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

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

На правах рукопису

**ШИПІЦИНА Юлія Володимирівна**

# УДК 811.111’42:811.111’37

**АНГЛОМОВНІ ТЕКСТИ З КОРПОРАТИВНОЇ ЕТИКИ: ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ ТА СЕМАНТИКО-КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТИ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

ДИСЕРТАЦІЯ
на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Науковий керівник –

доктор філологічних наук,

**Г.М.Яворська**

Київ – 2008

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

ЕК – етичний кодекс

МА – мовленнєвий акт

ММА – макромовленнєвий акт

**ВСТУП**

Дисертація присвячена вивченню англомовних текстів етичних кодексів у сукупності мовних та позамовних чинників їх структурної організації, семантики та функціонування. Дослідження мови як невід’ємного складника соціальної реальності [203; 224; 249; 259; 265; 279; 325] стимулює активізацію зацікавленості лінгвістів проблемами ділового спілкування, яке становить істотну частину людської діяльності [62; 95; 117; 187; 250; 255; 274; 299 та ін]. Ділове спілкування розширює своє функціонування, охоплюючи нові соціальні сфери і спричиняючи появу нових типів ділових текстів. У цьому зв’язку викликають інтерес і потребують дослідження нормативні тексти з корпоративної етики, що з’являються у сфері ділового спілкування, набуваючи поширення у діяльності бізнес-компаній різного ґатунку.

Корпоративний етичний кодекс як особливий тип нормативного документа, який містить сформульовані правила ділової етичної поведінки, що ними мають керуватися всі суб’єкти, пов’язані з діяльністю компанії у внутрішньому та зовнішньому спілкуванні, ще не отримав повного та цілісного висвітлення у сучасній лінгвістиці. Дослідження етичних кодексів головним чином зосереджуються на соціальних та економічних чинниках ділової етики [67; 52; 235; 288; 242]; відображенні національного характеру в етичних кодексах [288, с. 535-537]; проблемі дієвості та доцільності кодексів етичної поведінки [242, c. 37]; розробці типології етичних проблем, порушених у кодексах [308; 292; 307; 248 та ін.]; аналізі мовної специфіки текстів етичних кодексів у функціональному аспекті [260; 303]. Водночас досі залишаються поза увагою прескриптивний характер текстів, що функціонують у сфері корпоративної етики, і пов’язані з цим фактом логіко-лінгвістичні, лінгвопрагматичні, семантичні та соціокультурні особливості текстів етичних кодексів. Дослідження вербальних засобів регулювання людської поведінки є важливим з погляду з’ясування механізмів формування та функціонування цього типу текстів, а також визначення їхньої прагматичної спрямованості. Створення та функціонування текстів етичних кодексів підпорядковане вирішенню цілої низки соціальних завдань та здійсненню засобами мови впливу на соціально-економічні та загальнокультурні аспекти діяльності окремих компаній та суспільства в цілому.

**Актуальність** дисертаційного дослідження зумовлена спрямованістю сучасних лінгвістичних студій на вивчення ділової комунікації і визначається потребою поглибленого аналізу мовних виявів ділової етики в англомовних текстах етичних кодексів, які встановлюють і фіксують етичні норми діяльності організацій та поведінки соціальних суб’єктів. Звернення до цієї проблематики є актуальним також у зв’язку з відсутністю у сучасному мовознавстві цілісного опису текстів етичних кодексів як невід’ємного важливого складника сучасної ділової комунікації.

**Зв’язок роботи з науковими темами.** Дисертацію виконано в межах комплексної теми “Когнітивні й комунікативні аспекти дослідження мовних одиниць: мова, текст, дискурс” кафедри граматики та історії англійської мови Київського національного лінгвістичного університету, затвердженої вченою радою КНЛУ (протокол №6 від 31 січня 2005 р.). Проблематика реферованої дисертації вписується в коло питань, досліджуваних згідно з держбюджетною науковою темою Міністерства освіти і науки України “Функціональні моделі тексту та дискурсу в синхронії та діахронії: когнітивний, комунікативний та емотивний аспекти” №0106U002115, затвердженою вченою радою Київського національного лінгвістичного університету (протокол № 6 від 30 січня 2005 р.).

**Мета** дисертаційного дослідження полягає у виявленні структурно-змістових, комунікативно-прагматичних та семантико-когнітивних особливостей англомовних текстів етичних кодексів. Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання таких **завдань**:

* охарактеризувати соціально-комунікативну сферу ділової етики та передумови виникнення корпоративного етичного кодексу як особливого типу нормативного документу;
* визначити структурні та змістові особливості англомовних текстів етичних кодексів;
* виокремити основні та додаткові функції англомовних текстів етичних кодексів;
* виявити типи дискурсів, ознаки яких наявні в текстах етичних кодексів;
* висвітлити лінгвопрагматичні характеристики англомовних текстів корпоративних етичних кодексів;
* розкрити концептосферу англомовних етичних кодексів як сукупності концептів ділової етики;
* встановити роль мовних засобів у процесі вербалізації базових концептів ділової етики в текстах етичних кодексів.

**Об’єкт** дослідження становлять англомовні тексти етичних кодексів американських бізнес-компаній.

**Предметом** аналізу є лінгвопрагматичні та семантико-когнітивні особливості англомовних текстів етичних кодексів, які функціонують у діловій сфері, де суб’єкти комунікації встановлюють і розвивають ділові відносини на основі прийнятих етичних норм.

**Гіпотеза** дисертаційного дослідження базується на припущенні, що англомовні тексти етичних кодексів як один із засобів регулювання поведінки суб’єктів ділової комунікації мають різну адресатну спрямованість, характеризуються певним типом модальності, функціонуванням відповідних мовленнєвих актів та стратегій і тактик, які застосовує адресант кодексу з метою впливу на поведінку адресата. Припускається, що англомовні тексти етичних кодексів, розміщені в доступній широкому загалу мережі Інтернет, виконують рекламну функцію, що позначається на відборі та вживанні мовних засобів.

**Матеріалом** дослідження слугують вибрані зі ста Інтернет-сайтів за період з 2004 по 2007 рр. англомовні тексти етичних кодексів американських бізнес-компаній різного напрямку діяльності (загальним обсягом 1030 с.).

При виконанні цих завдань на різних етапах дослідження використовувались такі **методи та прийоми** лінгвістичного аналізу: *гіпотетико-дедуктивний метод* – для побудови гіпотези і перевірки її істинності на фактичному матеріалі; *дискурсивний аналіз* – з метою виявлення основних параметрів різних типів дискурсу, що актуалізуються в текстах етичних кодексів; *функціональний аналіз* – для визначення основних і додаткових функцій текстів етичних кодексів; *метод прагматичного аналізу* – для виокремлення стратегій і тактик мовленнєвої поведінки, типів адресантно-адресатної взаємодії у рамках тексту етичного кодексу; *актомовленнєвий аналіз* – для виявлення іллокутивної мети мовленнєвих актів; *метод концептуального аналізу* – для дослідження основних концептів текстів етичних кодексів, який включає: (1) аналіз словникових дефініцій із залученням елементів компонентного та етимологічного аналізу; (2) аналіз енциклопедичних тлумачень; (3) контекстуальний аналіз, а також *методику фреймового моделювання,* за С.А.Жаботинською, і *методику метафоричного моделювання*.

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що вперше тексти корпоративних етичних кодексів американських бізнес-компаній стали об’єктом лінгвістичного аналізу в лінгвопрагматичному та когнітивному аспектах. Уперше окреслено специфіку структурно-змістової побудови текстів етичних кодексів, виокремлено типи дискурсу, що актуалізуються в цих текстах; визначено їх основні та додаткові функції. Новим також є визначення специфіки адресантно-адресатної взаємодії в текстах етичних кодексів і того, як це впливає на вибір стратегій і тактик, які вживає адресант етичного кодексу з метою регулювання поведінки адресата. Вперше розглянуто засоби вираження деонтичної й алетичної модальностей та оцінки у текстах етичних кодексів; виокремлено типи мовленнєвих актів, що мають місце у досліджуваних текстах. На матеріалі цих текстів уперше виявлено та проаналізовано основні концепти ділової етики, описано їх комбінаторні потенції, розкрито особливості їхньої реалізації в сучасних англомовних текстах етичних кодексів.

**Теоретичне значення** дисертаційного дослідження зумовлене тим, що воно є внеском у вирішення проблем теорії мовленнєвої комунікації і дискурсу, пов’язаних із дослідженням механізмів мовного регулювання ділової поведінки адресата. Результати дослідження сприятимуть поглибленню знань про закономірності функціонування нормативних текстів, особливості їх змісту та структури. Певним внеском у галузь прагмалінгвістики є встановлення набору мовленнєвих стратегій і тактик, використовуваних адресантом текстів етичних кодексів. Результати та висновки дослідження сприяють поглибленню знань про роль адресантно-адресатної взаємодії, яка визначає прагматичну спрямованість текстів етичних кодексів. Запропонований аналіз мовного втілення досліджуваних концептів можуть бути поширені на дослідження вербальної репрезентації інших концептів ділової етики.

**Практична цінність** дослідження визначається можливістю застосування його основних положень та висновків у курсах з теоретичної граматики (розділи “Теорія мовленнєвих актів”, “Прагматичний аспект речення”, “Прагматика тексту”), лексикології сучасної англійської мови (розділ “Лексичне значення слова”), теорії мовленнєвої комунікації та інтерпретації текстів (розділи “Типологія дискурсу”, “Комунікативні стратегії й тактики”), соціолінгвістики, лінгвокультурології, спецкурсах з когнітивної лінгвістики, з лінгвістики тексту, дискурсознавства; на практичних заняттях з англійської мови. Результати дослідження можуть бути використані у вивченні інших типів нормативних текстів на матеріалі різних мов, а також при створенні текстів етичних кодексів бізнес-компаніями.

****

1. Передумовою створення тексту етичного кодексу (ЕК) є етичний дискурс (у термінах Ю. Хабермаса), що становить процес узгодженої міжсуб’єктної мовно-комунікативної взаємодії і реалізується у прийнятті вербалізованих норм та правил ділової поведінки – етичних кодексів бізнес-компаній.

2. У текстах ЕК реалізуються ознаки законодавчого, ділового та рекламного типів дискурсу, що зумовлене конкретними прагматичними установками, які адресант етичного кодексу як колективний суб’єкт прагне передати, а саме: з одного боку, здійснити інтелектуальний, раціональний вплив на адресата шляхом установлення норм етичної поведінки в рамках ділового спілкування; а, з іншого боку – здійснити емоційно-естетичний вплив на адресата задля самопрезентації та самореклами компанії.

3. Функціонуючи у системі ділової етики бізнес-компаній, тексти ЕК здійснюють прихований вплив на адресата та його свідомість. Декларація адресантом принципів і норм ділової етичної поведінки набуває в деяких компаніях рис маніпулятивних дій, внаслідок чого адресат стає об’єктом впливу колективного адресанта – керівництва бізнес-компанії. Апелюючи до емоційної сфери адресата, адресант кодексу за допомогою цілої низки вербальних та невербальних засобів, що актуалізують рекламний дискурс, намагається активізувати увагу адресата, переконати його, викликати в нього емоційну реакцію. Функціонування експресивних засобів у текстах ЕК ряду бізнес-компаній надають їм емоційної забарвленості рекламного дискурсу.

4. У рамках адресантно-адресатних відносин виділяються два типи етичних кодексів: внутрішньо зорієнтовані кодекси, що сформульовані для співробітників і передбачають дотримання норм ділової етики та чітку субординацію адресантно-адресатних відносин; зовнішньо зорієнтовані кодекси, адресовані широкому загалу (потенційним споживачам), які подають самоопис компанії у вигляді норм з метою реклами і наголошують на кооперації між компанією та її співробітниками.

5. У внутрішньо зорієнтованих кодексах реалізується переважно законодавчий дискурс, якому властива деонтична модальність, субординативна адресантно-адресатна взаємодія, жорсткі стратегії, категоричні директивні МА, дотримання адресантом ЕК принципу кооперації. У зовнішньо зорієнтованих кодексах здебільшого проявляються риси рекламного дискурсу: переважно алетична модальність, оцінка, кооперативний вид адресантно-адресатної взаємодії, м’які стратегії, некатегоричні директивні МА, констативи, квеситиви, промісиви, а також дотримання адресантом ЕК принципу ввічливості. Діловий дискурс реалізується як у зовнішньо зорієнтованому, так і у внутрішньо зорієнтованому кодексах одночасно, оскільки йому властиві прагматичні параметри обох типів дискурсу.

6. Концептосфера текстового простору етичних кодексів як сукупність основних концептів ділової етики включає чотири основні концепти, якими оперує адресант етичного кодексу. Центральну позицію в ній займає концепт COMPANY (“компанія”), який виконує конститутивну функцію, пов’язуючи всі інші взаємозалежні концепти: REPUTATION (РЕПУТАЦІЯ), SUCCESS (УСПІХ), INTEGRITY (ЧЕСНІСТЬ, МОРАЛЬНІСТЬ, НЕПІДКУПНІСТЬ). Ці концепти є різнорідними за змістом та ступенем складності: простіші за структурною будовою концепти COMPANY, REPUTATION, SUCCESS належать до сфери соціальної діяльності, натомість концепт INTEGRITY відсилає до сфери моралі і має складнішу структуру. Концепт INTEGRITY, відзеркалюючи основні принципи ділової етичної поведінки, є одним із ключових для законодавчого дискурсу. Концепт REPUTATION репрезентує рекламний дискурс, оскільки компанії “рекламують” себе через етичні кодекси заради власної репутації та іміджу. Концепт SUCCESS є базовим для ділового дискурсу, який спрямований на ефективність ділової діяльності задля досягнення успіху.

**Публікації.** Основні положення та результати дисертаційного дослідження викладені у шести статтях авторки, п’яти – у фахових збірниках (3,06 др. арк.) та у тезах доповідей на 3 наукових конференціях. Загальний обсяг публікацій – 3,43 др. арк.

********

****

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, предмет, об’єкт, завдання і методи дослідження, охарактеризовано матеріал, відзначено наукову новизну і передбачувану теоретичну та практичну значимість роботи, сформульовано положення, які виносяться на захист.

У **першому** розділі **“Теоретичні засади дослідження текстів етичних кодексів”** проаналізовано стан наукового вивчення проблеми, сформульовано теоретичні засади дослідження та викладено методику його проведення, подано загальну характеристику англомовних текстів етичних кодексів, з’ясовано їхні структурні та змістові особливості, визначено функції етичних кодексів та описано особливості типів дискурсів, які актуалізуються у цих текстах.

У **другому** розділі **“Лінгвопрагматичні особливості англомовних текстів етичних кодексів”** розглянуто засоби реалізації деонтичної та алетичної модальності в текстах ЕК, специфіку адресантно-адресатної взаємодії, типи мовленнєвих актів у текстах етичних кодексів, стратегії і тактики, що застосовуються адресантом з метою регулювання поведінки адресата, а також проаналізовано дотримання адресантом кодексу принципів кооперації та ввічливості.

**Третій** розділ **“Реалізація концептів ділової етики в англомовних текстах етичних кодексів”** присвячено дослідженню основних концептів ділової етики, визначених на основі текстів етичних кодексів, та аналізу засобів їх мовної репрезентації. Розкрито взаємні відношення та семантичні зв’язки між виокремленими концептами.

У **загальних** **висновках** підсумовано теоретичні та практичні результати дослідження, сформульовано основні висновки та окреслено перспективні напрямки для подальших наукових розробок.

**Список використаних наукових джерел** містить 325 позицій. Список джерел фактичного матеріалу складається з 44 етичних кодексів американських бізнес-компаній.

**Додатки** містять таблицю та тексти етичних кодексів, які ілюструють матеріал дослідження .

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

Дисертаційна робота є першою спробою комплексного багатоаспектного лінгвістичного аналізу текстів етичних кодексів, проведеного на кількох рівнях: функціональному, структурно-змістовому, дискурсивному, лінгвопрагматичному та лінгвокогнітивному. Здійснене дослідження дало змогу зробити такі висновки.

Етика ділового спілкування має нормативний характер, її головним призначенням є регулювання поведінки суб’єктів ділової комунікації та обґрунтування цінностей і пріоритетів корпоративної моралі. Для створення оптимальних умов своєї діяльності бізнес-компанії розробляють систему правил ділової поведінки, викладеної в етичних кодексах. Етичний кодекс – це нормативний текст з ділової корпоративної етики, один із засобів регулювання поведінки адресата у виробничій сфері, де учасники комунікації встановлюють і розвивають ділові відносини на основі конвенціонально затверджених етичних норм. Будучи офіційним документом бізнес-компанії, етичний кодекс постулює корпоративні принципи, правила етичної поведінки щодо відповідальності перед працівниками, акціонерами, споживачами, навколишнім середовищем та щодо інших суспільних питань.

Головною передумовою створення тексту ЕК американських бізнес-компаній є етичний дискурс, у ході якого колективний адресант в особі вищого керівництва компанії встановлює та оцінює етичні принципи компанії та правила етичної поведінки її працівників. Результатом, кінцевим продуктом здійснення дискурсу, постає текст етичного кодексу як засіб регулювання діяльності компанії в межах корпоративної етики на рівні взаємодії “керівництво компанії як колективний адресант – працівники компанії як адресат”.

Поліфункціональність текстів ЕК розкриває складну природу цього типу тексту, в якому провідними функціями є прескриптивна, інформативна, регулятивна, а додатковими – інспіративна, захисна та рекламна.

Структурно-змістовий аналіз досліджуваного матеріалу показав, що етичні кодекси можуть мати різну форму та виступають у вигляді корпоративних кредо або правил етичної поведінки. Як правило, текст ЕК у вигляді правил поведінки будується за схемою: преамбула (вступне слово президента компанії та виклад головних етичних принципів, якими керується компанія), основна частина (послідовний виклад правил поведінки, часто у вигляді поділу документа на підпункти); заключна частина (додаткові положення та різноманітна інформація).

Розмаїття дискурсів, що актуалізуються в тексті ЕК, накладає відбиток на текст кодексу, в якому в рамках інституціонального дискурсу репрезентуються діловий, законодавчий та рекламний типи дискурсів. Діловий дискурс характеризується асиметрією статусно-рольової взаємодії, яка зумовлена прагматичними ролями учасників комунікації, а також рівнем їх контакту. Контактність спрямована на встановлення горизонтальної адресантно-адресатної взаємодії, що наразі є сучасною тенденцією ділової комунікації.

Законодавчий характер текстів ЕК відбивається у тому, що домінантний адресант з метою регулювання поведінки адресата застосовує два типи влади: дієву та впливову. Як носій дієвої влади, адресант установлює норми та правила ділової етичної поведінки, узгоджуючи їх із загальнонаціональними морально-етичними нормами. Водночас правила та норми поведінки сформульовано у деяких текстах ЕК не як зобов’язання, а як побажання або обіцянка у вигляді декларацій про етичну спрямованість компанії, що демонструє прагнення адресанта такого кодексу не домінувати, а впливати на адресата, застосовуючи впливову владу.

Функціонуючи у системі ділової етики бізнес-компаній, тексти ЕК здійснюють прихований вплив на адресата та на його свідомість. Декларація адресантом принципів та норм ділової етичної поведінки набуває в деяких компаніях рис маніпулятивних дій, унаслідок чого адресат стає об’єктом впливу колективного адресанта – керівництва бізнес-компанії. Здатність управляти поведінкою адресата вербальними засобами, донести необхідну інформацію, є прагматичною компетенцію адресанта як мовної особистості. Апелюючи до емоційної сфери адресата, адресант кодексу за допомогою цілого ряду вербальних та невербальних засобів, що актуалізують рекламний дискурс, намагається активізувати увагу адресата, переконати його, викликати в нього емоційну реакцію. Функціонування експресивних засобів у текстах ЕК ряду бізнес-компаній надають їм емоційної забарвленості рекламного дискурсу. Актуалізація ділового, законодавчого, рекламного типів дискурсів у текстах етичних кодексів підкреслює своєрідність та розкриває складну природу досліджуваних текстів.

Лінгвопрагматичний аспект дослідження дав змогу виявити подвійну прагматичну мету текстів ЕК: з одного боку, це усвідомлений конкретний намір компаній встановлювати норми етичної поведінки в рамках ділового спілкування, регулювати та впливати на адресата; а з іншого – це самопрезентація та самореклама компаній. Ці фактори зумовлюють прагматичний зміст текстів етичних кодексів. У рамках адресантно-адресатних відносин виділяються два типи етичних кодексів: внутрішньо зорієнтовані кодекси, що сформульовані для співробітників і передбачають дотримання норм ділової етики та чітку субординацію адресантно-адресатних відносин; та зовнішньо зорієнтовані кодекси, адресовані широкому загалу (потенційним споживачам), які подають самоопис компанії у вигляді норм з метою реклами та наголошують на кооперації між компанією і її співробітниками.

Субординативний вид адресантно-адресатної взаємодії реалізується деонтичною модальністю; категоричними директивами (прескриптиви, прохібітиви), яким властиве обов’язкове виконання дії адресатом; менасивами та жорсткими стратегіями, що спрямовані на те, щоб посилити перлокутивну силу висловлювання, тобто зробити його більш переконливим для адресата. Кооперативний вид взаємодії між адресантом та адресатом реалізується засобами алетичної модальності; широким спектром засобів оцінки; некатегоричними директивами (реквестиви, пермісиви, сугестиви), рішення щодо виконання яких залишається за адресатом; констативами, перформативами, промісивами, квеситивами; м’якими стратегіями та дотриманням принципу ввічливості. Некатегоричний характер висловлювань означає, що адресант має комунікативно-прагматичну мету – залучити адресата до співробітництва, підкреслити рівноправність стосунків та здійснити такий мовленнєвий вплив на адресата, щоб він добровільно вирішив виконати дію, очікувану адресантом. Водночас у зовнішньо зорієнтованих кодексах у рамках дії принципу кооперації спостерігається нехтування постулатом якості через викривлення інформації на користь адресанта, який з метою самореклами перебільшує переваги та моральні якості компанії.

Когнітивний підхід до вивчення семантичних особливостей текстів етичних кодексів дає змогу реконструювати концепти ділової етики, що сприяє формуванню уявлення про відповідний фрагмент мовної картини світу. У роботі виокремлено концептосферу ділової етики як своєрідне ментальне утворення, сукупність основних концептів предметної області “ділова етика”, що мають національну специфіку. Концептосфера ділової етики включає чотири основні концепти, якими оперує адресант етичного кодексу. Центральне місце в ній займає концепт COMPANY (КОМПАНІЯ), який виконує об’єднувальну функцію, пов’язуючи всі інші взаємозалежні концепти: REPUTATION (РЕПУТАЦІЯ), SUCCESS (УСПІХ), INTEGRITY (ЧЕСНІСТЬ, МОРАЛЬНІСТЬ, НЕПІДКУПНІСТЬ). Представлені в роботі концепти є різнорідними: концепти COMPANY, REPUTATION, SUCCESS характеризуються соціальним спрямуванням, водночас концепт INTEGRITY належить до етичних концептів.

У ході аналізу концепту COMPANY з’ясовано, що для кращого представлення сутності своєї компанії адресант кодексу вдається до метафор персоніфікації, що передбачає осмислення предмета як живого організму, особи, яка діє як соціальний суб’єкт. Функціонування компаній метафорично концептуалізується в різних ситуаціях дійсності. Концепт COMPANY структурує ядро ситуації зобов’язання, яку можна представити у вигляді акціонального фрейму, що включає суперагенса (колективний суб’єкт), який зобов’язує працівників дотримуватися певних правил поведінки; дію (накладання зобов’язання, заборона певних дій, дозвіл певних дій) та агенса (директори, менеджери й працівники компанії), на якого спрямована дія і який має можливість вибору дії. Основні елементи змісту концепту COMPANY представлено у вигляді предметно-центричного фрейму. Слот ТАКИЙ надає не лише загальні відомості про компанію, а й інформацію про її цінності та настанови. Слот ДЕЩО є/існує ТАМ (місце буття) підкреслює масштабність та глобальність діяльності компанії. Поряд з якісними параметрами інформація в етичних кодексах характеризується також кількісною визначеністю, представленою слотом СКІЛЬКИ. Поєднання слотів СТІЛЬКИ та ТУТ підкреслює широкомасштабну діяльність компанії. Ситуація, в якій компанія як особа має власність та розпоряджається нею, концептуалізується у вигляді посесивного фрейму. Концепт COMPANY метафоризується у компаративному фреймі на основі тотожності й осмислюється як щось позитивне та персоніфікується як СЛУГА, ЗРАЗКОВИЙ ГРОМАДЯНИН АБО ЛІДЕР.

У ході аналізу концепту INTEGRITY було розглянуто основні ділові етичні принципи та цінності етичного кодексу. У більшості досліджених текстів ЕК концепт ІNTEGRITY представлений як фундаментальний етичний принцип. Виявлено та проаналізовано три його складники: особистісний, міжособистісний та професійний. Аналіз виокремлених контекстів етичних кодексів дає підстави стверджувати, що концепт ІNTEGRITY є базовим концептом ділової етики. INTEGRITY, будучи семантично пов’язаним із ознакою стійкості, метафорично представлений у текстах етичних кодексів як метафора будівлі (building metaphor). Для адресанта кодексу концепт ІNTEGRITY є актуальною діловою цінністю. Свідченням цього є надзвичайно розгалужена система вербалізаторів концепту, що утворює лексико-семантичне поле.

Відбиваючи соціально-етичні принципи ділової поведінки, тексти етичних кодексів зумовлюють зв’язок концепту INTEGRITY з концептами REPUTATION та SUCCESS. Проведений аналіз вербалізаторів концепту SUCCESS уможливив виокремлення трьох його складників: ДІЛОВА ЕТИКА, ЯКІСТЬ, РЕСУРС. Метафорично концепти SUCCESS та REPUTATION представлені у текстах етичних кодексів як основа або будівля. У текстах етичних кодексів із семного набору лексеми *reputation* наявні лише семи позитивної оцінки. Поняття “репутація” вживається компаніями для створення іміджу, тобто позитивного образу потужної компанії, якій під силу повною мірою задовольнити споживача. Саме цими термінами користуються з метою маніпуляції, впливу на суб’єктів економічної діяльності компанії. Концепти INTEGRITY, SUCCESS та REPUTATION мають деякі спільні вербалізатори, що свідчить про те, що у сприйнятті адресанта кодексу ці концепти є цілісними та взаємозумовленими.

Проведене дослідження вербалізаторів концептів ділової етики не є вичерпним. Значний інтерес викликає синхронний зіставно-порівняльний аналіз номінацій позитивних і негативних ділових моральних рис американської особистості з погляду їх парадигматичних та синтагматичних відношень. Перспективним є контрастивне дослідження концептів ділової етики американських, британських та українських бізнес-компаній.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Андреєва Т.О. Від феномена людини до феномена людства. Монографія. – Донецьк: Видавництво ДоНУ, 2002. – 237 с. – Бібліогр.: с. 198-236.
2. Анопіна О.В. Концептуальна структура англомовної реклами косметики: Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – К, 1999. – 18 с.
3. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37-67.
4. Аристотель. Аналитики первая и вторая / Пер. с греч. – М.: Госполитиздат, 1952. – 438с.
5. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н.Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
6. Арутюнова Н.Д. От редактора // Понятие судьбы в контексте разных культур. – М.: Наука, 1994. – С. 3-4.
7. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М., 1981. – Т.40. – №4. – С.357.
8. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999.– 896 с. – Библиогр.: с.870-881.
9. Барба Л.В. Лінгвокогнітивні особливості текстової ситуації "злочин-відповідальність" у різних функціональних стилях сучасної англійської мови: Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Одеськ. держ. ун-т імені І.І.Мечникова. – Одеса, 1999. – 19 с.
10. Барташева Г.І. Взаємодія невербальних та вербальних компонентів ситуації комунікативного домінування в англомовному дискурсі: Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Харківськ. нац. ун-т імені В.Н. Каразіна. – Харків, 2004. – 20 с.
11. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Навч. посіб. – К: Академія, 2004. – 344с.
12. Безуглая Л.Р. Перлокуция как компонент речевого акта говорящего // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна: Лінгвістичні й дидактичні проблеми іншомовної комунікації. – 2002. – № 567. – С. 154-163.
13. Бейлинсон Л.С. Характеристики медико-педагогического дискурса: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / Волгоградск. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2001. – 18с.
14. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации: Лингвистика. Теория коммуникации / Киевск. нац. ун-т имени Тараса Шевченка. – 2-е изд. – К.: Логос, 2003. – 304 с. – Библиогр.: с. 283-300.
15. Беляева Е.И. Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1992. – 167 с. – Библиогр.: с. 146-150.
16. Беляева Е.И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. – 180 с.
17. Бендецкая М.Е. Стратегии и тактики речевого убеждения // Стратегии коммуникативного поведения: Материалы докл. Междунар. науч. конф. – Ч.1. – Минск: МГЛУ. – 2001. – С. 115-118.
18. Бєлова А. Д. Вербальне відображення концептосфери етносу: сучасний стан вивчення проблеми // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2001. – С. 15-22.
19. Бєлова А.Д. Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Іноземна філологія. – Вип.32. – 2002. – С. 11-14.
20. Бєлозьорова Ю.С. Когнітивно-дискурсивна концептуалізація часу в сучасній німецькій мові: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04; – Захищена 16.04.2005. – Запоріжжя, 2004. – 229 с. – Бібліогр.: 181-202.
21. Бирюлин Л.А., Корди Е.Е. Основные типы модальных значений, выделяемых в лингвистической литературе // Теория функциональной граммматики. Темпоральность. Модальность. – Л.: Наука, 1990. – С. 67-71.
22. Бисималиева М.К. О понятиях “текст” и “дискурс” // Філологічні науки. – №2. – 1999. – С. 78-85.
23. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия: Сб. науч. тр. – М.: Прогресс, 1987. – С. 108-121.
24. Богданов В.В. Иллокутивная функция высказывания и перформативный глагол // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин, 1983. – C. 142-166.
25. Богданов В.В. Текст и текстовое общение. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 1993. – 268 с.
26. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. – Тамбов: Изд-во Тамбовск. ун-та, 2000. – 123 с. – Библиогр.: с. 107-110.
27. Бондаренко Я.О. Дискурс акцентуйованих мовних особистотей: комунікативно-когнітивний аспект: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04; –Захищена 20.12.2002. – К., 2002. – 248 с.: табл., схеми. – Бібліогр.: с. 202-234.
28. Борботько В.Г. Психологические механизмы речевой регуляции и инспиративная функция языка // Функционирование языка как средства идеологическо­го воздействия. – Краснодар: Изд-во Кубанск. ун-та, 1988. – С. 35-40.
29. Борисенко П.А. Структура, семантика та прагматика франкомовних текстів-поправок (на матеріалі робочих документів Парламентської Асамблеї Ради Європи: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2006. – 23 с.
30. Брудный А.А. Психологическая герменевтика. – М.: Лабиринт, 1998. – 332 с.– Библиогр.: с. 318-322.
31. Булгакова О.В. Образ бизнесмена на страницах имиджевого издания // Лингвистические и методические аспекты системных отношений единиц языка и речи: Материалы Х юбилейной международной научной конференции “Пушкинские чтения” (6 июня 2005 г.) / Сост. и отв. ред. Н.Е.Синичкина. – СПб.: САГА, 2005. – C. 285-289.
32. Булыгина Т.В. Языковая концептуализация мира (на материа­ле русской грамматики) / Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. – М.: Языки русской культуры, 1997. – 574 с. – Библиогр.: с. 541-574.
33. Бурлацкий Г.В., Прилюк Д.Д. Социология общения. Журналистам о социологической природе и политических функциях общения. – Минск: Университетское, 1987. – 176 с.
34. Валицкая А.П. К новой методологии // Этическое и эстетическое: 40 лет спустя. Материалы научной конференции. 26-27 сентября 2000 г. Тезисы докладов и выступлен ий. – СПб.: [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/partners/psociety/index.html), 2000. – С. 38-42.
35. Вежбицкая А. Речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 251–276.
36. Вежбицкая А. Понимание культур посредством ключевых слов. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с. – Библиогр.: с.269-272.
37. Венедиктова В.И. Деловая репутация (личность, культура, этика, имидж делового человека). – М.: Институт новой экономики, 1996. – 208 с.
38. Верещагин Е.М., Ратмайр Р., Ройтер Т. Речевые тактики “призыва к откровенности” // Вопросы языкознания. – 1992. – № 6. – С. 82-93.
39. Виноградов В.В. О категории модальности и модальных словах в русском языке // Избранные труды: Исследования по русской грамматике. – М.: Наука, 1975. – С. 53-87.
40. Віленська Г.О. Лексичні особливості італійського офіційно-ділового тексту // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – Вип. 3. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2003. – С. 37-42.
41. Власенко М.С. Комунікативно-прагматичний аспект іспанського законодавчого тексту: Дисер. ... канд. філол. наук: 10.02.05; – Захищена 19.12.2000. – К., 2001. – 203 с.: іл.. – Бібліогр.: с. 174-192.
42. Волкогон Н.Л. Іспаномовний рекламний дискурс і його відтворення українською мовою: Автореф. дис. … канд. філол. наук / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 19 с.
43. Волкотруб Г.Й. Стилістика ділової мови: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2002. – 208с.
44. Волченко Л.Б. Гуманизм, деликатность, вежливость и этикет. – М.: Изд. Моск. ун-та, 1992. – 115с.
45. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: Наука, 1985. – 228 с. – Библиогр.: с. 214-223.
46. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата: Монография. – К.: Вища школа, 1993. – 200 с. – Библиогр.: с. 180-199.
47. Воронцова Ю.А. Прагматическое воздействие текстов СМИ // Лингвистические и методические аспекты системных отношений единиц языка и речи: Материалы Х юбилейной международной научной конференции “Пушкинские чтения” (6 июня 2005 г.) / Сост. и отв. ред. Н.Е.Синичкина. – СПб.: САГА, 2005. – С. 274-278.
48. Вострова С.В. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні особливості сучасного англомовного медичного дискурсу (на матеріалі медичних текстів з проблематики ВІЛ/ СНІДу): Дисер.... канд. філол. наук. – 10.02.04; – Захищена 06.06.2003. – К., 2003. – 208с. – Бібліогр.: с. 179-199.
49. Вригт Г.X. фон. Логико-философские исследования: Избран. труды.: Пер. с англ. / Сост. В. А. Смирнов. – М.: Прогресс, 1986. – 594 с.
50. Галапчук О.М. Вікова диференціація стратегій і тактик дискурсу в сучасній англійській мові: Автореф. дис. ... канд. філол. наук / Харківськ. нац. ун-т імені В.Н.Каразіна. – Харків, 2000. – 18 с.
51. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 139 с. – Библиогр.: с. 136-138.
52. Герет Т.М. Етика бізнесу / Герет Т.М., Клопскі Р.Дж.; Пер. с англ. – К.: Основи, 1999. – 214с.
53. Гіл Ч. Міжнародний бізнес. Конкуренція на глобальному ринку / Пер. А.Олійника, Р.Ткачука. – К.: ОСНОВИ, 2001. – 854 с.
54. Гладуш Н.Ф. Прагматичні аспекти висловлення і дискурсу. Навч. посібник. – К: Вид. центр КНЛУ, 2005. – 200 с.
55. Гніздечко О.М. Авторизація наукового дискурсу: комунікативно-прагматичний аспект: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04; – Захищена 28.09.05. – К., 2005. – 203 с. – Бібліогр.: с. 198-203.
56. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация / Гойхман О.Я., Надеина Т.М.; Под ред. О.Я.Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 272 с. – Библиогр.: с. 269.
57. Голубев С.В. Проблема “успеха” и “удачи” в социальной философии // Философия и общество. – 2004. – № 1. – С. 86-99.
58. Голубничая О.И. Семантико-функциональные особенности высказываний, направленных на поддержку адресата (на материале английского языка): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04; – Защищена 22.12.94. – К., 1994. – 171 с. – Библиогр.: с. 143-169.
59. Горелов И.Н. Избранные труды по психолингвистике. – М.: Лабиринт, 2003. – 320с. – Библиогр.: с.286-314.
60. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 217-237.
61. Грушевська С. Конфлікт: етико-психологічний аналіз / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К.: Наук.світ, 2000. – 214 с. – Бібліогр.: с. 211-213.
62. Гурьева З.И. Речевая коммуникация в сфере бизнеса: к созданию интегративной теории (на материале текстов на русском и английском языках): Автореф. дис. ... доктора филолог. наук: 10.02.19 / Кубанск. гос. ун-т. – Краснодар, 2003. – 50 с.
63. Гусар М.В. Лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти приватних газетних оголошень (на матеріалі сучасної британської періодики): Автореф. дис. ...канд. філол. наук / Нац. педагогіч. ун-т імені М.П.Драгоманова. – К., 2004 – 21с.
64. Дейк Т.А., ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер с англ. / Вступ. ст. Ю.Н. Караулова, В.В. Петрова. – М.: Про­гресс, 1989. – 310 с.
65. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2000. – 248 с.
66. Дёмина Л.А. Общечеловеческое в морали: принципы универсализма и согласия // Кантовские чтения в КРСУ (22 апреля 2004 г.); Общечеловеческое и национальное в философии: II международная научно-практическая конференция КРСУ (27-28 мая 2004 г.). Материалы выступлений / Под общ.ред. И.И. Ивановой. – Бишкек, 2004. – С. 143-150.
67. Джорж Р.Т. де. Деловая этика / Пер. с англ. – М.: ИГ “Прогресс”, ИД “Рипол класик”, 2003. – 736 с.
68. Дмитренко М.И. Деловое общение как феномен социальной действительности: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.03; – Защищена 26.01.2006. – Харьков, 2005. – 161 с. – Библиогр.: 152-161.
69. Долинин К.А. Интерпретация текста (французский язык). – М.: Просвещение, 1985. – 288с.
70. Дорошенко А.В. Побудительные речевые акты и их интерпретация в тексте (на материале английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 1986. – 19 c.
71. Доценко О.Л. Модальність у вираженні об’єктно-з’ясувальних відношень. – Дис. ...канд. філол. наук: 10.02.01; – Захищена 20.03.2001. – К., 2000. – 239 с. – Бібліогр.: 187-232.
72. Дьяконова І.Л. Про деякі особливості листування в мережі Інтернет // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – Вип. 1. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2002. – С. 59-61.
73. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич та ін. – К.: МАУП, 1999. – 208 с.
74. Жаботинская С.А. Когнитивная лингвистика: принципы концептуального моделирования // Лінгвістичні студії. – Вип. ІІ. – Черкаси: Сіяч, 1997. – С.3-11.
75. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ: типы фреймов // Вісник Черкаського державного університету. – Серія “Філологічні науки”. – Черкаси: ЧДУ. – 1999. – Вип. 11. – С.12-25.
76. Жаваева И.И. Лингвистическая специфика телевизионной рекламы // Лингвистические и методические аспекты системных отношений единиц языка и речи: Материалы Х юбилейной междунар. науч. конференции “Пушкинские чтения” (6 июня 2005 г.) / Сост. и отв. ред. Н.Е.Синичкина. – СПб.: САГА, 2005. – C. 307-312.
77. Жуков И.В. Война в дискурсе современной прессы. – 03.05.2004. – Режим доступу: <http://www.teneta.ru/rus/ii/iliazhukovwar.htm.>
78. Жуковець Г.Л. Лінгвориторичні особливості лейбористського дискурсу Великої Британії: Автореф. дис. …канд. філол. наук: 10.02.04 / Київск. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 21с.
79. Зайцев А.К. Социальный конфликт. – 2-е изд. – М.: Academia, 2001. – 464 с.– Библиогр.: с. 352-450.
80. Зарецкая Е.Н. Деловое общение. В 2-х т. – М.: Дело, 2002. – Т.1 – 696 с.
81. Зарума-Панських О.Р. Англійська лексика міжнародних договорів: структурні, семантичні та дискурсні особливості: Автореф. дис. … канд. філол. наук: 10.02.04 / Львівськ. нац. ун-т імені Івана Франка. – Львів, 2001. – 20с.
82. Зернецкий П.В. Речевое общение на английском языке (коммуникативно-функциональный анализ дискурса). – Киев: Лыбидь, 1992. – 143 с.
83. Зернецкий П.В. Лингвистичекие аспекты теории речевой деятельности // Языковое общение: процессы и единицы. – Калинин: Изд-во Калинин. гос. ун-та. – 1988. – С. 36-41.
84. Иванова И.П. Теоретическая грамматика современного английского языка / Иванова И.П., Бурлакова В.В., Почепцов Г.Г. – М: Высшая школа, 1981. – 285 с.
85. Игнатенко Л.Ю. Повтор как одна из стратегий речевого воздействия // Вісник Харківського національного університету імені В.Н Каразіна. – Харків, Константа. – 2005. – № 649. – с.150-153.
86. Иная ментальность / В.И. Карасик, О.Г. Прохвачева, Я.В. Зубкова, Э.В. Грабарова. – М.: Гнозис, 2005.– 352 с.
87. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 284 с. – Библиогр.: с. 264-280.
88. Иссерс О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу // Вестник Омского университета. – 1996. – Вып. 1. – С. 71-74.
89. Ільченко О.М. Модальні дієслова як засоби виражання епістемічної модальності в аспекті етикетизації англомовного наукового дискурсу // Проблеми семантитки слова, речення та тексту. – 2001.– Вип. 5. – С. 80-85.
90. Ішмуратов А.Т. Конфлікт і згода. Основи когнітивної теорії конфліктів. – К.: Наукова думка, 1996. – 188 с.
91. Каллен Ю.В. Комунікативні стратегії в митному дискурсі // Семантика і прагматика дискурсу. – Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. – Харків, Константа. – № 636. – 2004. – С. 77-79.
92. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура и PR. – М.: ИКЦ “МарТ”, 2003. – 416с.
93. Карамнова Е.А. Когнитивные модели концепта STUDY (УЧЕБА) в современном английском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Белгородск. гос. ун-т. – Белгород, 2006. – 22 с.
94. Карасик В.И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: Сб. науч. тр. – Волгоград; Саратов: Перемена, 1998. – С. 185-197.
95. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК “Гнозис”, 2002. – 333с. – Библиогр.: с. 289-324.
96. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
97. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
98. Карпчук Н.П. Адресованість в офіційному та неофіційному англомовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз): Дисер.... канд. філол. наук: 10.02.04. – Луцьк, 2004. – 198 с. – іл. – Бібліогр.: 194-217.
99. Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Во­просы языкознания. – 1994. – № 5. – С. 126-140.
100. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов. – М.: Рипол Классик, 2002. – 320 с.
101. Коваленко А.М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): Дис. ...канд. філол. наук: 10.02.04; – Захищена 11.10.2002. – К, 2002. – 194 с. – Бібліогр.: с. 156-186.
102. Колегаева И.М. Текст как единица научной и художественной коммуникации. – Одесса: Изд-во ОГУ, 1991. – 121 с.
103. Колесник Д.М. Концептуальное пространство авторской метафоры в творчестве А. Мердок: Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. – Черкассы, 1996. – 260 с. – Библиогр.: с. 198-205.
104. Коломієць Н.В. Особливості комунікації в Інтернет // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – Вип. 8. – К.: КНЛУ, 2002. – С. 150-156.
105. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке / Отв. ред. А.М.Шахнарович АН СССР. Ин-т языкознания . – М.: Наука, 1990. – 108 с. – Библиогр.: с. 102-105.
106. Кочерган М.П. Загальне мовознавство. – К.: Академія, 1999. – 288 с.
107. Кочетова Л.А. Лингвокультурные характеристики английского рекламного дискурса: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Волгоградск. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 1999. – 18 с.
108. Кочкин М.Ю. Манипуляция в политическом дискурсе // Языковая личность: Проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград: Перемена, 1999. – С. 29-34.
109. Красных В.В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность? – М.: ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 375 с. – Библиогр.: с.341-374.
110. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций. – М.: ИТДГК “Гнозис”, 2001. – 270 с.
111. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: ИТДКГ “Гнозис”, 2002. – 284с.
112. Крисанова Т.А. Висловлювання з негативною оцінкою адресата в сучасній англійській мові (комунікативно-прагматичний аспект): Автореф. дис. ...канд. філол. наук: 10.02.04 / Волинськ. держ. ун-т імені Лесі Українки. – К, 1999. – 19 с.
113. Кронгауз М.А. Семантика: Учебник для вузов. – М.: Рос. гос. гуманит. ун-т, 2001. – 399 с. – Библиогр.: с. 380-386.
114. Кубрякова Е. С. Части речи в когнитивном освещении. – М: Ин-т языкознания РАН, 1997. – 330 с. – Библиогр.: с. 326-330.
115. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. – Библиогр.: с.533-547.
116. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. Виды пространств текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время. Материалы научной конференции.– М., 1997. – С. 15-26.
117. Кусько К.Я. Дискурс іноземної комунікації: концептуальні питання теорії і практики // Дискурс іноземномовної комунікації. – Львів: Вид-во ЛНУ, 2001. – C. 25-48.
118. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Пер. с англ. // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387-415.
119. Ленк Г. Проблемы ответственности в этике, экономике и психологии // Вопросы философии. – 1998. – № 11. – С. 30-41.
120. Лещенко Л.В. Метафорические корреляты концепта “Market” // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – № 649. – Харків: Константа, 2005. – С. 50-52.

Лихачёв Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / Под ред. проф. В.П.Нерознака. – М.: Academia, 1997. – С. 280-287.

1. Лузина Л.Г. Эффективность лит.-худ. текста: стилистический аспект // Проблемы эффективности речевой коммуникации: Сб. науч.-аналит. обзоров. – М.: Изд-во АН СССР ИНИОН. – 1989. – С. 151-171.
2. Лукашенко Н.Г. Засоби графіки у комп’ютерному дизайні текстів Інтернет-форумів // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – Вип. 9. – К.: КНЛУ, 2003. – С.212-218.

Луспеник Д.Д. Судочинство у справах про захист честі, гідності та ділової репутації: Автореф. дис. ... канд. юридич. наук: 12.00.03 / Нац. юридич. академія України імені Ярослава Мудрого. – Харків, 2003. – 22 с.

1. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280с.
2. Малікова О.В. Про синхронну і потенційну прагматичну полісемію метатекстових одиниць сучасної англійської мови // Наукова спадщина професора Ю.О. Жлуктенка та сучасне мовознавство: Зб. наук. пр. − К.: КНУ імені Тараса Шевченка. − 2000. − С. 174-178.
3. Матвеева С.А. Осмысление категорий лингвистики текста с позиций Интернет-коммуникации // Лингвистические и методические аспекты системных отношений единиц языка и речи: Материалы Х юбилейной международной научной конференции “Пушкинские чтения” (6 июня 2005 г.) / Сост. и отв. ред. Н.Е.Синичкина. – СПб.: САГА, 2005. – С. 312-314.
4. Мельник А. А ти – патріот своєї компанії? // Континент. – 2005. – Травень №1(1). – С. 8.
5. Мельник Я.Г. Аксиологический аспект проблемы интерпретации художественного текста // Материалы конф. “Функциональная лингвистика: принципы организации текста”. – Симферополь: Симферопольск. гос. ун-т. – 1996. – С. 112-113.
6. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберти М., Хедоури Ф. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
7. Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 207 с.
8. Милевская Т.В. О понятии "дискурс" в русле коммуникативного подхода // Материалы международной научно-практической конференции "Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах "Коммуникация-2002" ("Communication Across Differences"). – Ч.1. – Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2002. – C. 188-190.
9. Минский М. Фреймы для представления знаний / Пер. с англ. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.: ил. – Библиогр.: с.145-148.
10. Миронов А.В. Техноэтика: ответ на актуальные проблемы перехода к устойчивому развитию // Вестник Моск. ун-та. Сер. 7. Философия. – 2004. – № 3. – С. 3-13.
11. Миронова Н.Н. Дискурс-анализ оценочной семантики. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 1997. – 158 с. – Библиогр.: с. 122-158.
12. Мордовина Т.В. Социально-ситуативные характеристики договора как жанра делового дискурса // Языковая личность: Проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград: Перемена, 1999. – С. 39-45.
13. Морозова Е.И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект: Монография. – Харьков: Экограф, 2005. – 300 с. – Библиогр.: с. 252-299.
14. Наер В.Л. Категории текста и прагматика // Прагматика и стилистика: Сб. науч. тр. − М.: Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. имени М. Тореза. − 1985. − Вып. 245. − С. 4-13.

Нерознак В.П. От концепта к слову: к проблеме филологического концептуализма // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. – Омск: Изд-во Омск. гос. пед. ун-та, 1998. – С. 80-85.

1. Нікульшина Т.М. Інформативна стратегія у спонукальному дискурсі (на матеріалі англійської мови): Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. держ. лінгв. ун-т. – К., 1998. -16 с.
2. Овчарук Т.В. Сетевая модель концептуальных метафор: обозначение понятия деньги (на материале совр. анг. яз.) // Вісник Черкаського державного університету. – 1999. – Вип. 11. – С. 49-57.
3. Одарчук Н.А. Семантика та прагматика висловлювань відмови в англомовному художньому дискурсі: Автореф. дис. … канд. філол. наук: 10.02.04 / Волинськ. держ. ун-т імені Лесі Українки. – К., 2004 – 20 с.
4. Оніщенко Н.А. Вербалізація концептуальної пари СВІЙ/ЧУЖИЙ у сучасній німецькій фразеології // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. – Когнітивні дослідження. – № 667. – Харків: Константа, 2005. – С. 91-95.
5. Орлов Г.А. Современная английская речь. – М.: Высш. шк., 1991. – 213 с.
6. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. – Выпуск XVII. Теория речевых актов. – М: Прогресс, 1986. – С.22-129.
7. Падучева Е.В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью: Референциальные аспекты семантики местоимений. – М.: Наука, 1985. – 271 с. – Библиогр.: с.250-260.
8. Пазинич О.М. Фактор адресата у дипломатичному листуванні // Мовознавство. – 2001. – Березень- квітень. – № 2. – С. 48-53.
9. Панфилов В.З. Взаимоотношение языка и мышления. – М.: Наука, 1971. – 232 с.
10. Панфилов В.З. Категория модальности и её роль в конструировании структуры предложения и суждения // Вопросы языкознания. – 1977. – №4. – С.37-48.
11. Перов В.Ю. Этика дискурса и коммуникативные практики // Коммуникация и образование: Сборник статей / Под. ред. С.И. Дудника. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. – С. 404-417.
12. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: современные концепции // Общественные науки и современность. – 1998. – № 3. – С. 7-105.

Пименова М.В. Типология структурных элементов концептов внутреннего мира (на примере эмоциональных концептов) // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – №1 (001). – С. 82-90.

Плоткин В.Я. Грамматические системы современного английского языка. – Кишинев: Штиинца, 1975. — 127 с.

1. Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення: Монографія. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 240 с.
2. Пономарьова О.О. Французький детективний гумористичний текст: теоретичні засади дослідження // Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. Наук. Праць / Київськ. нац. лінгв. ун-т / Відп. ред. Н.М.Корбозерова. – Вип. 17. – К.: Вид. Центр КНЛУ, 2006. – С. 297-301.
3. Попова Е.А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью): Автореф. дис. …канд. филол. наук: 10.02.19 / Волгоградский гос. пед. ун-т. – Волгоград, 1995. – 21с.
4. Попова Е.С. Рекламный текст и проблемы манипуляции. – Автореф. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Уральский гос. универ. имени А.М. Горького. – Екатеринбург, 2005. – 27с.
5. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Изд. 2-е, стереотип. – Воронеж: Воронежский ГУ, 2002. – 192 с. – Библиогр.: с. 163-187.
6. Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие “концепт” в лингвистических исследованиях. – Воронеж: Воронежский ГУ, 2000. – 30 с. – Библиогр.: с. 27-30.
7. Попова Т.О. Психосемантика універсальних етичних концептів в етномовній картині світу: Автореф. дис. …канд. філол.наук: 10.02.15 / Киїївськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – 21 с.
8. Попова З.Д., Стернин И.А. К методологии лингво-когнитивного анализа // Филология и культура – Ч. 2. – Тамбов: ТГУ, 2001. – С. 19-22.
9. Почепцов Г.Г. Прагматика текста // Коммуникативно-прагматические и семантические функции речевых единств. – Калинин, 1980. - С. 5-10.
10. Приходько А.И. Когнитивно-дискурсивный потенциал оценки и способы его выражения в современном английском языке: Автореф. дис. ... доктора филол. наук: 10.02.04 / Запорожск. гос. ун-т. – Белгород, 2004. – 42 с.
11. Психология и этика делового общения. Учебник для вузов / Ред. проф. В.Н.Лавриненко. – М.: ЮНИТИ-РАНА, 2002. – 415 с.
12. Радзієвська Т.В. До проблеми вивчення сучасних мовних контактів (англійська мова та молодіжне спілкування в Україні) // Вісник Київського лінгвістичного університету. – 2003. – Т.6. – №1. – С. 25-35.
13. Радзієвська Т.В. Сумління й совість крізь призму української мови // Мовознавство. – 1999. – №1. – С.31-39.
14. Раду А.І. Типологія та лінгвостилістичні особливості функціонування ділової реклами (на матеріалі англомовної рекламної продукції): Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Запорізьк. держ. ун-т. – Запоріжжя, 2004. – 23 с.

Рахилина Е.В. О тенденциях в развитии когнитивной семантики. // РАН Известия АН. СЛЯ – Т. 59. – № 3. – М.: Наука, 2000. – С. 3-75.

1. Ревзина О.Г. Язык и дискурс // Вестник Моск. ун-та. – Сер. Филология. – 1999. – №1. – С. 25-32.
2. Різун В.В. Аспекти теорії тексту // Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту. – К.: РВЦ “Київський ун-т”, 1998. – С. 5–59.
3. Рудік І.В. Щодо питання про характеристику адресанта й адресата комунікативного акту проповіді // Проблеми семантики, прагматики та комунікативної лінгвістики: Зб. наук. праць / Відп. ред. Н.М. Корбозерова. –Вип. 4. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2004. – С. 195-198.
4. Рябополова Л.Г. Аргументація в спонукальному дискурсі: Автореф. дис. … канд. філол. наук: 10.02.04 / КДПІІМ. – К., 1993. – 15 с.
5. Сахно С.Л. “Свое-чужое” в концептуальных структурах // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука, 1991. – С. 95-102.
6. Святюк Ю. В. Семантика та функціонування етнономінацій у сучасній англійській мові: Дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2005. – 258 с. – Бібліогр.: с.204-235.
7. Селиванова Е.А. Когнитивная ономасиология. – К.: Изд-во укр. фитосоциологического центра, 2000. – 248 с.
8. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики]: Монографія / За ред. В. Різуна. / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 392 с.
9. Серль Дж., Вандервекен Д. Основные понятия исчисления речевых актов: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике. − Вып. 18: Логический анализ естественного языка. − М.: Прогресс. − 1986. − С. 242-263.
10. Скрипникова С.М. Соціолінгвістичний портрет реципієнта в англомовному рекламному тексті // Вісник Київського лінгвістичного університету. – 1999. – Сер. Філол. – Т.2. – №2. – С.210-217.
11. Скуратовська Т.А. Аргументація в американському судовому дискурсі (на матеріалі справ за участю суду присяжних): Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 22 с.

Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентов текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2000. – 128с.

Снигур Л.А. Функционально-семантические особенности лексики английских деловых документов // Слово і словотворення. – Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. – № 649. – Харків, 2005. – С. 105-108.

1. Социология. Основы общей теории / Под ред. Г. В. Осиновская, Л. Н. Мофвичева. – М.: Аспект пресс, 1996. – 461 с.
2. Старцева Н.Н. Концептуальное представление бизнес сферы в английской языковой картине мира // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – №636. – Харків: Константа, 2004. – С.119-123.
3. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры. – Изд. 2-е испр. и доп. – М.: Академический проект, 2001. – 128с.
4. Сусов И.П. Семиотика и лингвистическая прагматика // Язык, дискурс, личность. – Тверь, 1990. – С. 125-133.
5. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии // Языковое общение и его единицы. – Калинин: Изд-во Калининск. гос. ун-та, 1986. – С. 71-77.
6. Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / Волгоградск. гос. ун-т. – Волгоград, 2000. – 24 с.
7. Телецкая Т.В. Коммуникативный аспект категории модальности // Актуальні проблеми вивчення мови та мовлення: Міжвуз. зб. наук. праць. – Харків: ХГУ. – 1996. – С. 180-181.
8. Терехова Д.І. Асоціатівний портрет українця та росіянина // Мовознавство. – 1997. – № 6. – С. 43-50.
9. Тищенко Л.Т. Семантико-синтаксичне поле з’ясувальності в сучасній російській мові: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / УДПУ імені М.П.Драгоманова. – К., 1994. – 22с.
10. Ткачук-Мірошниченко О.Є. Реалізація базової імпліцитної моделі в рекламному дискурсі // Іноземна філологія. – К.: ВЦ Київський університет, 2000. – Вип. 29. – С. 40-42.
11. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. – 2001. – №3. – С. 56-65.
12. Тютенко А.А., Прокопчук К.А. Текст в компьютере и «компьютерный» текст. // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. –– № 586. – Харків: Константа, 2003.– С. 51-56.
13. Устинова Н.В. Политическая репутация: сущность, особенности, технологии формирования: Автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. – Екатеринбург, 2005. – 17 с.
14. Ущина В.А. Соціолінгвістична категорія домінантності та її реалізація в англомовному політичному дискурсі): Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К, 2003. – 20 с.
15. Фадеева Е.В. Стратегии и тактики конфликтного дискурса (на материале современного английского языка): Дис. … канд. филол. наук: 10.02.04; – Защищена 24.05.2000. – К., 2000. – 194 с. – Библиогр.: с. 173-192.
16. Филиппова М.М. Парадоксы и стереотипы межкультурного общения представителей русской и британской культур // Вестник Моск. ун-та. – Сер.9. Филология. – 2002. – №3. – С. 64-83.
17. Фіть Л.В. Тема матеріалу в структурі газети // Наукові записки інституту журналістики. – К.: Інститут журналістики, 2002. – Т. 9. – С. 123–126.
18. Фоменко О.С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90 роки ХХ століття): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 1998. – 18 с.
19. Формановская Н.И. Прагматика побуждения и логика языка // Русский язык за рубежом. – № 5-6. – 1994. – С. 34-40.
20. Фролова Н.Е. Принцип вежливости в речевых актах экспрессивах // Вісник Харківського державного університету. – 1997. – № 390. – С.161-163.
21. Хабермас Ю. Дискуссия о прошлом и будущем международного права. Переход от национальной к постнациональной структуре. (Публикация текста пленарного доклада, сделанного на XXI Всемирном философском конгрессе) / Пер. В.Г. Федотовой, А.И. Уткина // Вестник РФО. – 2003. – №3. – С.14-23.
22. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. – СПб: Наука, 2000. – 377с.
23. Харкевич Г.І. Концептуальні метафори на позначення емоцій у сучасній англомовній художній прозі // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2003. – Вип. 2. – С. 403-410.
24. Хвощевський Р.В. Натяк як мовленнєва стратегія (на матеріалі сучасної французької мови): Автореф. дис. … канд. філол. наук: 10.02.05 / Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 20 с.
25. Хоменко І.В. Логіка – юристам.: Підручник. – К.: Четверта хвиля, 1998. – 392с.
26. Храковський В.С. Семантика и типология императива. Русский императив / Храковський В.С., Володин А.П. – Л.: Наука, 1986. – 272 с. – Библиогр.: 262-271.
27. Худолій А.О. Метафора у мові американських публіцистичних текстів. – Острог: Вид-во “НаУОА”, 2005. – 128 с. – Бібліогр.: с.113-127.
28. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С.68-78.
29. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и Дискурс. Проблемы экономического дискурса. – СПб.: Изд-во Санкт-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2001. – С.11-22.
30. Чрдилели Т.В. Структура, семантика и прагматика делового диалогического дискурса (на материале современного английского языка): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04; – Защищена 11.05.2004. – Харьков, 2004. – 216 с. – Библиогр.: с. 195-216.
31. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учеб. пособие. – М.: Флинта, 2006. – 254 с. – Библиогр.: с.248-252.
32. Шевченко І.С., Морозова О.І. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / Під загальн. ред. Шевченко І.С.: Монографія. – Харків: Константа, 2005. – С. 21-29.
33. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: ИТДГК “Гнозис”. – 326 с. – Библиогр.: 298-325.
34. Шипіцина Ю.В. Етичний кодекс як різновид прескриптивного тексту // Тези доповідей Міжнар. наук. конф., присвяченої 40-річчю Тернопільськ. держ. економ. ун-ту. – Тернопіль: Еліком, 2006. – С.61-63.
35. Шипицына Ю.В. Особенности функционирования средств категории модальности в этических кодексах бизнес-компаний // Лингвистические и методические аспекты системных отношений единиц языка и речи: Материалы Х юбилейной международной научной конференции “Пушкинские чтения” (6 июня 2005 г.) / Сост. и отв. ред. Н.Е.Синичкина. – СПб.: САГА, 2005. – C. 145-148.
36. Шипіцина Ю.В. Особливості комунікативної взаємодії адресант-адресат в етичних кодексах // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Зб. наук. пр. / Відп. ред. Н.М.Корбозерова. – Вип. 9. – К.:Логос, 2006. – С. 362-366.
37. Шипіцина Ю.В. Реалізація концепту INTEGRITY в текстах етичних кодексів // Проблеми семантики, слова, речення та тексту: Зб. наук. пр. / Відп. ред. Н.М.Корбозерова / Київськ. нац. лінгв. ун-т. – Вип. 17. – К.: Вид. Центр КНЛУ, 2006. – С. 379-384.
38. Шипіцина Ю.В. Реалізація різних типів дискурсу в текстах етичних кодексів // Проблеми семантики, слова, речення та тексту: Зб. наук. пр. / Відп. ред. Н.М.Корбозерова / Київ. нац. лінгв. ун-т. – Вип. 18. – К.: Вид. Центр КНЛУ, 2007. – С. 152-156.
39. Шипіцина Ю.В. Соціолінгвістична та препозиційна характеристика етичних кодексів // Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. “Наука і освіта ‘2005”. – Том 7. Філологічні науки. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 55-59.
40. Шипіцина Ю.В. Співвідношення лінгвістичних засобів вираження деонтичної та алетичної модальностей в етичних кодексах // Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. – 2006. – Сер. 9. – № 1. – С. 99-102.
41. Шипіцина Ю.В. Типи мовленнєвих актів в етичних кодексах // Наукові праці Кам’янець-Подільського державного університету: Філологічні наки. – Вип. 11. – Т. 12. – Кам’янець-Подільський: Абетка-НОВА, 2005.– С.238-244.
42. Яворская Г.М. Лексико-семантическая типология в синхронии и диахронии . – Киев: Наукова думка, 1992. – 112 с. – Бібліогр.: с. 100-107.
43. Яворська Г.М. Мовні концепти кольору (до проблеми категоризації) // Мовознавство. – 1999. – № 2-3. – С.42-50.
44. Яворська Г.М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс (методологічний, соціолінгвістичний, етнокультурний аспекти): Автореф. дис. … д-ра філол. наук: 10.02.15 / Інститут української мови НАН України. – К., 2000. – 36 с.
45. Яворська Г.М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс: Мова, культура, влада. – К.: Нац. акад. наук України. Ін-т мовознавства імені О.О.Потебні, 2000. – 288 с. – Бібліогр.: с. 257-285.
46. Яворська Г.М. Про деонтичну модальність мовних норм // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – 2000. – Сер. Філологія. – Том 3. – № 1. – С. 58 – 65.
47. Angell D., Heslop B. The Elements of E-mail Style. – New York: Addison-Wesley − 1994. – 156p.
48. Ashford E. Utilitarianism, Integrity and Partiality // Journal of Philosophy. – No. 97. – 2000. – P. 421-439.
49. Austin J.L. How to Do Things With Words. – Oxford: Oxford Univ. Press, 1962. – 166 p.
50. Awdiejew A. Strategie konwersacyjne (proba typologii) // Socjolingwistyka. – №11. – Kraków, 1991. – S. 7-20.
51. Bernes-Lee T. Weaving the Web. – London: Orion Business Books, 1999. − 421р.
52. Blanchard K., McBride M. The One Minute Apology. – L.: Harper Collins Publishers, 2004. – 116 p.
53. Blas G. Forms of Discourse // Discourse and Society. – London: Sage, 1995. – Vol. 2. – P. 108-114.
54. Bommer M., Gratto C., Gravender J., Tuttle M. A Behavioral Model of Ethical and Unethical Decision Making // Journal of Business Ethics. – 1987. – No. 6.– P.265-280.
55. Brown G., Yule G. Discourse Analysis. – Cambridge: Cambridge University Press, 1988. – 288 p.
56. Brown P., Gilman A. Politeness theory and Shakespeare’s four major tragedies // Language in Society. – 1989. – V.18. – №2. – P. 159-212.
57. Brown P., Levinson S. Politeness. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
58. Burghardt F. The scheme of discourse analysis // Pragmatics: A Reader. – Oxford; New York, 1991. – P. 97-108.
59. Business. The Ultimate Resource / Bennis W., Brown T. – New-York: Persens Publishing, 2002. – P. 231-232.
60. Calhoun Ch. Standing for Something // Journal of Philosophy XCII. – 1995. – P. 235-260.
61. Case J.H. Ethics? For Some Executives, It’s All About Image // UW Business. – Spring, 2003. – P. 36-37.
62. Chafe W. Beyond Beads on Siring and Branches in a Tree // Conceptual Structure, Discourse, and Language. – Stanford. – 1996. – P. 49-66.
63. Code Writing/ – 3/02/2005/ – Ht;bv ljcnege^ http^|[www.ethics.org/code\_writing.html](http://www.ethics.org/code_writing.html)/
64. Coste D. Narrative as Communication. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989. – 370 p.
65. Coulthardl. An Introduction to Discourse Analysis. – Longman, 1993. – 240 p.
66. Cox D., La Caze M., Levine M. Should We Strive for Integrity // Journal of Value Inquiry – Vol. 33. – No.4. – 1999. – P. 125-141.
67. Cressey D., Moore C. A. Managerial Values and Corporate Codes of Ethics // California Management Review. – 1983.– No. 25. – P. 53-77.
68. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Unversity Press, 2002. – 272 p.
69. Czerniawska F. Corporate-Speak: The Use of Language in Business. – Basingstoke, England: Macmillan, 1997. – 158 p.
70. Davion V. Integrity and Radical Change // Feminist Ethics / Ed. Claudia Card. – Lawrence, Kansas: University of Kansas Press, 1991. – P. 180-192.
71. Dery M. Flame Wars: the Discourse of Cyberculture. – Durham: Duke University Press. − 1997. – P. 2-14.
72. Dijk T. A., van. The Study of Discourse // Discourse as Structure and Process / Ed. by Teun A. van Dijk. – London: SAGE Publications, 1997. – P. 1-33.
73. Dijk T.A. van. Strategies of Discourse Comprehension. – New York etc.: Academic Press, 1983. – 418 p.
74. Dobrosklonskaya T. What do We Mean by Business English? / Newsletter. Akhmanova Readings. – December, 1992. – Moscow: LATEUM-MAAL, 1993. – 64 p.
75. Driscoll D., Hoffman M. Ethics Matters: How to Implement Values-Driven Management – 06.08.2005 // http://[www.ethics.org/code\_writing.html](http://www.ethics.org/code_writing.html).
76. Duimering P., Safayeni F. The Role of Language and Formal Structure in the Construction and Maintenance of Organizational Images // International Studies of Meeting & Organisation. – Vol. 28. – No.3. – Fall, 1998. – P. 57-85.
77. Ellis D.G. From Language to Communication. – Lawrence Erlbaum Associates, 1992. – 226 p.
78. Fairclough N. Language and Power: Second Edition. – Harlow, England: Pearson Education, 2001. – 226 p.
79. Farrell H., Farrell B. The Language of Business Codes of Ethics: Inplication of Knowledge and Power // Journal of Business Ethics. - № 17. – 1998. – P. 587-601.
80. Ferrel O.C., Greshem L.G. A Contingency Framework For Understanding Ethcal Decision making in Marketing // Journal of Marketing. – No. 49 (summer). – 1985. – P. 87-96.
81. Flowerdew J. Face in Cross-Cultural Political Discourse // Text. – 1999. – Vol. 19. – No.1. – P. 3-23.
82. Fraser B. The Domain of Pragmatics // Language and Communication / Ed. by J.C. Richards & R.W. Schmidt. – London: Longman, 1983. – P.29-61.
83. Fromm E. Forward to A. S. Neill's Summerhill
Hart Publishing Company. – 4.06.05. – Режим доступу: <http://www.nospank.net/fromm.htm>.
84. Geeraerts D. Representational Formats in Cognitive Semantics // Folia Linguistica. Acta Societatis Linguisticae Europaeae. XXXII/3-4. – Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1995. – 184 p.
85. Grabe W., Kaplan R.B. Theory and Practice of Writing. An applied Linguistic Perspective. – L., N. Y.: Longman, 1996. – 487 p.
86. Grice H. P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. Speech Acts. - Vol. 3. - New York, 1975. - P. 41-58.
87. Gumperz J.J. Discourse Strategies. – Cambridge: Cambridge University Press, 1982. – 623 p.
88. Habermas J. The Theory of Communicative Action. – Vol. 1. – London: Heinemann, 1984. – 465 p.
89. Halfon M. Integrity: A Philosophical Inquiry. Philadelphia: Temple University Press, 1989. – 156 p.
90. Harcourt Ed. Integrity, Practical Deliberation and Utilitarianism // Philosophical Quarterly. – No. 48. – 1998. – P. 189-198.
91. Harris Z.S. Discourse analysis // Language. – 1952. – Vol. 28. – № 1. – Р.1-30.
92. Heremeren L. On Modality in English. A Study of the Semantics of the Modals. // Lund Studies in English. – No. 53. – 1979. – 195 p.
93. Herring S. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. – Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins, 1996. – 136 p.
94. Hudson W.D. A Century of Moral Phylosophy. – N.Y.: Acad. Press, 1980. – 186 p.
95. Jackendorff R.S. Semantics and Cognition. – Massachusets: MIT Press, 1990. – 234 p.
96. Kärkkäinen E. Modality as Strategy in Interaction: Epistemic Modality in the Language of Native and Non-native Speakers of English. // Pragmatics and Language Learning. – University of Illinois at Urbana-Champaign. – Vol. 3. – 1991. – P. 197-216.
97. Kay P. Pragmatic Aspects of Grammatical Constructions – 15.09.06. – Режим доступу: http:// cg[1].prag.pdf.
98. Kress G. Critical Sociolinguistics // The Encyclopedia of Language and Linguistics / Ed. R.E.Asher. – Oxford, New York: Pergamon Press, 1994. – P.786-787.
99. Kress G. Ideological Structures in Discourse // Handbook in Discourse Analysis. – Vol 4. – London: Academic Press, 1985. – P.27-41.
100. Labov W. Modes of Mitigation and Politeness // Ed. by M.A. Lourie & N.F. Conklin. A Pluralistic Nation. The Language Issue in the United States. – Rowley: Newbury House, 1978. – P. 382-389
101. Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in Gulf. US-Berkley – 21.08.05. – Режим доступу: [http://lists.village.virginia.edu/sixties/HTML\_docs/Texts/Scholarly/Lakoff\_Gulf\_Metaphor\_l.html.i. 1991](http://lists.village.virginia.edu/sixties/HTML_docs/Texts/Scholarly/Lakoff_Gulf_Metaphor_l.html.i.%201991).
102. Lakoff G. The limits of politeness: therapeutic and courtroom discourse. // Multilingua. – 1989. – V.8. – No. 2/3. – P.101-129.
103. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind. – Chicago, London: The University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
104. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live by. – Chicago, London: The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
105. Langacker R.W. Cognitive Grammar // The Encyclopedia of Language and Linguistics. – Oxford, New York, Seoul, Tokyo: Pergamon Press, 1994. – Vol.2. – P.590-593.
106. Langacker R.W. Foundations of Cognitive Grammar. – Volume I. Theoretical Prerequisites. – Stanford: Stanford University Press, 1987. – 516 p.
107. Langlois C.C., Schlegelmilch B.B. Do Corporate Codes of Ethics Reflect National Character? Evidence from Europe and the United States // Journal of International Business Studies. – Vol. 21. – No. 4 (4 th Qtr.). – 1990. – P. 519-539.
108. Leech G.N. Principles of Pragmatics. − L.: Longman, 1983. − 250 p.
109. Levinson S.C. Pragmatics. − Cambridge: Cambridge University Press, 1983. − 420 p.
110. Levinson S.C.Speech Act Theory: The State of Art // Language Teaching and Linguistics: Abstracts. - Vol. 13. - 1980. - No 1. - P. 5-24.
111. Mathews M.C. Codes of Ethics: Organisational Behaviour and Misbehaviour // Research in Corporate Social Performance. – Vol. 9. – 1987. – P. 107-130.
112. Moore A. Language and Power – 03.04.2006. – Режим доступу: <http://www.universalteacher.org.uk/lang/power.htm>.
113. Mumby D., Clair R. Organizational Discourse // Discourse Studies: a multidisciplinary study.– 1997. – Vol.2. – London: Sage. – 181–205p.
114. Myers G.E., Myers M.T. The Dynamics of Human Communication. A Laboratory Approach. – McGraw-Hill, 1976. – 424 p.
115. Naughton J. A brief history of the future: the origins of the Internet. – London: Weidenfeld and Nicolson. − 1999. – 271 p.
116. Naumenko L.P. Cognitive Approach to Business English Concepts // TEFL Innovations and Challenges. Materials of the 8th National TESOL-Ukraine Conference 23-25 January, 2003. – Хмельницький: ТУП, 2003. – С. 91-94.
117. Neumann I. Requests in German-Norwegian Business Discourse: Difference in Directness. – Edinburg: Edinburg University Press, 1997 – 93 p.
118. Newsom D., Turk J., Kruckeberg D. This is PR. The Realities of Public Relations. – Belmont, CA: Wadsworth, 1999. – P. 56-64.
119. Nunan D. Language and Culture. – Oxford: Oxford University Press, 1998. – 167 p.
120. Ovcharuk T.V. Money. Metaphors We Live With // Cognitive/Communicative Aspects of English / Abstracts. – Cherkasy, 1999. – P. 31-34.
121. Perdue C. Complexification of the simple in the narrative discourse of adult language learners // Linguistics. – 1990. – Vol. 28. – P. 983-1010.
122. Pollach I. Communicating Corporate Ethics on the World Wide Web. A Discourse Analysis of Selected Company Web Sites. – Frankfurt am Main: Peter Lang, 2003. – 236 p.
123. Putman D. Integrity and Moral Development // The Journal of Value Inquiry. – 1996. – No.30. – P. 237-246.
124. Rayner P., Wall P., Kruger S. Media Studies. The Essential Introduction. – L., N. Y.: Routledge, 2002. – 331p.
125. Robbins S., Decenzo D. Fundamentals of Management. – New Jersey: Prentice-Hall, 2001. – P. 56-61.
126. Rogers P., Swales J. We the People? An Analysis of the Data Corporation Policies Document // The Journal of Business Communication. – No. 27(3). – 1990. – P. 293-313.
127. Sanderson R., Varner I. I. What’s Wrong with Corporate Codes of Conduct // Management Accounting. – 1984.– No. 66. – P. 28-35.
128. Schiffrin D. Approaches to Discourse. – Oxford; Cambridge, MA, 1994. – 487 p.
129. Schiffrin D. Discourse Markers. – Cambridge: Cambridge University Press, 1988. – 364 p.
130. Searle J.R. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 1976. – 203 p.
131. Searle J.R., Vanderveken D. Foundations of Illocutionary Logic. − Cambridge: Cambridge University Press, 1985. − 227 p.
132. Seeger M.W. Ethics and Organizational Communication. – Cresskill, NJ: Hampton, 1997. – 146 p.
133. Shypitsyna Y. Realization of the Cooperative Principle in Ethics Codes // The 11th National TESOL-Ukraine Conference “English in the 21st Century Ukraine: Research Priorities and Perspectives on Language Teaching and Learning”: conference papers. – Кам’янець-Подільський: TESOL-Ukraine National Conference, 2006. – P. 204-205.
134. Stevens B. An Analysis of Corporate Ethical Code Studies: “Where Do We Go From Here?” // Journal of Business Ethics. – No. 13. – 1994. – P. 63-69.
135. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. – Oxford: Blackwell, 1983. – 272 p.
136. Tanaka K. Advertising Language. – Routledge, 1994. – 167 p.
137. Tannen D. Gender and Discourse. – New York: Oxford University Press, 1996. – 229 p.
138. Taylor J.R. Linguistic Categorization. – Oxford: Clarendon Press, 1995. – 313p.
139. Tsui A.B English Conversation. – Oxford: Oxford University Press, 1995. – 298p.
140. Virtanen T. Issues of text typology: Narrative – a ‘basic’ type of text? // Text. – 1992. – Vol. 12. – № 2. – P. 293-310.
141. Wierzbicka A. Lexicography and Conceptual Analysis. – Ann Arbor: Karoma Publishers, Inc., 1985. – 368 p.
142. Wierzbicka A. Semantic Primes and Universals. – Oxford: Oxford University Press, 1996. – 500 p.
143. Wierzbicka A. Semantic Primitives. – Frankfurt (Main), 1972. – 235 p.
144. Wodak R. Critical discourse analysis and the study of doctor-patient interaction // The Construction of Professional Discourse / Ed. by B.-L.Gunnarsson, P.Lineel, B.Nordberg. – London: Longman, 1997. – P. 173-200.

**ЛЕКСИКОГРАФІЧНІ ДЖЕРЕЛА**

1. АУС1: Англо-український словник: У 2 т. – Близько 120 000 слів / Склав М.І.Балла. – К.: Освіта, 1996. – Т.1. – 752 с.
2. АУС2: Англо-український словник: У 2 т. – Близько 120 000 слів / Склав М.І.Балла. – К.: Освіта, 1996. – Т.2. – 712 с.
3. КСКТ: Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. – М.: Моск.гос.ун-т, 1996. – 245 с.

ЛС: Логический словарь / АН СССР. Ин-т философии. Гл. ред. Кондаков Н.И. – М.: Наука, 1971. – 638 с.

1. СЛ: Словарь по логике / Сост. А.А.Ивин, А.Л.Никифоров. – М.: Владос, 1998. – 383 с.
2. ФЭС: Философский энциклопедический словарь / Гл. ред. Л.Ф. Ильичев, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В. Ганов – М.: Сов. Энциклопедия, 1983. – 840с.
3. CIDE: Cambridge International Dictionary of English. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 1773 p.
4. CCELD: Collins Cobuild English Language Dictionary. – London: Harper Collins Publishers, 1991. – 1703 p.
5. LDCE: Longman Dictionary of Contemporary English. – 3rd edition. – Longman, 2000. – 1661 p. – P. 740.
6. RHWCD: Random House Webster’s College Dictionary. – Glencoe ed. – N.Y.: Random House, 1991. – 1567 p. – P.700.
7. RNMT: Roget's New Millennium™ Thesaurus [Електронний ресурс]: First Edition (v. 1.0.5). – Copyright © 2004 by Lexico Publishing Group, LLC.
8. RTEWP: Roget's Thesaurus of English Words and Phrases. – London: Penguin Books, 1978. – 712 p.
9. AHDEL: The American Heritage® Dictionary of the English Language [Електронний ресурс]: Fourth Edition – Copyright © 2000 by Houghton Mifflin Company.
10. WDS: Webster’s Dictionary of Synonyms. First Edition. – Springfield, Mass., USA. – G & C. Merriam Co., Publishers, 1942. – 907 p. - P.466.
11. WNCT: Webster’s New Complete Thesaurus. – N.-Y.: SMITHMARK Publishers, 1995. – 690 p. – 339.
12. WTNIDEL: Webster's Third New International Dictionary of the English Language. (Unabridged). – Cologne: Könnemann Verlagsgesellschaft MBH, 1993. – 2662 p.

**ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

1. **A&L:** Alliance & Leicester. Group Policies. – 4.09.05. – Режим доступу: <http://www.alliance-leicester-group.co.uk/non-html/loader.asp?d=group&p=policies.html&s=5%20>.
2. **AVN:** Avon Corporation. Voice at Work. – 1.04.05. – Режим доступу: <http://www.unionvoice.org/aflcio_voiceatwork/alert-description.tcl?alert_id=1035735>
3. **BA:** Bell Atlantic. Our Vision Statement. – 12.06.05. – Режим доступу: http://www.bell-atl.com/about/vision.htm.
4. **BSC:** BellSouth Corporation. Who We Are. – 12.06.05. – Режим доступу: <http://www.bellsouth.com/whoweare/corp.vtml>.
5. **B&J:** Ben & Jerry’s. Where in the World are We? – 2.02.05. – Режим доступу: <http://www.benjerry.com/international/index.htm>.
6. **BG:** Boeing. Ethics. – 3.06.05. – Режим доступу: <http://www.boeing.com/companyoffices/aboutus/ethics/integst.htm>.
7. CS: Cadbury Schweppes. Our Human Rights And Ethical Trading Policy. – 7.07.2005. – Режим доступу: <http://www.cadburyschweppes.com/EN/EnvironmentSociety/EthicalTrading/Commitments/>
8. **CC:** Coca-Cola. Code of Ethics for Senior Financial Officers. – 3.04.05. – Режим доступу: http://media.corporate-ir.net/media\_files/irol/11/114845/reports/codeofEthicsForSrFinancialOfficers.pdf.
9. **CQ :** Compaq. Ethics Code. – 4.05.05. – Режим доступу: http://www.compaq.com/inside/ethics/code\_conduct.html.
10. **CW:** Countrywide. Corporate Governance. – 6.02.05. – Режим доступу: <http://about.countrywide.com/CorporateGovernance/EthicStatement.aspx>.
11. **CEC:** Cummins Engine Co. Ethical Standards. Statement of Principles – 3.04.05. – Режим доступу: http://ethics.iit.edu/codes/coe/cummins.engine.co.ethical.standards.html.
12. **DEC**: Duke Energy Corporation. Code of Business Ethics. – 5.09.05. – Режим доступу: http://www.duke-energy.com/corporate-governance/code-of-business-ethics.asp.
13. **eB:** eBay. Ethics. – 5.05.05. – Режим доступу: <http://public.thecorporatelibrary.net/Ethics/eth_ebay.htm>.
14. **E&Y:** Ernst & Young. Code of Conuct. – 6.06.2006. – Режим доступу: http://www.ey.com/global/content.nsf/International/Home.
15. **FF:** First Federal. Code of Ethics. – 5.05.05. – Режим доступу: <http://www.firstfed.com/help/code_of_ethics.asp>.
16. **GSK:** GlaxoSmithKline. Code of Conduct. – 2.05.05. – Режим доступу: http://www.gsk.com/about/corp-gov-ethics.htm.
17. **HP:** Hewlett Packard. Code of Coduct. – 4.05.05. – Режим доступу: http://h18000.www1.hp.com/inside/ethics/code\_conduct.html.
18. **GM**: General Motors. Code of Conduct. – 3.04.05. – Режим доступу: http://www.generalmotors.com/code/conduct.html.
19. **HB**: Hasbro. Code of Ethics. – 5.05.05. – Режим доступу: http://www.corporate.ir.net/ireyelir\_sitezhtml?ticker=HAS&Script+2250.
20. **J&J:** Johnson & Johnson. Code of Business Conduct & Ethics. – 09.08.05. – Режим доступу: http://www.investor.jnj.com/governance/boardconduct.cfm.
21. **LS:** Levi Strauss & Co. Vision & Values. – 16.09.05. – Режим доступу: http://www.levistrauss.com/about/vision.
22. **LXM:** Lexmark. Lexmark Vision and Values. – 12.06.05. – Режим доступу: http://www.lexmark.com/US/corporate/vision\_values.html.
23. **LM:** Lockheed Martin: Setting the Standard. – 16.09.05. – Режим доступу: <http://www.lockheedmartin.com/about/ethics/standard.html>.
24. **MNT:** Mannatech. Code of Conduct. – 4.09.05. – Режим доступу: <http://www.secinfo.com/d14D5a.z218f.c.htm>.
25. **MNT**: Mannatech. Policies and Procedures. – 4.09.05. – Режим доступу: <http://www.secinfo.com/d14D5a.z218f.c.htm>.
26. **MOC:** Marathon Oil Corporation. Code of Ethics. – 23.09.2005. – Режим доступу: <http://www.freeedgar.com/EdgarConstruct/Data/899243/03-495/dex14.htm>
27. **MK:** Mary Kay. Code of Ethics. – 3.08.05. – Режим доступу: http://www.marykay.com/dsa.aspx?tab=home.
28. **MCS:** Microsoft. Code of Conduct. – 7.03.05. – Режим доступу: http://www.microsoft.com/msft/governance/financecode.mspx.
29. **McD:** McDonald’s. Our People Promise. – 2.02.05. – Режим доступу: http://www.mcdonalds.com/corporate/promise/people/people.html.
30. **MTR**: Motorola. Code of Conduct. – 6.05.05. – Режим доступу: http://www.motorola.com/content.jsp?globalObjectId=75-107.
31. **NK:** Nike. Our Chronology. – 3.04.05. – Режим доступу: <http://www.nikebiz.com/story/chrono.shtml>.
32. **NV**: Novartis. Code of Conduct. – 5.06.05. – Режим доступу: http://www.novartis.com/downloads/code\_of\_conduct.pdf.
33. **OAB**: OJSC Alfa Bank. Code of Corporate Ethics. – 3.04.05. – Режим доступу: <http://www.alfa-bank.com/corporate/code>.
34. **OTS** : Otis. Ethics. – 4.03.05. – Режим доступу: http://otis.com/otis/1.352.CLIRES,00.html.
35. **PPG**: Pittsburg Plate Glass Company. Code of Conduct. – 6.01.06. – Режим доступу: http://ethics.iit.edu/codes/coe/pittsburg.plate.glass.co.bus.conduct.policy.html.
36. **P&G:** Procter & Gamble. Conduct Manual. – 6.03.05. – Режим доступу: http://www.pgcitizenship.co.uk/downloads/values\_and\_code\_of\_conduct..pdf.
37. **RF:** Rowe Furniture. Ethics. – 4.05.05. – Режим доступу: <http://www.therowecompanies.com/ethics.HTM>.
38. **SG**: Sage. Ethics. – 4.09.05. – Режим доступу: <http://www.sage.org/ethics.mm>.
39. **SLC:** Salt Lake City. Code of Conduct. – 03.05.05. – Режим доступу: http://asne.org/ideas/codes/deseretnews.htm.
40. **SHL**: Shell. Values. Commitments. 4.09.05. – Режим доступу: <http://www.shell.ca/code/values/commitments/ethics.html#4>.
41. **SB:** Sybase. Ethics. – 4.05.05 // <http://www.sybase.com/detail?id=1018482>.
42. **VZ**: Verizon. Code of Conduct. – 5.06.05. – Режим доступу: <http://www22.verizon.com/about/careers/codeofconduct/>.
43. **WS:** Williams-Sonomainc. Code of Ethics. – 19.06.05. – Режим доступу: http://www.williams-sonomainc.com/inv/gov/index.cfm.
44. **WT**: Wyeth. Code of Conduct. – 6.07.05. – Режим доступу: http://media.corporate-ir.net/media\_files/IROL/78/78193/Governance/codeofconduct.pdf.

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