

**ПРОЯВ СТИЛІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ  
У ПЛОЩИНІ ДЕСПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ  
(на матеріалі сучасної англійської економічної лексики)**

У статті встановлено етапи деспеціалізації, на яких економічні одиниці інтегруються у газетне мовлення. Розглянуто стилістичні особливості запозичення у нефархову публіцистику економічної лексики трьох ступенів детермінологізації.

Вивчення мови в дії викликало інтерес до функціональних стилів, основою яких виступають тексти, спрямовані на відображення певної сфери людського спілкування [1: 85-86]. Оскільки стиль уважають динамічною і здатною до змін системою [1: 83], у мовленнєвій діяльності виділяють взаємодію публіцистичного і наукового стилів [2: 116; 3: 22-23]. Лексика вважається одним із основних стильоутворюючих засобів [4: 14]. Термінологія, що широко представлена у спеціальних текстах [5: 159], "являє одну із ланок, через яку НТР впливає на стилі, ускладнюючи їх, роблячи їх різноманітнішими і відношення між ними складнішими" [3: 1]. Звідси, наукове і публіцистичне взаємопроникнення передбачає лексичну дифузію [2: 116]. Перенесення термінологічного значення з однієї підмови в іншу викликає не тільки взаємодію стилів, а й детермінологізацію галузевих слів [6: 163], яку поділяють на три етапи [3: 7-9; 7: 100-101]. Ще кілька десятиліть тому запровадження до мовної тканини нефархового твору термінологічних слів сприймалося як сміливе новаторство та викликало бурхливі дискусії, оскільки ця лексика перебувала на периферії літературної мови, була маловідомою і розцінювалася виключно раціональною, тому й неестетичною [8: 139]. Сьогодні для багатьох мов характерне широке проникнення термінології в найрізноманітніші сфери діяльності людей та у повсякденне життя [9: 88]. Підтвердженням є дослідження на базі української, англійської, російської, грецької і латинської мов [див. напр., 7: 95-104; 9: 87-89; 6], тому науковість викладу в неспеціальних комунікаціях зумовлена деспеціалізацією терміноодиниць [10: 13]. Проведений аналіз існуючих наукових розвідок показує, що стилістичне використання термінології вже було предметом пошуків вітчизняних науковців [4; 6; 2; 3], проте сучасна англійська економічна система об'єктом не виступала. У публіцистиці "економічний огляд... оформляється за нормами наукового стилю" [11: 69], тому припускаємо запозичення одного з елементів наукового стилю, економічної лексики, у газетне мовлення. Таким чином, метою нашого дослідження є виявлення стилістичних змін, що відбуваються у нефархових публіцистичних текстах, які включають економічні одиниці трьох ступенів деспеціалізації.

Ознакою публіцистичного стилю, що зближує його з науковим, є логічність [3: 11]. Важливим лінгвістичним параметром термінолексики є її функціонально-стильова конотація [12: 243]. Щодо спеціального оточення, то ніякого стилістичного навантаження терміни не несуть [9: 88]. Проте, якщо терміноодиниці інкорпоровуються у сферу загальноуживаної комунікації, вони володіють безсумнівним стилістичним потенціалом, бо використовуються не тільки для позначення різних понять, але і для створення відповідної атмосфери [4: 34, 96]. Наприклад, економічні одиниці вводяться в номінативому значенні для: а) передачі мовного арсеналу персонажів – *"The Greek economy, said Vaz, has considerably improved..."* (The Times: 24.01.01, 2), на що вказує пряма мова; б) опису обставин, у яких відбувається дія. У відрізку *"... they would save a further J1 billion from the Environment and Regions budget by scrapping regional bodies, selling buildings and streamlining the Government's regional operations. A further J300,000 comes from slimming the Trade and Industry Department and scrapping grants for small businesses"* (The Times: 24.01.01, 9) при посередництві слів *the Environment and Regions budget, the Trade and Industry Department, businesses* консерватори демонструють свої економічні обіцянки; в) розкриття характерів чи відносин між героями. Так, у реченні *"He was proud of his numerous honorary degrees – particularly the doctorate bestowed on him in 1993 by Edinburgh, the university he might have attended had he not been lured into the food industry after a rugby game"* (The Times: 24.01.01, 19) описуються риси особи, якій присвячена стаття; г) передачі інформації про нові явища. Наприклад, у контексті *"The arrangements – whereby an equipment manufacturer bankrolls its customer – are called vendor financings ..."* (The Times: 24.01.01, 25) для роз'яснення поняття *vendor financings* використовується авторське тлумачення з опорою на вираз *to be called*; д) розкриття задуму журналіста чи ідеї повідомлення – *"The largest slice of Michael Portillo's J8 billion savings, which William Hague has said will all go towards tax cuts, comes from the social security budget, where David Willetts, the Social Security spokesman, has identified J2.5 billion of cuts"* (The Times: 24.01.01, 9) одиниці *tax, budget* передають зміст розповіді *"Fight to death over a thousand cuts"*, бо супроводжуються тематичною лексемою *cuts*, яка міститься у заголовку; ж) вираження відношення автора чи героїв до дійсності. Наприклад, журналіст спочатку узагальнює свої погляди на ситуацію: *"The refusal to consider other offers, particularly when they might return more money to taxpayers and the National Lottery, looks odder and odder"* (The Times: 24.01.01, 17). Далі адресант уточнює особисте ставлення за допомогою термінів *privileged sole bidder, rival bid, ex-manager*: *"It now emerges that Legacy's privileged sole bidder status is ... thus choking off any rival bid, notably the scheme floated by the Dome's ex-manager..."*. Тому, лексика економічного походження, яка передбачає реалістичне відтворення фархового мовлення, перестала бути чимось винятковим для публіцистичної тканини неспеціальних текстів.

Ми виявили спосіб створення додаткової стилістичної інформації, який не передбачає змін у семантичній структурі терміна: уживання одиночних термінів [3: 15] уже знайомих нефахівцям, або одиниць із опорою на спеціальні слова, якщо терміни не відомі широкому загалу. Наприклад, у висловленні *"Those talks recently led to 50 retailers and manufacturers, excluding Burger King, agreeing to phased cuts in the amounts of salt added to a range of processed foods including bread..."* (The Sunday Times: 09.10.05, <http://www.sunday-times.co.uk>) знаходимо представників економічної субмови – прості терміни *retailers*, *manufacturers*. У іншому прикладі *"Since then, however, Diageo, the British owner, has sold it to a consortium of American venture capitalists"* (The Sunday Times: 09.10.05, <http://www.sunday-times.co.uk>) міститься "термінологічний ланцюг": *"a consortium of American venture capitalists"*, де одиниця *a consortium* уточнюється за допомогою ТС *American venture capitalist*. Графічна форма терміна у розглянутих ілюстраціях сигналізує про асоціації, притаманні економічній субмові. Ефективним засобом протиставлення стилів є авторський коментар, який носить вільний характер і відрізняється від словникового тлумачення [3: 15]. Наприклад, повідомляючи про величезні прибутки, отримані на аукціоні від реалізації ресторанного обладнання, журналіст спирається на вираз *to go under the hammer* (The Sunday Times: 24.10.04, <http://www.sunday-times.co.uk>). Хоча в економічній комунікації це вислів має значення *"to be sold at an auction"* [13: 215], той, хто пише, подає власне пояснення *"They sold..."*, яке виключає сему *"an auction"*. Причину неповної індивідуальної дефініції вбачаємо у тому, що на початку статті реципієнта ознайомили з місцем дії через уживання слова *auction* – *"the auction house"*, *"the auction room"*. Оскільки *to go under the hammer* наводиться у кінці нарису, коли ситуація цілком зрозуміла читачеві, то немає потреби повторювати цей семантичний компонент ще раз. Значення економічних слів нечітко терміновані у свідомості рядових носіїв мови, бо існує розходження їхніх тлумачень у словниках та за межами лексикографії. Функціонування терміна в невластивому для нього стилі спричиняється не тільки стильовими особливостями, але і "зв'язано з конкретними завданнями висловлення" [14: 58]. Ситуативні вклучення термінів, зумовлені вимогами теми повідомлення, сприяють розширенню сфери функціонування спеціальних слів, їх проникненню в інші стилі" [10: 13]. Наприклад, у лікуванні раку (*"Cancer treatment – privilege of the rich"* (The Sunday Times: 29.10.05, <http://www.sunday-times.co.uk>) прогнозується значний прогрес завдяки нововведеним медичним препаратам, які створюють відповідний ринок – *the cancer drug market*. Хоча витрати уряду (*government spending*) на медицину помітно зросли, проте є значний брак коштів на лікування раку. Бюджет та декілька трастів лікарні, яка впроваджує і випробовує протиракові засоби (*NHS budgets, NHS trusts*), знаходяться у фінансовій скруті (*financial disarray*). Як висновок журналіст ставить перед читачами риторичне запитання: чи зможуть платники податків (*taxpayers*) сплатити такий величезний рахунок (*foot the bill*)? Бачимо, що для розкриття проблеми, зазначеної у заголовку статті, автору стали у нагоді сім економічних одиниць. Таке наповнення зумовлене заголовною лексемою *rich*, значення якої *"people who have a lot of money and possessions"* [15: 1218] уключає сему *"money"*, тому й назва публікації передбачає обговорення фінансових питань. У публікації *"France faces war in former Africa colony"* (The Sunday Times: 07.11.04, <http://www.sunday-times.co.uk>) адресант обходиться трьома термінами *commercial, producer, commodity prices*, щоб передати інформацію про економічний розлад у французькій колонії. Щодо дискусії *"Bleating about Bush"* (The Sunday Times: 07.11.04, <http://www.sunday-times.co.uk>) автор обмежується економічною лексемою *tax reform*, коли йдеться про внутрішню діяльність президента. Тут "пасивність" термінів пояснюємо тим, що автор переймається причинами перемоги Буша на виборах та висвітлює його переваги як політичного лідера, а не звертається до економіки країни. Отож, насиченість статей фаховими лексемами зумовлена інформацією, що надається читачу. Таким чином, термінологічні слова, вживані в неекономічному газетному дискурсі у прямому значенні з метою номінації галузевих об'єктів, не залишаються нейтральними. Вони піддаються помітним стилістичним змінам, котрі не зв'язані з семантикою, а викликані замкнутістю терміносистеми. Це одиниці, які щойно проходять, або вже подолали перший етап детермінологізації.

Другий напрямок стилістичних модифікацій зумовлений тим, що для газетної мови характерна єдність організаційно-впливової функції переконання та інформаційно-змістовної [4: 7-8]. Стилiстичні інновації характеризують публіцистику, що диктується необхідністю оновлення експресії для реалізації її провідної функції – впливу на читача з метою переконання [3: 5]. Наприклад, термін *industry* функціонує для позначення поняття економіки у галузевому дискурсі – *"any organized activity using capital and labour to produce a particular product or class of product"* [16: 277], де його присутність не пов'язана з експресивним забарвленням: *"...the profits of industry is already exerting a depressing influence. The German industry federation... cut its growth forecast from 1 per cent to 0.75 per cent"* (The Times: 01.09.05, <http://www.timesonline.co.uk>). У неспеціальному газетному повідомленні: *"The magazine is the industry's 'bible' and Ms Walter, 40, has been with it for 17 years. She is so respected in the industry that she was nominated for its Woman of the Year 2000 Award"* (The Times: 24.01.01, 5) слово *industry* демонструє метафоричність: *"magazine is the industry's 'bible'"*, що викликає появу конотацій *"an organized activity using capital and labour to produce a magazine"*, які забезпечують його образне сприйняття. Експресивність переосмисленої економічної лексеми *industry* загострює емоційне сприйняття дійсності і свідчить про її особливе стилістичне призначення у непрофесійному мовленні. Одним із джерел експресії виступає прозора семантична структура, умотивованість внутрішньої форми [3: 11]. Порівнюючи нефахове уживання терміна *industry* з його парадигматичною дефініцією, переконалися у семантичній умотивованості одиниці за рахунок авторських асоціацій, базованих на словникових семних ознаках *"to produce a particular product or class of product"* [16: 277] й оказіональних контекстуальних елементах *"to issue a magazine"*. Засобом, який

підсилює асоціації з фаховим термінополем, призводить до інтенсифікації стилістичного ефекта, є присутність у контексті інших галузевих лексем досліджуваної сфери [3: 11]. У реченні *"Under Mr Bush's wide-ranging education 'blueprint' states and school districts that raise test scores and lift standards would reap financial rewards and federal funding would be cut for those that do not"* (The Times: 24.01.01, 15) економічне сполучення *federal funding* супроводжує новотвір *financial rewards*, знайомлячи нас зі змінами в системі освіти. У наступному відрізку *"The outline... to obtain a private education"* (The Times: 24.01.01, 15) подається авторське тлумачення виразу *financial rewards* – *"to give federal money in the form of vouchers to help students in consistently failing public schools to obtain a private education"* при посередництві відомого фахівцем ТС *federal funding* (*"money provided by the US government"*) [16: 198]), чим підкреслюється подвійна науковість та переосмисленість незафіксованої у словниках лексичної інновації *financial rewards*. У такий спосіб журналіст протиставляє економічні терміни *financial*, *federal funding* цілому ряду стилістично нейтральних лексем. Бачимо, що економічні слова у переносному смислі у публіцистиці не змінюють її функціонального призначення. Отже, наявність експресивного начала у публіцистиці зумовлює використання детермінологізованих економічних слів на другому ступені деспеціалізації для досягнення, крім комунікативних, ще й естетичних цілей.

Виділяємо нетрадиційне використання термінології у складі стилістичних прийомів, заснованих на взаємодії смислових планів – метафорі та епітеті [3: 19]. Важливо, щоб ознака, яка зближує явища із спеціальної сфери і суспільно-політичного життя, була зрозумілою, бо прийом не відповідатиме своєму призначенню [3: 19]. Тому суттєва роль відводиться стилістичним сигналам, котрі вказують, які семи актуалізуються в контексті [3: 19]. Розглянемо приклад: *"Her huge popularity turned a little-known movement into a global brand"* (The Sunday Times: Interview 24.10.04, <http://www.sunday-times.co.uk>) – мова йде про рух Каббала, якому пощастило, бо до нього приєдналася всесвітньо відома зірка естради Мадонна. Тут метафоризується термін *brand* (*"a name given to a product by a company so that the product can easily be recognized by its name or its design"*) [13: 49]). У результаті виділення ознаки *"впізнавати"*, сигналом чого є слово *little-known*, відбувається зміна референтної віднесеності економічної одиниці *brand*, яка використовується по відношенню до *"маловідомого руху Каббала, який тепер легко впізнають у світі завдяки величезній популярності співачки"*. Окаціонально деспеціалізована одиниця певною мірою зберігає своє пряме термінологічне значення. Її нові нефахові асоціації сприяють створенню стилістичного контрасту [6: 122]. Наприклад, вторинні метафоричні смисли терміна *brand*: *"a global brand"* (The Sunday Times: 24.10.04, <http://www.sunday-times.co.uk>), *"brand of football"* (*"I'd like to see the team display our own brand of football"*) (The Guardian: 09.09.04, <http://www.guardian.co.uk>) сприймаються на фоні його основного номінативного значення *"фабрична марка"*; *"фабричне клеймо"* [17: 270] і у тісному зв'язку з ним. Оскільки *"кожен елемент тексту впливає на читача не ізольовано, а в контексті, тобто взаємодіючи з іншими елементами того ж та інших рівнів і кодів"* [12: 142], переносність зумовлюється застосуванням терміна *brand* у конкретних ситуаціях: *"про маловідомий рух"* – *a little-known movement*; *"про футбольну команду"* – *a football team*, у поєднанні лише з певними лексичними компонентами негалузевого контексту: *"huge"*, *"popularity"*, *"turn"*, *"little-known"*, *"movement"*, *"global"*; *"like"*, *"to see"*, *"team"*, *"display"*, *"football"*. Отже, спеціальне значення економічних лексем, функціонуючи у нефаховому контексті, створює певний стилістичний контраст, що виникає в зовнішніх зв'язках термінів із неекономічною лексикою. Це пов'язано зі зростанням емоційного забарвлення економічних слів, яке викликається оцінкою мовця. Передбачається, що читач достатньо підготовлений, щоб на базі відомої прямої семантики одиниці в його свідомості проектувалася зумовлена нестандартним контекстом переносна семантика, щоразу інша, суб'єктивно авторська [8: 146]. У випадку з терміном *brand* адресату знайоме спеціальне значення цієї лексеми, бо вона увійшла до нефахового мовлення у прямому термінологічному смислі. Тому в наведених ілюстраціях реципієнт легко переносить галузеві диференційні ознаки *"to recognize"*, *"by name"* до публіцистичного контексту і відтворює значеннєвий задум того, хто пише. Звідси, при залученні економічного терміна до іншого стилістичного середовища він здобуває здатність виступати в якості експресивного засобу. У такий спосіб досліджувані лексеми не порушують естетики публіцистичного твору, а значно підвищують його інформативність і цілісність.

Коли термін стоїть поруч із барвистим метафоричним епітетом, емоційна насиченість і психологічне забарвлення поширюються на означуваний терміном об'єктивно нейтральний предмет [8: 143]. Наприклад, у ТС *"crime economy"* (*"...to hit criminals where it hurt – in their pockets" but a report shows that police seized only J16 million last year from a crime economy valued at J18 billion"*) (The Times: 12.11.04, <http://www.timesonline.co.uk>) прикметник *crime* надає експресивності терміну *economy*, бо виявляється не у прямому смислі – *"illegal activities in general"* [15: 321], а в метафоричному – *"illegal activities in economy"*. З іншого боку, слово *economy* тлумачиться лексикографами як *"the system by which a country's goods and services are produced and used, or a country considered in this way"* [13:149] і не передбачає *"незаконної діяльності"* (*"illegal activities"*). Тому говоримо про ситуативне залучення семантичних ознак *"illegal"* і *"activities"*, де сема *"illegal"* надає негативної конотації поняттю *economy*. Таким чином, вираз *crime economy* має експресивний характер. Епітет, запозичений із спеціальних галузей, відрізняється високою інформативністю, що закладена в терміні й виявляється у незвичній сполучуваності [3: 22]. Наприклад, у реченні *"Terror and economic threats have, indeed, been the twin themes of the election campaign"* (The Times: 02.11.04, <http://www.timesonline.co.uk>) привертає увагу вираз *economic threats*, якого не знаходимо у фаховому словнику. Натомість загальне джерело подає три тлумачення полісеманта *threat* [15: 1505]. Проте

жодне значення не містить семи, що стосується економічної субмови. Звідси, вживання терміна *economic* в атрибутивній функції поряд із визначуваням нефахового характеру *threats* призводить до того, що лексема *threat* отримує раніше не притаманний їй новий семантичний елемент *economic*. Таким чином, цілеспрямоване уживання епітетів на базі економічної лексики у моделях: Аз + Нт, Ат + Nz характеризує об'єкт, виділяючи ознаку, не властиву його природі, і пов'язане з експресивною функцією, яку термінологія виконує у публіцистиці.

Інший напрямок змін визначається важливою рисою публіцистики – "стандартизованістю" [18: 97]. Втративши експресивність, детермінологізована лексика використовується у нових значеннях [18: 97]. Переносні термінологічні новотвори, потрапляючи до суспільної уваги, знаходять прихильників [3: 20]. Універсалізація метафори з терміном в основі, тобто застосування її в нових ситуаціях, призводить до розширення сполучуваності терміна, до зростання ступеня його деспеціалізації [3: 20]. Згодом такі одиниці можуть виявитися гідними включення до загальнономовного тлумачного словника [3: 20]. Наприклад, одиниця *bonus* спочатку позначала поняття економічної субмови: "*an extra amount of money added to an employee's wages, usually as a reward for doing difficult or good work*" [13: 46]. Згодом термін *bonus* здобув метафоричну конотацію: "*something good that you did not expect in a situation*" [15: 137]: "*I've come to the realisation, at 57, that I have to do things that please myself, and if people like them that's a bonus*" (The Sunday Times: 31.10.04, <http://www.sunday-times.co.uk>), яку було зафіксовано у мові. Переносне значення слова *bonus* – "достойнство", "перевага" [17: 258] витіснило спеціальне "бонус", "премія" [17: 257], тому на зміну галузевого прийшло загальноуживане забарвлення. Епітет за особливостями своєї структури легко переноситься в інший контекст, тому вдалі авторські вживання можуть відразу підтримуватися мовцями і втрачати оригінальність [3: 22]. Так, вислови *economic crisis* / *hardship* добре засвоїлися у мовленні ("*Widespread anger at corruption and the fallout from a regional economic crisis that has left one in three Uruguayans living below the poverty line are the main reasons behind the Frente's victory*" (The Times: 02.11.04, <http://www.timesonline.co.uk>), "*But the practice is under threat from economic hardship*" (The Times: 01.11.04, <http://www.timesonline.co.uk>)) та закріпилися у парадигматиці (*economic crisis* – "*a period or moment of great danger, difficulty, or uncertainty, especially in... economics*" [15: 322], *economic hardship* – "*the condition of having very little money so that life is very difficult*" [15: 651]). Таким чином, узуалізоване економічне слово має здатність функціонувати у побутовій мові, не отримуючи професійно забарвлених відтінків.

Отже, нетрадиційне уживання економічної лексики першого та другого етапів деспеціалізації у нефаховому газетному дискурсі полягає у цільовому використанні способу, заснованому на функціонально-стильовій віднесеності термінології і термінологічних слів у складі стилістичних прийомів. Терміни третього рівня деспеціалізації стильового навантаження не несуть. Відбувається лексична дифузія і змішування стилів на першому та другому етапах детермінологізації й нейтралізація стилістичних характеристик економічних одиниць на третьому етапі деспеціалізації.

Перспективу цього дослідження вбачаємо в можливості екстраполювати частину отриманих результатів на інші шари термінологічної лексики сучасної англійської мови.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Мигoliniнecь О.І. До поняття функціоналізму, функціонального стилю та функціонально-орієнтованого тексту // Проблеми романо-германської філології: Зб. наук. пр. – Ужгород: УДУ, 1999. – С. 78-88.
2. Кудрявцева Л.А. Отражение процесса терминологизации русского литературного языка советского периода в словарях и других лингвистических источниках (общетехническая терминология): Дис... канд. филол. наук: 10.02.01. – К., 1982. – 203 с.
3. Соловьева З.Р. Стилистическое использование иностранной терминологической лексики в газетно-журнальной публицистике (на материале прессы Великобритании и США 1973-77 гг.): Автореф. дис... канд филол. наук: 10.02.04 / МГПИИЯ им. М. Тореца. – М., 1977. – 24 с.
4. 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.
5. Іващишин О. Англomовні науково-технічні тексти з проблем екології та сірчаного виробництва в системі функціональних стилів // Проблеми української термінології: Вісник держ. ун-ту "Львівська політехніка". – Львів, 2000. – № 402. – С. 156-160.
6. Мостовой Н.И. Детерминологизация в современном английском языке: Дис... канд. филол. наук: 10.663. – К., 1971. – 248 с.
7. Струганець Л. Детермінологізація лексики сучасної української літературної мови // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. пр. – Харків: ХДПУ ім. Г.С. Сковороди, 2000. – Вип. 5. – С. 95-104.
8. Науково-технічний прогрес і мова. – Київ: Наукова думка, 1978. – 193 с.
9. Николаева Н.С. Некоторые вопросы терминологии и терминографии в обучении русскому языку иностранных студентов-филологов // Сучасні проблеми термінології та термінографії: Тези доповідей міжнар. наук. конф. – К.: КМУЦА, 2000. – С. 87-89.
10. Озерова Н.Г. Взаимодействие функциональных стилей в русском и украинском языках // Сучасні проблеми термінології та термінографії: Тези доповідей міжнар. наук. конф. – К.: КМУЦА, 2000. – С. 12-13.
11. Антонович М.М. Спецкурс "Функціональний аналіз субстантивних словосполучень газетних текстів (на матеріалі англійської мови)" – Івано-Франківськ: ІФДПУ, 1992. – 136 с.
12. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сб. статей. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1999. – 444 с.

13. Longman Business English Dictionary / D. Summers. – Barcelona: Cayfosa-Quebecor, 2001. – 533 p.
14. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.: Изд-во лит-ры на ин-х языках, 1958. – 459 с.
15. Longman Dictionary of Contemporary English / Director: D. Summers. – 3-d ed. – Barcelona: Cayfosa-Quebecor, 2001. – 1753 p.
16. Longman Dictionary of Business English / Revised by J.H. Adam. – Longman: York Press, 1989. – 564 p.
17. Новый большой англо-русский словарь / Под ред. Ю.Д. Апресяна, Э.М. Медниковой, А.В. Петровой и др.: в 3-х томах. – 5-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 2000. – Т. 1. – 832 с.
18. Арефьева С.А. Семантико-функциональные особенности использования языковых средств в публицистическом стиле // Семантика языковых единиц: Доклады V междунар. конф. – М.: Физкультура, образование и наука, 1996. – Т. 2. – С. 97-98.

Матеріал надійшов до редакції 20.04.2006 р.

***Фурсова Л.И. Проявление стилистических особенностей в пространстве деспециализации экономических терминов (на материале современной английской экономической лексики).***

*В статье определены этапы деспециализации, на которых экономические единицы интегрируются в газетную речь. Рассмотрены стилистические особенности заимствования в неспециальную публицистику экономической лексики трех степеней детерминологизации.*

***Fursova L.I. Stylistic peculiarities in the sphere of despecialization of economic terms (based on modern English economic lexis).***

*The paper examines despecialization stages on which economic lexical units are integrated into newspaper communication. Stylistic peculiarities of borrowing economic lexis of three degrees of determinologization into nonspecial publicistic writing are revealed*