.
176. Лагутина Л.Л. Взаимодействие ключевых терминов и экспрессивных средств в научном тексте // Английский лексикон в лингвистическом и культурологическом пространстве. – М., 1992. – Вып. 400. – С. 29-33.
177. Ласкавий В.Г. Діловий документ та його мова: Навч. посіб. – К.: Київськ. держ. лінгвістичний ун-т, 2000. – 335 с.
178. Ластовецкая М.А. Вариативность англоязычного рекламного текста как фактор его прагматического воздействия: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. лингв. ун-т – М., 2005. – 24 с.
179. Левицкий А.Э. Коммуникативные предпосылки функциональной переориентации номинативных единиц современного английского языка // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К., 2002. – №8. – С. 186-191.
180. Левицкий А.Э. Культурологический аспект функциональной переориентации единиц современного английского языка // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київськ. держ. лінгв. ун-ту. – К., 2000. – №3 – С. 223-229.
181. Левицкий А.Э. Основные модели функциональной переориентации разноуровневых единиц современного английского языка // Вісник Харківськ. держ. ун-ту. – Харків, 1998. – №406. – С. 82-89.
182. Левицкий А.Э. Пополнение класса классификаторов в результате функциональной переориентации лексических единиц // Вісник Київськ держ. лінгв. ун-ту. Серія Філологія. – 1998. – Т. 1, №1. – С. 69-75.
183. Левицкий А.Э. Функциональная переориентация номинативных единиц современного английского языка. – Житомир: Житомирск. гос. пед. ун‑т им. И. Франко, 2001. – 168 с.
184. Левицкий А.Э. Функционально-семантическое поле квалифкации степени проявления признака в современном английском языке: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1991. – 185 с.: ил. – Библиогр.: с. 160-180.
185. Левицкий А.Э. Функциональные изменения в системе номинативных единиц современного английского языка: (Монография). – К.: Киевск. гос. лингв. ун-т, 1999. – 396 с. – Библиогр.: с. 355-396.
186. Левицкий А.Э. Явление функциональной переориентации языковых единиц (на примере новых слов и значений современного английского языка) // Вісник Київськ. держ. лінгв. ун-ту. – К., 1999. – Т. 2, №1. – С. 48-53.
187. Левицький А.Е. Лекційні матеріали з лінгвістики. – Житомир: Житомирськ. держ. пед. ун-т, 2004. – 25 с.
188. Левицький А.Е. Перспективи використання функціонального підходу для проведення порівняльно-типологічних досліджень // Проблеми зіставної семантики: Матеріали Всеукр. наук. конф. з проблем зіставної семантики. – К., 1995. – С. 109-114.
189. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – М.: КомКнига, 2006. – 256 с.
190. Лейчик В.М., Шелов С.Д. Лингвистические проблемы терминологии и научно-технический перевод. – М.: Всесоюзный центр переводов, 1989. – Ч. 1. – 40 с.
191. Лещук Т.Й. Типологія термінологічних підсистем. Іншомовні запозичення, фразеологія, семантичні термінотворення, лексикографія: (Монографія). – Львів: Вид. центр Львівськ. держ. ун-ту ім. І.Франка, 1999. – 211 с. – Бібліогр.: с. 198-208.
192. Лєбєдєва Т.Б. Динаміка розвитку військової лексичної підсистеми в  сучасній німецькій мові: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2002. – 226 с. – Бібліогр.: с. 220-226.
193. Лепеха Т.В. Лексико-семантичні та словотворно-структурні особливості судово-медичної термінології: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. –Дніпропетровськ, 2000. – 201 с. – Бібліогр.: с. 161-184.
194. **Липатов А.Т. Перифраз как бинарная единица художественного текста и его место в трихотомии “перифраз – окказиональная фразема – узуальный фразеологизм” // Международная конференция “**[**Языковая семантика и образ мира**](http://www.ksu.ru/science/news/lingv_97/index.htm)**”. – Режим доступу:** [**http://www.ksu.ru/science/**](http://www.ksu.ru/science/) **news/lingv\_97/n152.htm.**
195. Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць. – Черкаси: Сіяч, 1997. – 196 с.
196. Логический анализ языка: Проблемы интенсиональных и прагматических контекстов. – М.: Наука, 1989. – 288 с.
197. Лотка О.М. Англомовна термінологія фінансово-економічних взаємин: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Київськ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2000. – 20 с.
198. Лотте Д.С. Как работать над терминологией. Основы и методы. – М.: Наука, 1968. – 76 с.
199. Лотте Д.С. Краткие формы научно-технических терминов. – М.: Наука, 1971. – 84 с.
200. Лотте Д.С. Некоторые принципиальные вопросы отбора и     построения научно-технических терминов. – М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1941. – 4 с.
201. Люгер Дж.Ф. Искусственный интеллект. Стратегии и методы решения сложных проблем. – М.; С-Пб; К.: Вильямс, 2003. – 864 с.
202. Лягушевич С.И. Метафорический перенос в образовании терминов подъязыка радиоэлектроники в современном французском и английском языках: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Минск. гос. лингв. ун-т. – Минск, 2005. – 16 с.
203. Макаров М.Л. Прагматика, стилистика и риторика: Язык парламента // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 46-51.
204. Макеева Л.Н. Терминологизация глагола в современном английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск. гос. пед. ин-т иностр. яз. – К., 1990. – 18 с.
205. Максименко Е.С. Национально-культурная специфика отраслевых терминосистем (на материале английской и американской юридической терминологии): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Саратовск. пед. гос. ун-т. – Саратов, 2002. – 23 с.
206. Малиновская И.В. Экономическая терминология в английском языке: процессы формирования и функционирования: Дис. …канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 1984. – 218 с. – Библиогр.: с. 163-190.
207. Мариманова И.С. Субъективный тезаурус – модель для психологии // Проблемы связности и цельности текста. – М., 1982. – С. 69-79.
208. Мартинюк А.П.. Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови (на матеріалі сучасного англомовного публіцистичного дискурсу): Дис. ... доктора філол. наук: 10.02.04. – Харків, 2005. – 604 с. – Бібліогр.: с. 423-477.
209. Мартиросова В.С., Тишкова Б.Н. Степень и причины семантической несовместимости слов в современном английском языке // Некоторые проблемы германской филологии: Межвузовский сб. науч. трудов. – Пятигорск, 2000. – С. 149-153.
210. Марчук М.В. Динамика лексических значений многозначных слов (лексика основного терминологического слоя): Автореф. дис. … доктора филол. наук / Московск. пед. ун-т. – М., 1996. – 59 с.
211. Матвєєва С.А. Сайт як жанр Інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених): Дис. … канд. филол. наук: 10.02.15. – Луганськ, 2006. – 212 с.: рис., табл. – Бібліогр.: с. 172-197.
212. Матезиус В. Избранные труды по языкознанию. – К.: Едиториал УРСС, 2003. – 232 с.
213. Махачашвілі Р.К. Лінгвофілософські параметри інновацій англійської мови у сфері новітніх технологій: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – Запоріжжя, 2005. – 200 с. – Бібліогр.: с. 151-175.
214. Махнутина К.С. Специфика словообразовательных гнёзд в терминологии (на материале английской химической терминологии): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск. гос. пед. ин-т иностр. яз. – К., 1990. – 18 с.
215. Мелерович А.М. О динамике внутренней формы фразеологичных единиц и механизме формирования и функционирования фразеологического значения // Семантика языковых единиц: Доклады V Междунар. конф. – М., 1996. – Т. 1. – С.149-151.
216. Мельниченко Л.Н. Эволюция маркетингового управления: основные этапы и современные тенденции. – Режим доступу: [http://www.cfin.ru/press/ marketing/1999-5/01.shtml](http://www.cfin.ru/press/%20marketing/1999-5/01.shtml).
217. Менеджмент підприємств бизнесу. – Режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-3586-2.html>.
218. Мешков О.Д. Семантические аспекты словосложения английского языка. – М.: Наука, 1986. – 208 с.
219. Мешков О.Д. Словообразование современного английского языка. – М.: Наука, 1976. – 245 с.
220. Мешков О.Д. Словосложение в современном английском языке: Уч. пособ. – М.: Высшая шк., 1985. – 187 с.
221. Михайлишин Б.П. Ділова проза та її значення у розвитку термінології // Матеріали Всеукраїнської науков. конф. “Семантика, синтактика, прагматика мовленнєвої діяльності”. Ін-т мовознавства ім. О. Потебні, Львівськ. держ. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 1999. – С. 144-147.
222. Михайлов  Е.А.    Стратегический   менеджмент   и    стратегическиймаркетинг: проблемы взаимосвязи и взаимопроникновения. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/management/1999-2/03.shtml>.
223. Мізін К.І. Текстові модифікації компаративних фразеологічних одиниць як потенційне джерело вторинного фразотвору (на матеріалі німецької мови) // Вісник Київськ. нац. лінгв. ун-ту. Серія “Філологія”. – 2003. – Т. 6, №1. – С. 76-85.
224. Мова. Культура. Бізнес: Зб. наук. статей – К.: Правові джерела, 2003. – 316 с.
225. Мостовий М.І. Лексикологія англійської мови: Підручник для інститутів і факультетів іноземних мов. – Х.: Основа, 1993. – 256 с.
226. Мостовой Н.И. Детерминологизация в современном английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск. гос. пед. ун-т иностр. яз-в. – К., 1971. – 22 с.
227. Моторнюк У.І. Інноваційний процес в перехідній економіці України. (Методологічні питання становлення та розвитку): Дис. ... канд. екон. наук: 08.02.03. – Львів, 1999. – 190 с. – Бібліогр.: с. 176-190.
228. Муравьёва Н.В. Язык конфликта. – Режим доступу: http://www.dere. com.ua/library/muravyeva/soder.shtml.
229. Мухин С.В. Системно-функциональные характеристики фразеологической кальки французского происхождения в современном английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. ин-т. международных отношений.– М., 2005. – 23 с.
230. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики: Уч. пособ. – С.‑Пб: Научный центр проблем диалога, 1996. – 760 с.
231. Ніколаєва А.О. Структурно-семантична характеристика термінології програмування, комп’ютерних мереж та захисту інформації: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – Харків, 2002. – 190 с. – Бібліогр.: с. 166-190.
232. Новодранова В.Ф. К вопросу о скрытых компонентах значения (на материале медицинских производных терминов) // Материалы круглого стола, посвященного юбилею Е.С.Кубряковой по тематике ее исследований “Языковая категоризация (части речи, словообразование, теория номинации)”. – М., 1997. – С. 96.
233. Ножин Е.В. Вопросы использования фразеологии в пропаганде (на материале английского языка): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М.Тореза. – М., 1967. – 21 с.
234. Носик С.Г. Становление и развитие официально-делового стиля в английском языке (на материале древнеанглийского языка): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск.гос. пед. ин-т иностр. яз. – К., 1975. – 21 с.
235. Одарчук Н.А. Семантика та прагматика висловлень відмови в англомовному художньому дискурсі: Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – Луцьк, 2003. – 250 с. – Бібліогр.: с. 193-235.
236. Орченко В.С. О соотношении синтагматики, семантики и модальности. Постановка проблемы // Значение и смысл речевых образований. – Калинин, 1979. – С. 164-172.
237. Остапович О.Я. Національно марковані фразеологічні одиниці австрійського варіанту в сучасній німецькій мові: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 1999. – 207 с. – Бібліогр.: с. 178-207.
238. Палеха Ю.І. Менеджмент для початківців. Навч. посіб. – К.: Європейськ. ун-т, 2001. – 187 с.
239. Пальчун Г.П. Прагматические функции аффективных высказываний // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин, 1989. – С. 155-159.
240. Панжар А.И. Маркетинг инновационной деятельности в развитии предприятия: Дис. ... канд. экон. наук: 08.06.02. Донецк, 2002. – 192 с. – Библиогр.: с. 149-157.
241. Панина Н.А. Имплицитность языкового выражения и ее типы // Значение и смысл речевых образований. – Калинин, 1979. – С. 48-60.
242. Панкрухин А.П. [Маркетинг образовательных услуг: методология, теория и практика](http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/1.htm). – Режим доступу: [http://www.marketing.spb.ru/lib-special/ branch/mou/index.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-special/%20branch/mou/index.htm).
243. Пастушенко Т.В. Цветовая номинация как элемент вторичной языковой картины мира (на материале современного английского языка): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1998. – 198 с.: ил. – Библиогр.: с. 169-195.
244. Перебийніс В.І. Статистичні методи для лінгвістів. – Вінниця: Нова книга, 2001. – 168 с.
245. Петрова Н.Д. Лингво-гносеологические основы динамики фразеологической номинации: Дис. … доктора филол. наук: 10.02.04. – К., 1996. – 463 с. – Библиогр.: с. 390-460.
246. Пирогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений). – Режим доступу: [http://www.ae-lib.org.ua/texts/pirogova\_\_ information\_\_ru.htm](http://www.ae-lib.org.ua/texts/pirogova__%20information__ru.htm) .
247. Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений. – С.-Пб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 352 с.
248. Поліщук Н.П. Комунікативно-прагматичний аспект функціонування мовних одиниць. – Режим доступу: [http://www.ccssu.crimea.ua/tnu/magazine/ culture/culture24/index.htm](http://www.ccssu.crimea.ua/tnu/magazine/%20culture/culture24/index.htm) .
249. Половова И.Е. Композиционная семантика единиц номинации, образованных на базе фразеологизмов английского языка: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. лингв. ун-т. – М., 2005. – 24 с.
250. Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 240 с.
251. Портер Е.М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
252. Потапенко С.И. Лингвокогнитивный аспект языковых категорий (на материале английского языка) // Актуальні проблеми менталінгвістики. Наук. зб. – Черкаси, 2001. – С. 8-12.
253. Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика. – М.: Московск. гос. лингв. ун-т, 2002. – 573 с.
254. Почепцов Г.Г. О месте прагматического элемента в лингвистическом описании // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин, 1985. – С. 12-18.
255. Почепцов Г.Г. Типы ограничений сочетаемости слов // Значение и смысл речевых образований. – Калинин, 1979. – С. 60-71.
256. Почепцов Г.Г. Посткоммуникативная сила // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин, 1985. – С. 142-150.
257. Почепцов Г.Г. Фатическая метакоммуникация // Семантика и прагматика синтаксических единств. – Калинин, 1981. – С. 52-60.
258. Прач В.П. Семантическая структура английских общеупотребительных слов и процессы их терминологизации (на материале лексики по лесотехническим специальностям): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Львовск. гос. ун-т им. И. Франко. – Львов, 1990. – 16 с.
259. Приймак О.О. Відономастичний словотвір у сфері термінології та номенклатури (на матеріалі кулінарної лексики): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – Харків, 2002. – 252 с. – Бібліогр.: с. 209-230.
260. Прокопчук А.А. Авторское прогнозирование ожиданий воспринимающего и построение речевых произведений // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 114-122.
261. Пушкар В.И. Структура, семантика та словотворчі функції основ префіксальних дієслів (на матеріалі англійської економічної термінолексики): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Полтава, 2002. – 266 с. – Бібліогр.: с. 176-203.
262. Радзієвська Т.В. Комунікативно-прагматичні аспекти текстотворення: Дис. ... доктора філол. наук: 10.02.15. – К., 1999. – 390 с. – Бібліогр.: с. 360-384.
263. Раду А.І. Особливості функціонування антропорелевантних маркерів контекстуалізації у рекламному тексті // Актуальні проблеми металінгвістики: Наук. зб. – Черкаси, 2001. – С. 126-131.
264. Растье Ф. Интерпретирующая семантика. – Нижний Новгород: Деком, 2001. – 368 с.
265. Ревеко Л.С. Лингвистические и эктралингвистические аспекты лексических инноваций в сфере специальной лексики (на материале современной немецкой терминологии по металлообработке): Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1984. – 241 с.: табл. – Библиогр.: с. 179-241.
266. Рибачок С.М. Термінологічна лексика як засіб когезії англомовного економічного тексту: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Львів, 2004. – 213 с. – Бібліогр.: с. 173-193.
267. Рождественский Ю.В. О границах сложного слова в китайском языке. – М.: Изд-во восточной литературы, 1960. – 9 с.
268. Розгон В.В. Синтаксичні функції фразеологічних одиниць у структурі речення: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – К., 1999. – 173 с. – Бібліогр.: с. 156-173.
269. Романовская Н.Н. Семантические механизмы терминологизации в английском языке (на материале лексических единиц цветообозначения): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск. гос. пед. ин-т иностр. яз. – К., 1987. – 23 с.
270. Русецкая Л.А. Структурно-семантические особенности фразеологических единиц австралийского варианта английского языка: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1978. – 261 с. – Библиогр.: с. 194-231.
271. Рыжкина Е.В. Фразеологическая окказиональность в английском языке: когнитивно-коммуникативные аспекты: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. дружбы народов гос. лингв. ун-т. – М., 2003. – 24 с.
272. Рыжкова Г.А. Организационно-экономический механизм управления маркетинговыми коммуникациями: Дис. ... канд. экон. наук: 08.02.03. – Днепропетровск, 2006. – 176 с.: табл. – Библиогр.: с. 162-171.
273. Рякина О.Р. Структурно-семантическая и функциональная специфика военной авиационной инженерной терминологии: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Моск. гос. открытый пед. ун-т. - М., 1997. - 19 с.
274. Сафина Р.А. Экспрессивный компонент фразеологического значения (на материале русских и немецких фразеологических единиц, выражающих денежные отношения) // Cб. научн. трудов “Взгляд молодых”. – Казань, 2003. – Режим доступу до журн.: [http://www.ksu.ru/fil/kn2/ index.php?sod=16](http://www.ksu.ru/fil/kn2/%20index.php?sod=16).
275. Сафронова Е.В. Структура и семантика фразеологических единиц с  ономастическим компонентом библейского происхождения в современном английском языке: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1997. – 208 с. – Бібліогр.: с. 164-176.
276. Семисюк А.М. Німецька спеціальна лексика промислової токсикології в статиці та динаміці: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Київськ. держ. пед. ін-т. – К., 1993. – 13 с.
277. Сердобинцева Е.Н. Способы переноса при семантическом образовании профессиональных слов // Семантика языковых единиц. Доклады V  Междунар. конф. – М., 1996. – Т. 1. – С. 102-104.
278. Сивицкая И.Г. Управление организационными нововведениями в  системе инновационного менеджмента предприятия: Дис. ... канд. экон. наук: 08.02.02. – Донецк, 2004. – 184 с. – Библиогр.: с. 160-173.
279. Сидоренко Л.М. Суфіксальні деривати в професійній термінології (нормативний аспект): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – К., 2004. – 178 с. – Бібліогр.: с. 163-178.
280. Сидорук Г.И. Деривация в кибернетической терминосистеме современного английского языка: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск. гос. ун-т им. Т.Г. Шевченко. – К., 1988. – 23 с.
281. Сидорчук Н.М.Онлайнові лексикографічні системи: Дис. ... канд. техн. наук: 05.13.06. – К., 2006. – 208 с.: рис., табл. – Бібліогр.: с. 158-170.
282. Синтаксическая семантика и прагматика: Межвуз. тем. сб. – Калинин: Калининск. гос. ун-т, 1982. – 148 с.
283. Славова Л.Л. Технологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення): Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – Житомир, 2000. – 175 с. – Бібліогр.: с. 156-175.
284. Славова Л.Л., Соловйова Л.Ф.. Ділова англійська мова: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Житомирськ. держ. ун-т ім. Івана Франка. – Житомир: ЖДУ, 2005. – 120 с. – Бібліогр.: с. 118-120.
285. Смерчко А.А. Функціонально-семантична та культорологічна специфіка фразеологічних інновацій в українській та російській мовах // Проблеми зіставної семантики: Матеріали Всеукр. наук. конф. з проблем зіставної семантики. – К., 1995. – С. 50-53.
286. Смирницкий А.И. Лексикология английского язика. – М.: Иностр. лит-ра, 1956. – 260 с.
287. Солнцев В.М. Язык как системно-структурное образование. – М.: Наука, 1977. – 341 с.
288. Старко В.Ф. Фразеологічні одиниці як матеріал для виділення поняттєвих ознак (на прикладі понять ГРА, ИГРА і GAME) // Актуальні проблеми менталінгвістики: Наук. зб. – Черкаси, 2001. – С. 30-34.
289. Степанов Ю.С. Методы и принципы современной лингвистики. – М.: Наука, 1975. – 311 с.
290. **Стилистика английского языка. – Режим доступу: http://www.durov. com/stylistics.doc.**
291. Стишов О.А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в  словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): Дис. ... доктора філол. наук: 10.02.01. – К., 2003. – 597 с. – Бібліогр.: с. 459-538.
292. Стрілець Н.Я. Структурні та функціонально-семантичні особливості соматичних фразем у романських мовах (на матеріалі французької, іспанської та італійської мов): Дис... канд. філол. наук: 10.02.05. – Львів, 2002. – 184 с. – Бібліогр.: с. 182-184.
293. Структура словаря и вопросы словообразования германских языков: Сб. научн. трудов. – Пятигорск: ПИ, 1981. – 187 с.
294. Структура та семантика мовних одиниць у функціональному аспекті: Зб. наук. пр. / Чернівецький держ. ун-т ім. Ю.Федьковича / Н.В. Гуйванюк. – Чернівці, 1996. – 212с.
295. Сусов И.П. К предмету прагмалингвистики // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – С. 3-15.
296. Сусов И.П. Коммуникативно-прагматическая лингвистика и ее единицы // Прагматика и семантика синтаксических единиц. – Калинин, 1984. – С. 3-12.
297. Сусов И.П. Лингвистика между двумя берегами // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 9-14.
298. Сусов И.П. Уровни языковой системы и лингвистическая семантика // Синтаксическая семантика и прагматика. – Калинин, 1982. – С. 3-11.
299. Сусов И.П. Введение в теоретическое языкознание. – Режим доступу: <http://homepages.tversu.ru/~ips/1_05.htm>.
300. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии // Языковое общение и его единицы. – Калинин, 1986. – С. 71-77.
301. Сухоплещенко Ю.Ф. Роль когнитивных структур в процессе лексической номинации // Английский лексикон в лингвистическом и культурологическом пространстве. – М., 1992. – С. 60-74.
302. Сыроваткина Г.К. Способы номинации и типы семантических отношений в английской терминологии (подсистемы терминов технологии рыбных продуктов): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Минск. гос. ин-т иностр. яз. – Минск, 1983. – 22 с.
303. Татаулина В.И. Английская терминология хлебопечения в диахроническом освещении: Автореф. дис. … докт. филол. наук / Ленинградск. пед. ин-т. – Л., 1989. – 16 с.
304. Таюпова О.И. Типы коммуникативно‑прагматической вариативности в малоформатных текстах // Вестник ВГУ, Серия “Лингвистика и межкультурная коммуникация”. – 2005. – №2. – Режим доступу: [http://www.vestnik.vsu.ru/ content/lingvo/2005/02/toc\_ru.asp](http://www.vestnik.vsu.ru/%20content/lingvo/2005/02/toc_ru.asp).
305. Телия В.Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира. – Режим доступу: <http://genhis.philol.msu.ru/article_66.shtml>.
306. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М.: Наука, 1986. – 144 с.
307. Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический, лингвокульторогический аспекты. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 288 с.
308. Телия В.Н. Типы языковых значений. – М: Наука, 1980 – 268 с.
309. Тимошенко И.И., Соснин А.С. Менеджер организации: Уч. пособ. – К.: Изд-во Европейского ун-та, 2001. – 348 с.
310. Тимошенкова Т.М. Стилистические аспекты номинализации в современном английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Харьковск. гос. пед. ин-т. – Харьков, 1981. – 17 с.
311. Ткачук-Мірошніченко О.Є. Імплікація в рекламному тексті (на матеріалі англомовної комерційної реклами): Автореф. дис. … канд. філол. наук / Київськ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2001. – 18 с.
312. Токмаков А.Н. Метонимия как средство прагматического воздействия (на материале французской кинокритики): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. ордена Дружбы народов лингв. ун-т. – М., 2000. – 23 с.
313. Толчеева Т.С. Функционально-семантические особенности сложных образований с элементами -looking, -like (на материале современной английской и американской художественной прозы): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Кииевск. нац. лингв. ун-т. – К., 2003. – 20 с.
314. Томасевич Н.П. Функціонально-комунікативний фразеологічний підхід до ефективного декодування англійських науково-технічних текстів. – Одеса: Одеськ. держ. політехніч. ун-т, 1996. – 159 с.
315. Торопова Н.А. Логические частицы как средство организации сверхфразовых единств // Синтаксическая семантика и прагматика. – Калинин, 1982. – С. 137-143.
316. Третьякова И.Ю. Преобразовательный потенциал фразеологических единиц // Семантика языковых единиц. Доклады V Междунар. конф. – М., 1996. – Т. 1. – С. 72-75.
317. Трибуханчик А.М. Способи виділення фразеологічних полів в англійській фразеології // Семантико-стилістична будова тексту та функціонування одинць різних мовних рівнів. – К., 1995. – С.170-173.
318. Трибуханчик А.Н. Становление и развитие фразеосемантического поля “богатство – бедность человека” в английском языке: Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 1989. – 289 с.: ил., табл. – Библиогр.: с. 199-258.
319. Туркиян Н.Д. Прагматический аспект бизнес-сленга в современных СМИ с точки зрения паблик рилейшенз. – Режим доступу: <http://www.nbuv>. gov.ua/Articles/KultNar/knp49\_2/knp49\_2\_92-94.pdf.
320. Ужченко В.Д. Народження і життя фразеологізму. – К.: Радянська шк., 1988. – 279 с.
321. Ужченко В.Д., Авксентьєв Л.Г. Українська фразеологія. – Харків: Основа, 1990. – 123 с.
322. Українська термінологія і сучасність: Матеріали II Всеукр. наук. конф. / НАН України; Інститут української мови. – К., 1997. – 239 с.
323. Ульянова Н.П., Гибало Е.Н. О прагматическом аспекте лексической контаминации // Семантика языковых единиц: Доклады V Междунар. конф. – М., 1996. – Т. 1. – С. 92-96.
324. Ульянова Н.П., Гибало Е.Н. Прагматический компонент семантики термина // Актуальные проблемы прагмалингвистики: Тезисы докладов науч. конф. – Воронеж, 1996. – С. 72.
325. Устименко И.А. Семантическая конденсация и идиоматичность // Семантика языковых единиц: Доклады V Междунар. конф. – М., 1996. – С. 69‑71.
326. Уфимцева А.А. Аспекты cемантических исследований. – М.: Наука, 1980. – 356 с.
327. Уфимцева А.А. Лексическое значение. Принцип семиологического описания лексики. – М.: Наука, 1986. – 240 с.
328. Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языков. – М.: Наука, 1968. – 272 с.
329. Уфимцева А.А. Типы словесных знаков. – М.: Наука, 1974. – 205 с.
330. Фершуерен Д. Заметки о роли метапрагматической осведомленности в использовании языка. – Режим доступу: [http://www.nsu.ru/education/ virtual/cs34versch.htm](http://www.nsu.ru/education/%20virtual/cs34versch.htm).
331. Фершуерен Д. Прагматика и мониторинг международной коммуникации. – Режим доступу: [http://www.nsu.ru/education/virtual/ verschueren\_monitoring.htm](http://www.nsu.ru/education/virtual/%20verschueren_monitoring.htm).
332. Фогель Г.Б. Структура, семантика та лексикографічна презентація англійської автомобільної термінології: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Запорізьк. нац. ун-т. – Запоріжжя, 2005. – 20 с.
333. Формановская Н.И. О коммуникативно-семантических группах и интернациональной семантике их единиц // Языковое общение и его единицы. – Калинин, 1986. – С. 18-28.
334. Фреге Г. Избранные работы. – М.: ДИК, 1997. – 159 с.
335. Фреге Г. Логические исследования. – Томск: Водолей, 1997. – 128 с.
336. Харитончик З.А. Лексикология английского языка. – Минск: Высшая шк., 1992. – 228 с.
337. Хомяков В.А. Текст, пресупозиция и социальное значение слова // Значение и смысл речевых образований. – Калинин, 1979. – С. 113-121.
338. Цаголова Р.С. Системное исследование терминологии политической экономии (лингвистические аспекты проблемы научного термина): Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М.Тореза. – М., 1988. – 19 с.
339. Чахоян Л.П., Паронян Ш.А. Взаимодействие интенций как фактор, определяющий типы межличностного общения // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин, 1989. – С. 67-75.
340. Червинский П. Номинативный акт и оценочность в составе клишированных единиц языка политики. – Режим доступу: <http://www>. nicomant.fils.us.edu.pl/jrn/1999/j3/3.1/092nominact.html.
341. Чередниченко В.О. Інноваційна фразеологічна вербалізація в англійській мові (лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний параметри): Автореф. дис. … канд. філол. наук / Запорізьк. нац. ун-т. – Запоріжжя, 2005. – 20 с.
342. Черниговская Т.В., Деглин В.Л. Метафорическое и силлогистическое мышление как проявление функциональной асимметрии мозга. – Режим доступу: <http://metaphor.nsu.ru/misc/num1/num1.htm>.
343. Чесноков П.В. Об отношении между речевым и мыслительным процессами с точки зрения единства языка и мышления // Синтаксическая семантика и прагматика. – Калинин, 1982. – С. 38-48.
344. Чхетиани Т.Д. Метакоммутикативные сигналы слушающего в фазе поддерживания речевого контакта // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 103-107.
345. Шадрин Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика: (Монография). – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1991. – 221 с. – Библиогр.: с. 208-219.
346. Шадунец Е.К. Коммуникативно-прагматические функции семантической аппликации устойчивых сочетаний в тексте // Доклады VI Международной конференции. – М., 1998. – Т. 1. – С. 300-302.
347. Шакирова Н.Ю. К вопросу о психологических особенностях воздействия средств массовой информации // Аксиологическая лингвистика: проблемы теории текста, стилистики, семантики и грамматики: Сб. науч. трудов. – Волгоград, – 2002. – С. 141-150.
348. Шапиро Р.Я. Имена и дескрипции в коммуникативно‑прагматическом аспекте // Прагматические и семантические аспекты синтаксиса. – Калинин, 1985. – С. 95-103.
349. Шапиро Р.Я. Мысль изреченная есть ложь? // Языковое общение: Единицы и регулятивы. – Калинин, 1987. – С. 43-46.
350. Шапиро Р.Я. Нам не дано предугадать, как слово наше отзовется // Языковое общение и его единицы. – Калинин, 1986. – С. 40‑44.
351. Шаповалова Е.Ю. Номинативные категории субстантивных фразеологических единиц // Семантика языковых единиц: Доклады V   Международной конференции. – М., 1996. – Т. 1. – С.171-173.
352. Шапошникова И.В. Системные диахронические изменения лексико‑семантического кода английского языка в лингво-этническом аспекте: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Ин-т языкознания РАН. – М., 1999. – 35 с.
353. Шаховский В.И. Эмотивная семантика слова как коммуникативная сущность // Коммуникативные аспекты значения. – Волгоград: Волгр. пед. ин-т, 1990. – Режим доступу: <http://www.russcomm.ru/rca_biblio/sh/shakhovsky02.shtml>.
354. Шевченко Д.А. Терминология маркетинга. Мнение специалистов. – Режим доступу: <http://www.btlregion.ru/stat/mi/84/index.htm>.
355. Шеломовская О.В. Простанственная локализация как фактор прагматического воздействия текстов англоязычной прессы: Автореф. дис. … канд. филол. наук. – М., 2006. – 24 с.
356. Шикунов С.А. Метод построения учебного гипертекста по ключевым словосочетаниям. – Режим доступу: [http://vio.fio.ru/vio\_10/cd\_site/ Articles/art\_1\_7.htm](http://vio.fio.ru/vio_10/cd_site/%20Articles/art_1_7.htm) .
357. Шокина И.М. Слообразовательная номинация на базе антропонимов в современном английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Московск. гос. лингв. ун-т. – М., 2006. – 25 с.
358. Шпет Г.Г. Внутренняя форма слова: Этюды и вариация на темы Гумбольдта. – М.: УРСС, 2003. – 216 с.
359. Шувалова Ю.В. Политическая фразеология в американском варианте английского языка: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Московск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. М.Тореза. – М., 1978. – 26 с.
360. Щербань Н.П. Семантичний аспект структури німецьких і українських фразеологічних одиниць // Проблеми зіставної семантики: Матеріали Всеукр. наук. конф. з проблем зіставної семантики. – К., 1995. – С. 108-110.
361. Щур Г.С. Теории поля в лингвистике. – М.: Наука, 1974. – 255 с.
362. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. – С.‑Пб: Симпозиум, 2004. – 544 с.
363. Юршева Л.А. Лексико-фразеологический аспект воспроизведения в  разных регистрах английского языка делового общения. – М. : МАКС Пресс, 2001. – 54 с.
364. Юганов В.И. Роль иллокутивных индикаторов в интерпретации текста // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин, 1989. – С. 145‑150.
365. Языковая номинация: Виды наименований. – М.: Наука, 1977. – 359 с.
366. Яковлева Е.Б. Сложные лексические единицы в английском языке и речи. – М.: Изд-во Московск. ун-та, 1986. – 115 с.
367. Яковлева О.В. Структурно-семантические и коммуникативно‑функциональные особенности голофрасиса в современном английском языке: Автореф. дис. … канд. филол. наук / Киевск. гос. пед. ин-т иностр. яз. – К., 1978. – 26 с.
368. Ямчинская Т.И. Лингвистические особенности текстов рекламных аннотаций художественных произведений современной англоязычной прозы: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1997. – 197 с.
369. XI международная конференция по функциональной лингвистике “Функциональное описание естественного языка и его единиц”: Сб. научн. докл. – Симферополь: Доля, 2004. – 415 с.
370. Albert M. Conspiracy Theory. – Режим доступу: <http://www.zmag.org/> ZMag/articles/oldalbert19.htm.
371. Antia B. Word forming principles in terminology: a case study of an Efik language terminology of aspects of legislative procedure. – Режим доступу: http://www.termnet.org/downloads/english/projects/IFAP/01\_termtrain2005\_bassey\_wordformation.pdf.
372. Bach K. Regression in Pregmatics (and Semantics). – Режим доступу: <http://userwww.sfsu.edu/~kbach/Bach.Regressions.pdf>.
373. Bach K. The Semantics-Pragmatics Distinction: What It Is and Why It Matters. – Режим доступу: http://userwww.sfsu.edu/~kbach/semprag.html.
374. Baldinger K. Semantic Theory: Towards a Modern Semantics. – Oxford: Basil Blackwell, 1980. – 320 p.
375. Balnaves M., Caputi P. Introduction to Quantitative Research Methods. An Investigative Approach – London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, – 2001. – 257 p.
376. Bandyopadhyay S., Muhammad M. Consumer Ethnocentrism in South Asia. – Режим доступу: <http://www.sbaer.uca.edu/research/sma/1999/26.pdf>.
377. Beaver D.   Pragmatics, and That’s an Order. – Режим доступу: http://montague.stanford.edu/~dib/Publications/llc.pdf.
378. Berners-Lee T., Hendler J., Lassila O. The Semantic Web. – Режим доступу: <http://www.starlab.vub.ac.be/teaching/berners-lee.pdf>.
379. Berzosa M.J.G. Zoo Techniques in the Stock Market // Forum. A Journal for the Teacher of English. – 1999. – Vol. 37. – P. 37-38.
380. Blakemore D. Understanding Utterances. An Introduction to Pragmatics. – Oxford: Blackwell Publishers, 1993. – 191 p.
381. [Block](http://www.nyu.edu/gsas/dept/philo/faculty/block/) N. Semantics, Conceptual Role. – Режим доступу: <http://www>. nyu.edu/ gsas/dept/philo/faculty/block/papers/ConceptualRoleSemantics.html.
382. Bloomfield L. Language. – Chicago, London: The University of Chicago Press, 1984. – 564 p.
383. Buckingham M. The One Thing You Need to Know About Great Managing, Great Leading, and Sustained Individual Success. – London: Simon and Schuster UK Ltd., 2005. – 289 p.
384. Business  English  and  Communication. – Режим доступу: http://www-writing.berkeley.edu/TESL-EJ/ej16/r4.html.
385. Business Matters. – London: Language Teaching Publications, 1996. – 138 p.
386. Cabri L. Nonce‑Word Pragmatics: a Sketch. – Режим доступу: <http://www.monoecious.org/cabri-nonce.html>.
387. Carpenter B. Type-logical Semantics. – Cambridge (Mass.), L.: Bradford Book. The MIT Press, 1997. – 575 p.
388. Clark H.H. Using Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 444 p.
389. Cognitive Linguistics – Berlin, NY: de Gruyter, 2002. – Vol. 13. – 121 p.
390. Conceptual Structure and Modularity. – Режим доступу: <http://cogweb.ucla.edu/CogSci/Jackendoff.html>.
391. Conversation with Professor Eleanore Rosch. Primary Knowing: When Perception Happens from the Whole Field. – Режим доступу: <http://www>. dialogonleadership.org/Rosch-1999.html.
392. Cresswell M.J. Semantic Indexiality – Dordreht, Boston, London: KLUWER ACADEMIC Publishers, 1996. – 215 p.
393. Cross R., Parker A. The Hidden Power of Social Networks: Understanding How Work Really Gets Done in Organizations. – Boston: Harvard Business School Press, 2004. – 213 p.
394. Cruse D.A. Lexical semantics. – Cambridge: cambridge University Press, 1986. – 310 p.
395. Cruse D.A. Meaning in Language. An Introduction to Semantics and Pragmatics. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – 424 p.
396. Devitt M., Hanley R. Speech Acts and Pragmatics. – Режим доступу: [http://userwww.sfsu.edu/~kbach/spch.prag.htm](http://userwww.sfsu.edu/~kbach/Spch.Prag.htm).
397. Eco U. Semiotics and Philosophy of Language. – Bloomington: Indiana University Press, 1984. – 243 p.
398. English in an Open Society: the First National IATEFL Conference – Kyiv: Kyiv State Linguistic University, 1994. – 138 p.
399. Event Structure Semantics of Orc / Rosario S., Kitchin D., Benveniste A., Cook W., Haar S., Jard C. – Режим доступу: [http://www.irisa.fr/distribcom/ benveniste/pub/wsfm2007.pdf](http://www.irisa.fr/distribcom/%20benveniste/pub/wsfm2007.pdf).
400. Fauconnier G. Mapping in Thought and Language – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 205 p.
401. Fauconnier G., Turner M. The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind’s Hidden Complexities. – New York: Basic Books, 2002. – 440 p.
402. Feare E.R. Practice with Idioms. – Oxford: Oxford University Press, 1980. – 78 p.
403. Flor M. Creative Modifications of Idiomatic Expressions. – Режим доступу: <http://www.linguistlist.org/issues/11/11-2415.html>.
404. Galperin I.R. Stylistics. – M.: Moscowvysskaja skola, 1981. – 334 p.
405. Galinski C. Semantic Interoperability and Language Resources. – Режим доступу: <http://www.semantic-web.at/file_upload/root_tmpphpBxMZI5.pdf>.
406. Galinski C. UNESCO Guidelines for Terminology Policies. – Режим  доступу: <http://www.itu.int/ITU-T/worksem/multilingual/presentations/S5-Christian.pdf>
407. Galchynsky A.S., Geyets V.M., Babenko S.G., Bazylyuk Ya.B., Burkynsky B.V. Strategy of the economic and social development of Ukraine (the years 2004- 2015): Towards European integration. – K.: NISS, 2004. – 431p.
408. Gibbs R.W. The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language and Understanding. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 527 p.
409. Givón T. Context as Other Minds: The Pragmatics of Sociality, Cognition and Communication. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. – 1997. – 283 p.
410. Graves M.H. Corporate Strategy for Agribusiness Managers. – Режим доступу: <http://soyasa.org/documents/1/Graves_P_Corporate_Strategies_Aug03.htm>.
411. Gregory J.R. Marketing Corporate Image: the Company as Your Number One Product. – Chicago: NTC business books, 1999. – 274 p.
412. Greimas A.-J. Structural Semantics: An Attempt at a Method. – Lincoln, London: University of Nebraska Press, 1983. – 325 p.
413. Harley H. Lexical Semantics. Structure of Meaning. Meaning of Structure. – Режим доступу: <http://dingo.sbs.arizona.edu/~hharley/PDFs/> WordsBook/Chapter6.pdf.
414. Harris W. Form and Meaning in Literature. A Study of Form as Micro‑Structure. – Режим доступу: <http://community.middlebury.edu/~harris/> Humanities/ FormandMeaning.html.
415. Hoffman W.C. Symmetry in Psychology. – Режим доступу: http://www.mi.sanu.ac.yu/vismath/hoffman/index.html.
416. Hough G. Style and Stylistics. – London: Routledge, 1969. – 114 p.
417. Insights into Business. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 527 p.
418. Jackendorf R.S. Foundations of Language. Brain, Meaning, Grammar and Evolution. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 477 p.
419. Jackendorf R.S. Languages of the Mind: Essays on Mental Representation – Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, 1996. – 200 p.
420. Jackendorf R.S. Semantics and Cognition. – Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, 1995. – 283 p.
421. Jaszczolt K.M. Defaults in Semantics and Pragmatics. – Режим доступу: <http://plato.stanford.edu/entries/defaults-semantics-pragmatics/>.
422. Johnson Ch., Lonergan J. Starting Business English: Навч. посібник. – К. : Методика, 2004. – 144с.
423. Johnson E.M., Kurtz D.L., Scheuing E.E. Sales Management: Concepts, Practices, and Сases. – N.Y.: McGraw-Hill, 1994. – 564 p.
424. Johnson M. Moral Imagination: Implications of Cognitive Science for Ethics. – Chicago; London: The University of Chicago Press, 1997. – 287 p.
425. Johnson M. The Body in the Mind (The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason). – Chicago, L.: The University of Chicago Press, 1987. – 233 p.
426. Jurafsky D. Pragmatics and Computational Linguistics. – Режим доступу: <http://www.stanford.edu/~jurafsky/prag.pdf> .
427. Jurafsky D. Speech and Language Processing: An Introduction to Natural Language Processing, Computation Linguistics and Speech Recognition. – New Jersey: Prentice-Hall, 2000. – 933 p.
428. Kasher A. Cognitive Pragmatics. – Режим доступу: http://www. tau.ac.il/~kasher/pprag.htm.
429. Kim H.-G. Pragmatics of the Semantic Web. – Режим доступу: <http://semanticweb2002.aifb.uni-karlsruhe.de/proceedings/Position/kim.pdf>.
430. King J.C., Stanley J. Pragmatics, Semantics, and The Role of   Semantic   Content. – Режим доступу: [http://barker.linguistics.fas.nyu.edu/Stuff/ Dynamics/king-stanley-sem-prag.pdf](http://barker.linguistics.fas.nyu.edu/Stuff/%20Dynamics/king-stanley-sem-prag.pdf).
431. Koch P. Metonymy Between Pragmatics, Reference and Diachrony. – Режим доступу: <http://www.metaphorik.de/07/koch.pdf>.
432. Korunets’ I.V. Contrastive Typology of the English and Ukrainian Languages – Vinnytsya: Nova Knyha Publishers, 2003. – 459 p.
433. Kövecses Z. Metaphor. A Prectical Introduction. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 285 p.
434. Lakoff G. What Conservatives Know That Liberals Don’t. – Chicago; London: The University of Chicago Press, 1996. – 413 p.
435. Lakoff G. Women, fire and dangerous things: What categories reveal about the mind. – Chicago: The University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
436. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By – Chicago, L.: The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
437. Lakoff G., Johnson M. Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought – New York: Basic Books, 1999. – 624 p.
438. Lannon M., Tullis G., Trappe T. Insights into Business. – London: Addison Wesley Longman Ltd., 1996. – 160 p.
439. Lass R. Historical Linguistics and Language Change. – Cambridge: Cambridge University Press, 1998. – 423 p.
440. Leech G. N. Principles of Pragmatics. – New York: Longman Inc., 1983. – 250 p.
441. Levinson S.C. Pragmatics. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 420 p.
442. Liontas J.I. Transactional Idiom Analysis: Theory and Practice // Journal of  Language and Linguistics. – 2002. – Vol. 1, No1. – Режим доступу до журн.: <http://www.shakespeare.uk.net/journal/1_1/liontas1_1.html>.
443. Maingueneau D. Pragmatique pour le discourse litteraire. L’enonciation litteraire II. – Paris: Hachette, 1994. – 188 S.
444. Marketing – Мanipulation or Magic? – Режим доступу: <http://www.instam.org/files/rrm/MARKETING_-_MANIPULATION_OR_MAGIC.pdf>.
445. Marketing On The Internet. – Режим доступу: [http://iws.ohiolink.edu/ moti/homedefinition.html](http://iws.ohiolink.edu/%20moti/homedefinition.html).
446. Markup    Languages    and    Semantics. – Режим доступу: http://xml. coverpages.org/semantics.html.
447. **Meaning, Language, and Mind: an Interview with Mark Turner. – Режим   доступу:** [http://findarticles.com/p/articles/mi\_m2342/is\_4\_36/ai\_98167920/ pg\_6Michael](http://findarticles.com/p/articles/mi_m2342/is_4_36/ai_98167920/%20pg_6Michael)**.**
448. Mehaffy M. Meaning and the Structure of Things. Режим доступу: <http://www.katarxis3.com/Mehaffy_Meaning.htm>.
449. Merkoulova S.V. Terminology of the Developing Data Domain in  Modern Communication Conditions. – Режим доступу: [http://www.akin.ru/Docs/ Rao/Ses10/Sp24.PDF](http://www.akin.ru/Docs/%20Rao/Ses10/Sp24.PDF).
450. Metaphor and Thought. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – 678 p.
451. Minsky M. The Society of Mind. – NY.: A Touchstone Book, 1998. – 339 p.
452. Nazarova T. International Business English: Ontology and Heuristics. – Режим доступу: <http://marklesite.narod.ru/FoliaIndex.htm>.
453. Numprasertchai H.P., Swierczek F.W. Dimensions of Success in  International Business Negotiations: A Comparative Study of Thai and International Business Negotiators // Journal of Intercultural Communication. – 2007, Issue 15. – Режим доступу: <http://www.immi.se/intercultural/>.
454. Nyuts J. Aspects of a Cognitive-Pragmatic Theory of Language: on   Cognition, Functionalism and Grammar. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1992. – 401 p.
455. Pateman T.  Pragmatics  in Semiotics:  Bakhtin/Volosinov. – Режим доступу: <http://www.selectedworks.co.uk/pragmatics.html>.
456. Peer W.V. Stylistics and Psychology: Investigations of Foregrounding. – London: Croom Helm, 1986. – 220 p.
457. Peer W.V. Hidden Meanings. Contextualized Stylistics // Вибрані наукові публікації професора Мюнхенського університету Віллі ван Піра. – London, 2001. – C. 39-47.
458. Phraseology: Theory, analysis and applications / Cowie A.P. – Oxford: Clarendon press, 1998. – 258 pp.
459. Pike K.L. Linguistic Concepts. An Introduction Tagmemics. – London: University of Nebraska Press, 1982. – 146 p.
460. Pirttiaho L.  Sound Engineering Practices and Ethics in Technology Business // Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies. – 2002, Vol. 7, No1. – Режим доступу до журн.: <http://ejbo.jyu.fi/articles/0701_3.html>.
461. Piwek P.  Pragmatics  of  Communication.  Gricean Pragmatics. – Режим доступу: <http://www.itri.brighton.ac.uk/teaching/pragcom/>.
462. Pustejovsky J. Foundations of Semantics. – Режим доступу: <http://www.cs.brandeis.edu/~jamesp/classes/LING130/Lecture-Sept-9-05.pdf>.
463. **Ramsey S.S. Harmonize Customer Relationship Management with Customer, Channel and Brand Strategies**. – Режим доступу: <http://www.accenture.com/Global/Research_and_Insights/Outlook/By_Alphabet/HarmonizeStrategies.htm>.
464. Rishel M.A. Writing Humor. Creativity and the Comic Mind. – Detroit: Wayne State University Press, 2002. – 312 p.
465. Rooy V.R. Conversational Implicatures and Communication Theory. – Режим доступу: <http://staff.science.uva.nl/~vanrooij/Sigdialbook.pdf>.
466. Rosch E. If You Depict a Bird, Give It Space to Fly:  Eastern Psychologies,  the  Arts  and  Self‑Knowledge. – Режим доступу: http://psychology. berkeley.edu/faculty/profiles/erosch2005.pdf.
467. Rosch E. Transformation of the Wolf Man. The Authority of Experience: Essayson  Buddhism  and  Psychology  Surrey. – Режим доступу: http://cogweb. ucla.edu/Abstracts/Rosch\_97.html.
468. Rose R., Miyakoshi K. Summary of Ray Gibbs’s
“How Language Reflects the Embodied Nature of Creative Cognition”, and other experimental readings by Randall Rose. – Режим доступу: http://www.cogsci.ucsd. edu/~faucon/ray.html.
469. Sharov A.A. Biosemiotics: Functional-evolutionary approach to the analysis  of  the  sense  of information. – Режим доступу: <http://www.ento.vt.edu/~> sharov/ biosem/txt/biosem.html.
470. Sharp A.M., Register C.A., Grimes P.W. Economics of Social Issues – New York: McGraw-Hill, 15th edition, 2002. – 443 p.
471. Shelly H. Variability in Language. – Режим доступу: http://www. linguistics.uwa.edu.au/\_\_data/page/126879/Variability01.pdf.
472. Sperber  D., Wilson  D. Relevance Theory // Handbook of Pragmatics. – Oxford, 2004. – Режим доступу: <http://www.dan.sperber.com/relevance_theory.htm>.
473. Sperber D., Wilson D. Pragmatics, Modularity and Mind‑reading // Mind and Language. – Oxford 2002. – Режим доступу: [http://cogprints.org/2032/0/ pragmatics-modularity-and-mindreading.htm](http://cogprints.org/2032/0/%20pragmatics-modularity-and-mindreading.htm).
474. Stemmer B. An On-Line Interview with Noam Chomsky: On the Nature of Pragmatics and Related Issues. – Режим доступу: <http://cogprints.org/126/00/> chomsweb\_399.html.
475. Taylor J.B., Hall R.E. Macroeconomics. – N.Y., London, 1993. – 637 p.
476. Taylor N. The Construction of a South African Five-factor Personality Questionnaire: Dissertation in Fulfillment of the Requirements for the Degree Master in Psychology. – Rand Afrikaans University, 2004. – 154 p.
477. The Oxford Handbook of Applied Linguistics. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 641 p.
478. The Oxford Handbook of Computational Linguistics. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 784 p.
479. Thomas J. Meaning in Interaction: an Introduction to Pragmatics – London: Longman, 1996. – 224 p.
480. Tjiptono F., Craig-Lees M. Determinants of Local Brand Survival: A  Proposed Framework. – Режим доступу: <http://smib.vuw.ac.nz:8081/WWW/> ANZMAC2004/CDsite/papers/Tjipton1.PDF.
481. Todeva E. Business Relationships in an Interconnected World. – Режим доступу: <http://www.aueb.gr/deos/EIBA2002.files/PAPERS/C31.pdf>.
482. Richmond H. Thomason. What is Semantics? – Режим доступу: <http://www.eecs.umich.edu/~rthomaso/documents/general/what-is-semantics.html>.
483. Takala T. Aaltio I. Charismatic Leadership and Ethics from Gender Perspective // Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies. – 2004, Vol. 9, No1. – Режим доступу до журн.: <http://ejbo.jyu.fi/> articles/0901\_6.html.
484. Trask R.L. Key Concepts in Language and Linguistics – London, New York: Routledge, 1999. – 378 p.
485. Turner M. Reading Minds: The Study of English in the Age of Cognitive Science. – Princeton: Princeton University Press, 1991. – 298 p.
486. Turner M. The Literary Mind. The Origins of Thought and Language. – NY, Oxford: Oxford University Press, 1996. – 187 p.
487. Verschuere J. Handout for the Pragmatics Course. – Режим доступу: <http://www.nsu.ru/education/virtual/verschueren_handout.htm>.
488. Westen D. Psychology: Mind, Brain and Culture – New York, Chichester, Wien-heim: John Wiley & Sons, Inc., 1999. – 861 p.
489. Wilson D. Relevance Theory: From the Basics to the Cutting Edge. Lecture abstracts. – Режим доступу: <http://subsite.icu.ac.jp/people/pragmatics/> eng/abstract.htm.
490. Yus F. Review of Turner: The Semantics/Pragmatics Interface. – Режим доступу: <http://www.linguistlist.org/issues/10/10-1596.html>.
491. Zhytnikova E. On the Aspect of Polysemy of Business English Idioms // 6th TESOL National Ukraine Conference “The Way Forward to Enlish Language and ESP Teaching in the Third Millenium”. – Kyiv, 2001. – P. 82-83.
492. Zhytnikova E. The Place and Role of Phraseological Units in  the Terminological System of Management and Marketing // 7th TESOL National Ukraine Conference “Exploring EFL Challengers with TESOL Community”. – Khmelnytsky, 2002. – P.260-261.
493. Zhytnikova E. The Process of Idiomatisation in the Terminological System of Management and Marketing // 8th TESOL National Ukraine Conference “TEFL Innovations and Challengers”. – Vinnitsia, 2003. – P. 198-202.
494. Zhytnikova E. Communicative Function of the Phraseological Unit with Terminological Meaning in the Terminological System of Management and Marketing // Communication in the Global Age: Celebrating Ten Years of Development and Success: conference abstracts. – Львів: ПП “Марусич”, 2005. – P. 124-125.
495. Zhytnikova E. Semantic Changes in the Structure of Meaning of Phraseological Unit with Terminological Meaning // Humanistic and Pragmatic TEEL. XIIInternational Conference of the Educational Association of Teachers of English to Speakers of Other Languages in Ukraine. – Kyiv, 2007. – P. 113.

**СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Англо-русский бизнес-словарь / Сост.: В.А. Королькевич, В.Ф. Королькевич. – М.: Юристъ, 2000. – 549 с.
2. Англо-русский коммерческий словарь-справочник / Сост.: И.Г. Анохина. – М.: Моби, 1992. – 432 с.
3. Англо-русский словарь по рекламе и маркетингу / Сост.: В.Б. Бобров. – М.: РУССО, 1997. – 697 с.
4. Англо-русский словарь по рекламе и паблик рилейшнз / Сост.: К.А. Иванова. – С.-П.: Политехника, 1998. – 272 с.
5. Англо-русский экономический словарь / Сост.: И.Ф. Жданова, Э.Л. Вартумян. – М: Русский язык, 1998. – 728 с.
6. Англо-український тематичний словник для ділового спілкування (менеджмент, маркетинг, банківська справа) / Заг. ред. І.Г. Анікеєнко. – К.: Ленвит, 2003. – 224 с.
7. Большой англо-русский, русско-английский словарь по бизнесу / Сост.: А.П Загорская., Н.М Петроченко; под общ. ред П.Ф. Петроченко. – М.: Наука – Уайли, 1993. – 615 с.
8. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрат, Л.Г. Лузина; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Московск. гос. ун-т, 1996. – 245 с.
9. Лингвистический энциклопедический словарь. / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. – 709 с.
10. Русско-английский словарь активной деловой лексики: Банковское дело, ценные бумаги, маркетинг, менеджмент, деловая пресса / Сост.: В.И. Крупнов. – М.: Дело, 1997. – 383 с.
11. Русско-английский фразеологический словарь переводчика / Сост.: С.С. Кузьмин. – М.: Флинта, Наука, 2001. – 776 с.
12. Русско-английский фразеологический словарь / Сост.: Д.И. Квеселевич. – М.: Русский язык, 2000. – 705 с.
13. Словарь лингвистических терминов / Ред. О.С. Ахманова. – Изд-е 2‑е, стереотипное. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 607 с.
14. Шерік А.Д. Довідник англійських, німецьких та українських ідіом і  виразів. – Луцьк: Ініціал, 2000. – 160 с.
15. American  Marketing  Association  Dictionary. – Режим доступу: <http://www.marketingpower.com/>.
16. AMQ. Glossary. – Режим доступу: <http://www.asq.org/glossary/q.html>.
17. Answers.com. World’s Greatest Encyclodictionalmanacapedia. – Режим доступу: <http://www.answers.com/>.
18. Branding glossary. – Режим доступу: [http://www.sapdesignguild.org/ resources/branding\_glossary.asp#brand](http://www.sapdesignguild.org/%20resources/branding_glossary.asp#brand).
19. Business Dictionary – М.: Moscow International Publishers in cooperation with L&H Publishing Co., Copenhagen, 1999. – 1136 p.
20. Deardorff Glossary of International Economics. – Режим доступу: <http://www-personal.umich.edu/~alandear/glossary/b.html>.
21. eCommerce.etsu.edu. Glossary. – Режим доступу: http://ecommerce. etsu.edu/Glossary.htm.
22. Ellisetche M. Social Science Dictionary. – Режим доступу: <http://www.geocities.com/>.
23. Engineering Data Management Glossary. – Режим доступу: <http://cedar.web.cern.ch/CEDAR/glossary.html>.
24. Free on-line Dictionary of Philosophy. – Режим доступу: <http://www.swif.uniba.it/lei/foldop/foldoc.cgi?social+constructivism>.
25. Glossary and Acronyms for International Business, Import Export. – Режим доступу: <http://www.eurasiamarket.com/>.
26. Glossary of Financial Terms. – Режим доступу: http://www. currencytax.org/glossary.php.
27. Glossary of Marketing Terms. – Режим доступу: [http://www.oup.com/ uk/orc/bin/0199267529/01student/glossary.htm](http://www.oup.com/%20uk/orc/bin/0199267529/01student/glossary.htm).
28. **Glossary.** – Режим доступу: [http://wps.pearsoned.co.uk/wps/media/ objects/1513/1550326/glossary/glossary.html](http://wps.pearsoned.co.uk/wps/media/%20objects/1513/1550326/glossary/glossary.html).
29. Hackers, Hits and Chats: An E-Commerce and Marketing Dictionary of Terms. – Режим доступу: <http://www.udel.edu/alex/dictionary.html>.
30. Intermundo: Glossary of Intercultural Terms. – Режим доступу: <http://www.intermundo.net/glossary_term.pl?mid=21>.
31. International Economics Terms. – Режим доступу: [http://info.wlu.ca/~ wwwsbe/faculty/rwigle/ec639/ref/terms.htm](http://info.wlu.ca/~%20wwwsbe/faculty/rwigle/ec639/ref/terms.htm).
32. Investopedia. – Режим доступу: [http://www.investopedia.com/terms/ c/creativedestruction.asp](http://www.investopedia.com/terms/%20c/creativedestruction.asp).
33. InvestorWords.com. – Режим доступу: [http://www.investorwords.com/ 5002/top\_line.html](http://www.investorwords.com/%205002/top_line.html).
34. Longman Business English Dictionary. – Barcelona: Cayfosa-Quebecor, 2000. – 532 p.
35. Marketing Dictionary. – Режим доступу: <http://www.dictionary>. adverhome.com/
36. Marketing   Terms   and   Definitions. – Режим доступу: http://marketing. about.com/cs/glossaryofterms/l/blglossary.htm.
37. Meta Glossary. – Режим доступу: [http://metaglossary.com/ meanings/555770/](http://metaglossary.com/%20meanings/555770/).
38. OECD. Glossary of Statistical Terms. – Режим доступу: http://stats. oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4908.
39. Seda Cog. Glossary. – Режим доступу: <http://www.seda-cog.org/export/cwp/view.asp?A=3&Q=404589>.
40. SensaCom. Glossary. – Режим доступу: [http://www.sensacom.com/web\_ glossary.html](http://www.sensacom.com/web_%20glossary.html).
41. The ASC Glossary. – Режим доступу: [http://www.asc-cybernetics. org/foundations/ASCGlossary.htm](http://www.asc-cybernetics.org/foundations/ASCGlossary.htm).
42. The eVenturing Glossary. – Режим доступу: http://eventuring. kauffman.org/Glossary/Glossary.aspx?LID=B.
43. VL MBA Glossary. – Режим доступу: [http://www.ventureline.com/ glossary\_O.asp](http://www.ventureline.com/%20glossary_O.asp).
44. Voevodin’s Library. Glossary. – Режим доступу: http://enbv. narod.ru/text/Econom/ib/str/261.html.
45. Wikipedia. The Free Encyclopedia. – Режим доступу: http://en. wikipedia.org/.

#  СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Journal of World Business. – Stamford: JAI Press Inc., 1997. – Vol. 32, No1-4. – 383 p.
2. Journal of World Business. – Stamford: JAI Press Inc., 1998. – Vol. 33, No1-4. – 461 p.
3. Journal of World Business. – Stamford: JAI Press Inc., 1999. – Vol. 34, No1-4. – 453 p.
4. Journal of World Business. – Stamford: JAI Press Inc., 2000. – Vol. 35, No1-4. – 441 p.
5. Journal of World Business. – Stamford: JAI Press Inc., 2001. – Vol. 36, No1-4. – 455 p.
6. Journal of World Business. – Stamford: JAI Press Inc., 2002. – Vol. 37, No1-4. – 447 p.
7. Journal of World Business. – Stamford: JAI Press Inc., 2003. – Vol. 38, No1-4. – 424 p.

## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>