

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-2-66-11>

УДК 811.161

Архипенко Л.М.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ІНТЕГРАЦІЯ НОВІТНІХ АНГЛІЦИЗМІВ У ТЕРМІНОЛОГІЮ ЕКОНОМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. Поряд із розширенням сфер використання спеціальної іншомовної термінології в галузях економіки, фінансів, комерційної діяльності тощо спостерігається поява запозичень-неологізмів. І ці процеси, звичайно ж, вимагають аналізу й узагальнення. З огляду на суспільну актуальність явищ запозичування й неологізації все більшого значення набуває вивчення особливостей англіцизмів в українськомовній економічній комунікації. У статті подано характеристику своєрідності процесу інтеграції новітніх англіцизмів (способи творення, особливості перекладу й засвоєння) в українську термінологію економічної галузі. З'ясовано особливості функціонування іншомовних слів на позначення нових реалій, частотність вживання яких перевершує частотність вживання питомих відповідників, а значна кількість англіцизмів є незамінною.

Ключові слова: запозичення, іншомовні слова, неологізм, економічна термінологія.

Arkhypenko Liudmyla

Kharkiv National University of Economics named after Semen Kuznets

INTEGRATION OF NEW ANGLICISMS IN THE ECONOMIC TERMINOLOGY

Summary. One of the most lively and socially meaningful linguistic processes of the late XX – early XXI century is the activation of the use of foreign words in Ukrainian speech. We need to talk not only about the activation of the use these tokens, but also about new borrowing. Along with the expansion areas of use of special foreign terminology in the branches of the economy, finance, business, etc., the emergence of borrowings-neologisms. These processes require analysis and generalization. In view of the social relevance of the phenomena of borrowing and neologization, the study of the peculiarities of anglicisms in Ukrainian-language economic communication becomes of increasing importance. There are the characteristic of the peculiarity of the process of integration of the newest anglicisms (methods of creation, peculiarities of translation and assimilation) into the Ukrainian terminology of the economic branch in the article. The main reasons for borrowing foreign words, including economic terms from English, are outlined: the need for the naming of new concepts and phenomena; specialization of concepts; formed systems of international terms on the basis of English language; fashion for a foreign word, prestige borrowing. Evidence of the adaptation of Anglicisms on the Ukrainian soil is their metaphorization and subordination to the Ukrainian grammar. The foreign language word is used not only grammatically in the lexical environment, but also adapts to the Ukrainian word-formation. The difficulties of translation and understanding of neologisms are connected with the rapid development of science and technology in the modern world. Unfortunately, dictionaries don't have time to update as quickly as new words appear in the language of various branches of knowledge. Neologisms are a normal occurrence in any language, so the absence of a word in the dictionary shouldn't be a hindrance during the translation. Translational practice is a source of enrichment of the lexical composition of the language. In the modern Ukrainian language, words are used to designate new realities, the frequency of which exceeds the frequency of use of specific correspondences; a significant number of Anglicisms is irreplaceable. During the adaptation, foreign language words are subject to change, subject to the laws of development of the Ukrainian language.

Keywords: borrowing, foreign language words, neologism, economic terminology.

Постановка проблеми. Активізація використання іншомовних слів в українськомовленні кінця XX – початку XXI ст. – один з найбільш живих і соціально значущих мовних процесів. Варто говорити не лише про активізацію використання цих лексем, а й про нові запозичення, оскільки поряд з розширенням сфер використання спеціальної іншомовної термінології в галузях економіки, фінансів, комерційної діяльності тощо спостерігається поява запозичень-неологізмів. І ці процеси, звичайно ж, вимагають аналізу й узагальнення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтенсивність і значущість процесу запозичення іншомовної лексики в українську мову привернули значну увагу багатьох науковців. С. Рижикова й Л. Чурсіна досліджують словотвірну адап-

тацію запозиченої лексики; О. Стишов розглядає запозичення як ефективний спосіб поповнення лексичного складу мови; С. Федорець досліджує англійські запозичення в мові сучасної української реклами; англійські запозичення в українській науково-технічній термінології досліджує І. Скорейко-Свірська. Окреме місце посідають дослідження іншомовних запозичень в економічних терміносистемах. Англіцизми в українській мікроекономічній термінології розглядає А. Олійник; О. Чуешкова досліджує аналітичну номінацію в економічній терміносистемі; О. Ковальчук і Д. Романчук аналізують процес формування іншомовних запозичень в українській економічній лексиці, С. Стецюк у своїх розвідках звертає увагу на англіцизми у фінансово-економічній термінології.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Яскравою рисою сучасної мовної ситуації є надмірне запозичення англіцизмів. У кінці ХХ ст. характерною стає так звана українська америкоманія. Її визначальною особливістю є настанова на західний спосіб життя, на деяку асиміляцію з американською культурою й цивілізацією, унаслідок чого американізми стали приходити в українську мову вже не як екзотизми. І звичайно ж, причина тут у нових суспільних уподобаннях – «у свідомій настанові на підкреслено вільне мовлення, на мову, звільнену від спущених згори заборон» [3, с. 11]. Слідом за В. Костомаровим зазначимо, що сучасні мовні уподобання (перевага американізмів) пояснює заміни французьких слів *жаргон, екран, макіяж*, англіцизмами *сленг, дисплей, майкап, топ-модель*. Також зауважмо: замість українських слів німецького походження *бутерброд і шлягер* тепер часто іноді говорять *сендвіч* або навіть *гамбургер / чизбургер і хім*. Якщо українці у ХІХ ст. імпортували *Savoï Faire*, то зараз ввозять *know-how* (або *ноу-хау*) з Америки. Початок 90-х ХХ ст. років характеризується також і поповнюванням українського лексикону економічними англіцизмами. В українську мову потрапляє велика кількість економічних, фінансових, комерційних, торгових термінів із англійської мови: *андеррайтинг, лізинг, бартер, дилер, дистриб'ютор, мерчандайзер, промоушен, холдинг* тощо. Галуззю, на частку якої припадає найбільша кількість англіцизмів, звичайно ж стає економіка й пов'язана з нею економічна комунікація. Це обумовлено розвитком міжнародних економічних зв'язків, глобалізацією економіки, запозиченням західних передових технологій і підвищенням ролі англійської мови як засобу міжнародного спілкування. Здобуття Україною незалежності, міжкультурна комунікація стали причиною запозичення численних економічних термінів й орієнтиром на західну економіку та використання інтернаціональної термінології. З огляду на суспільну актуальність явища, позначувані цими термінами, й самі терміни опиняються поза межами професійного мовлення й широко використовуються у повсякденному спілкуванні. Саме тому все більшого значення набуває вивчення особливостей інтеграції англіцизмів в україномовну економічну комунікацію.

Мета статті – подати характеристику своєрідності процесу інтеграції новітніх англіцизмів в українську термінологію економічної галузі.

Виклад основного матеріалу. Характерною рисою іншомовних лексем є особлива структура, підпорядкована словотвірним моделям, наявним в англійській мові, і це викликає певні труднощі при їх адаптації на українському ґрунті. Процес запозичування в українську мову й формування певного англомовного контенту має назву англізація і є найбільш знаковим і актуальним явищем у розвитку сучасного соціуму. На думку В. Пілецького: «Англіцизм, як і будь-яке інше запозичене слово, доречний, якщо він позначає поняття, що з різних причин ще не назване засобами української мови або в ній відсутній рівновартісний відповідник, за наявності ж у мові питомих або запозичених термінів, що

прижилися в мові, англіцизми сприяють «вимиранню» власне мовних термінів» [6, с. 52].

Розглянемо причини запозичення іншомовних слів, зокрема й економічних термінів з англійської мови:

1) потреба в найменуванні нових понять і явищ: *інфляція, бізнес, приватизація*;

2) спеціалізація понять: *маркетинг* (англ. marketing – ринок), *менеджмент аудит* (англ. audit – ревізія), *лізинг* (англ. leasing – оренда з подальшим викупом);

3) сформовані системи інтернаціональних термінів на основі англійської мови: *лендінг* (англ. landing – плата за розвантаження товару), *ролл-овер* (англ. roll over – відновлення терміну кредиту);

4) мода на іншомовне слово, престижність запозичення. Наприклад, *офіс* (англ. office – контора), *аудитор* (англ. auditor – ревізор), *франчайзинг* (англ. franchising – вид відносин між ринковими суб'єктами). І. Огієнко основну причину запозичення нових слів вбачав у нерівномірності культурного розвитку народів-сусідів; «чим культурніше і оригінальніше народ, тим сильніше він впливає на сусідів» [4].

Процес англізації галузі економіки в українській мові протягом декількох останніх десятиліть має стійку тенденцію до прискорення. Як результат розвитку взаємозв'язків з західноєвропейськими країнами в сфері економіки в лексику української мови проникають численні фінансові й комерційні терміни: *дилер* (англ. dealer – торговець, агент), *маркет* (англ. market – ринок), *офшор, офшорні кошти* (англ. offshore – вільний, що знаходиться на відстані від берега, у відкритому морі), *демпінг* (англ. dumping – зниження, зменшення; гальмування розвитку). Про те, що слова міцно закріпилися на українському ґрунті, свідчить їх метафоризація й підпорядкування українській граматиці. Іншомовне слово не тільки граматично вживається в лексичне оточення, а й пристосовується до українського слововживання.

Варто зауважити, що ці слова були запозичені українською мовою саме в зазначеній формі, а похідні від них слова *орендний, орендодавець, банківський, дилерський, дилерство, іпотечний* є українськими, адже утворені за допомогою питомих українських словотвірних засобів. Зважаючи на суспільну актуальність позначуваних цими термінами предметів і явищ, вони виходять за межі професійної сфери. Як зазначає Г. Онуфрієнко «номінуючи численні витвори національного інтелекту в науково-технічному просторі, гібридні терміни переконливо й наочно відбивають прогресивну тенденцію до інтернаціоналізації, але в умовах збереження національних особливостей термінологічного фонду» [5, с. 87].

Існують сфери, де використовуються спеціальні терміни. Це, розраховані на фахівців, тексти наукового стилю, які не потребують будь-яких коментарів і роз'яснень. Наприклад: *демередж* (англ. demurrage – попередньо узгоджена додаткова плата власнику судна з боку власника вантажу (фрахтувальника). Ставка демереджу зазвичай передбачається в чартері); *детеншен* (англ. detention – час простою

судна після контрсталиї. На відміну від демереджу, збитки за простої судна в цьому випадку оплачуються не частково, а в повному обсязі); *ф'ючерс* (англ. futures – вид строкових угод на товарній або фондовій біржі: купівля-продаж умов майбутніх контрактів з фіксацією їх терміну. Ф'ючерсні контракти закінчуються реальною поставкою вкрай рідко).

Словники фінансово-економічної лексики [1; 2] містять значну кількість матеріалу з різних джерел (ЗМІ, художня й наукова література, комерційна документація тощо), призначені широкому колу читачів і описують терміни, що безпосередньо стосуються економіки та фінансів. Вони спеціалізовані, містять відповідну термінологію й допомагають студентам, керівникам підприємств, менеджерам тощо.

Економічна наука – це велика галузь знань, яка торкається не тільки законів і понять економічної діяльності, але й низки суміжних галузей. Тому терміни іншомовного походження утворюють численні тематичні групи, серед яких виділяють наступні:

1. Назви приватних і державних структур, які утворюють різні типи об'єднань: *консалтинг* (англ. consulting – консультування з широкого кола питань економічної діяльності). З цим поняттям пов'язана діяльність консалтингових фірм і консалтингових компаній, що виконують послуги з дослідження й прогнозування ринків, розробку маркетингових програм. Консалтингові фірми можуть бути спеціалізовані за окремими профілями); *концерн* (англ. concern – участь, інтерес – добровільне об'єднання підприємств, яке здійснює спільну діяльність).

2. Назви різних економічних програм і видів комерційної діяльності (купівля-продаж товарів, оренда, торгове посередництво тощо): *аутрайт* (англ. outright – звичайний, прямий – обмінна форвардна валютна операція, що включає премію або дисконт); *ауттрейд* (англ. outtrade – невдала через нерозуміння сторін торгова угода); *аутплейсмент* (англ. outplacement – частина програми підтримки звільнених співробітників – надання допомоги для пошуку нової роботи); *аутсорсинг* (англ. outsourcing – використання зовнішньої організації (постачальника) для обробки фінансових даних при здійсненні комерційних операцій; експорт послуг – аутсортинг ресурсів, аутсортинг процесів).

3. Назви осіб економічної діяльності (статус, професія, вид занять): *аутсайдер* (англ. outsider – особа, що не постійно спекулює на біржі, біржовий спекулянт – непрофесіонал.); *дзобер* (англ. jobber) – спекулянт на фондовій біржі, професійний біржовик. Дзобер не має права виконувати функції брокера; *конмен* (англ. conman – шахрай, котрий не викликає довіри. Конмен зустрічається у всіх видах підприємництва).

4. Назви нових професій, що визначають становлення нової моделі економіки: *менеджер* (англ. manager – управлінець), *піар-менеджер* (англ. PR manager – фахівець зі зв'язків з громадськістю), *рієлтор* (англ. realtor – агент з нерухомості).

У сучасних умовах стрімкого науково-технічного прогресу спостерігається залучення на-

укових термінів у повсякденне мовлення. Найбільш уживані слова зустрічаються в газетних і журнальних статтях, і часто без будь-яких пояснень. Слід зауважити, що для задоволення потреб мови з'являється багато додаткових слів. У багатьох іншомовних економічних поняттях в українській мові є еквіваленти: *імпорт* (import – ввезення), *інфляція* (inflation – знецінення грошей), *ліміт* (limit – обмеження), *маркет* (market – ринок), *експорт* (export – вивезення). Замість слова «*провайдер*» можна використовувати, і на практиці використовується, «*постачальник*», замість «*девелопер*» – «*забудовник*». Складність у тому, що в англійській мові дуже продуктивні утворення на *-or* і *-er*, які в українській мові вимагають не одного слова, а, щонайменше, двох (*banker* – не тільки «банкір», а й «банківська організація», «банк»; *realtor* – не тільки «агент з нерухомості», але й «агентство нерухомості»). Проте трапляються й випадки «усічення» термінів при перекладі, наприклад, *balance sheet* – *баланс*, *foreign exchange market* – *валютний ринок*, *average adjuster* – *диспауер*. Терміни поширилися унаслідок вживання, насамперед, журналістами, а також перекладачами, які з об'єктивних причин транслітерують або дослівно перекладають (калькають) поняття.

При перекладі документів і матеріалів з різних сучасних сфер діяльності необхідно вирішувати широкий спектр лінгвістичних завдань, пов'язаних з наявністю так званих неологізмів. Під цим терміном розуміють різні лексико-семантичні новації: слова, словосполучення, що позначають нові предмети, явища та інші реалії, створені за словотвірними моделями певної іноземної мови. Неологізми можуть цілком природно викликати в процесі перекладу певні труднощі, пов'язані як з відсутністю терміна в рідній нам мові, так і зі своєрідністю можливостей словотворення мови-оригіналу. Необхідно, зокрема, обґрунтовано й доцільно трансформувати іншомовні лексико-семантичні одиниці у відповідний вокабуляр української мови, а також розумно адаптувати їх в контексті конкретної тематики.

Треба зауважити, що перш ніж іншомовне слово увійде в українську мову, воно зазнає певних змін в мові-реципієнті, стаючи власне неологізмом. У кожній мові існують власні словотвірні традиції та моделі, за якими й формується більшість неологізмів. В англійській мові слід виділити деякі базові моделі.

во увійде в українську мову, воно зазнає певних змін в мові-реципієнті, стаючи власне неологізмом. У кожній мові існують власні словотвірні традиції та моделі, за якими й формується більшість неологізмів. В англійській мові слід виділити деякі базові моделі.

1. Неологізми, сформовані на основі словотвірних суфіксів, префіксів, наприклад, суфіксів – *tion*, *-ism* для іменників; *-ize* для дієслів; префікса *de-* та інших.

Суфікс *-ism* продуктивний для утворень категорій в політології та економічній теорії, таких як *brandalism* (розміщення на громадських та офісних будівлях зовнішньої реклами, яка, як правило, спотворює їх зовнішній вигляд); *enronism*

(процес великомасштабного руйнування, часто через причини внутрішнього характеру).

Значна кількість дієслів-неологізмів, утворюються з використанням суфікса *-ize*. Наприклад, *to calendarize* (складати календарний графік заходів); *to operationalize* (реалізовувати); *to productize* (перетворювати на товар, наприклад, послуги); *to dollarize* (про країну – переорієнтувати національну економіку на долар); *to genericize* (робити що-небудь поширеним або масовим товаром); *to enronize* (маскувати фінансові проблеми спритним шахрайством і неприкритою брехнею); *to socialize* (оприлюднювати що-небудь, наприклад, ідею для виявлення ставлення до неї).

Найпоширенішим префіксом для утворення неологізмів є *de-*. Наприклад, *to de-proliferate* (швидко скорочуватися); *de-cruitment* (евф. звільнення); *to de-conflict* (врегулювати конфлікт); *to de-risk* (зменшувати ризик).

Серед інших словотвірних елементів – суфікс *-tion*: *floridazation* (збільшення частки населення пенсійного віку в будь-якому регіоні); суфікс *-ance*: *exceedance* (перевищення кількості); суфікс *-less*: *fabless* (про фірму – не мають власних виробничих потужностей для виробництва); префікс *dis-*: *to disclude* (не включати); префікс *re-*: *re-purposing* (використання змісту видання в друкованій формі в електронній формі); *reskilling* (перепідготовка) тощо. Шляхом словоскладання в англійську мову увійшли такі слова, як *know-how* (технологія, ноу-хау); *desktop* (час, реально проведений службовцем між нарадами); *face-time* (час на особисте спілкування з керівництвом, підлеглими або клієнтами на противагу спілкуванню телефоном, електронною поштою тощо.); *just-in-time* (система поставок «точно в строк»); *downsizing* або *rightsizing* (оптимізація структури управління шляхом скорочення управлінських ланок).

2. Неологізми, сформовані на основі словотвірних способів англійської мови, шляхом складання основ, слів; *outsourcing* (використання зовнішнього ресурсу, передача організації, на підставі договору, певних видів або функцій виробничої підприємницької діяльності іншій компанії, що працює в потрібній галузі); *copyrighting* (авторське право), *globalization* (глобалізація), *cybercrime* (інтернет-злочин).

3. Неологізми, отримані в процесі переосмислення, набуття наявними поняттям нового значення. Наприклад, *empowerment* (наділення повноваженнями рядових співробітників), *to codify* (систематизувати інформацію), *skyscraper* (вертикальна лінія або рекламне оголошення на веб-сторінці), *shadow* (приховане (тіньове) ціноутворення), *sheet* (бухгалтерський баланс).

4. Неологізми, утворені продуктивним в англійській мові способом абрєвіації, усічення. Наприклад, *VAT* (податок на додану вартість – Value Added Tax).

5. Певна кількість неологізмів, здебільшого дієслів, утворюється шляхом конверсії, трансформації синтаксичної ролі слів. Наприклад, *to patent* (запатентувати), *to version* (створювати нову версію чого-небудь), *to text* (друкувати текст), *to amazon* (здійснювати покупки на сайті Amazon.com), *to transfer* (здійснювати банків-

ський переказ), *start-up* (запускати, «стартап-компанія» – нещодавно створена інноваційна організація, часто інтернет-компанія, проект).

6. Нерідко зустрічаються неологізми, які є евфемізмами – словами, що замінюють певні слова або виразу на більш доречні. Наприклад, *career-change opportunity* (замість «звільнення»), *opposition research* (заміною «пошук компромату»).

Досліджуваний матеріал уможливив розрізнення англіцизмів за ступенем новизни:

1) абсолютні неологізми: *авераж* (англ. average – біржова операція), *брейк-івен* (англ. break-even – точка беззбитковості), *аваль* (англ. aval – порука за векселем);

2) слова з відносною новизною, затребувані суспільством у зв'язку з комунікативною актуальністю: *приватизація* (англ. privatization – процес передачі державної власності в приватні руки); *ріелтер* (англ. realtor – фахівець у галузі нерухомості), *спонсор* (англ. sponsor), *офшор* (англ. offshore), *сток* (англ. stock – запас, зберігати на складі), *кешбек* (англ. cashback – відстрошена знижка), *сейл* (англ. sale – розпродаж), *шопінг* (англ. shopping – похід по магазинах), *дисконт* (англ. discount – знижка);

3) неологізми, які характеризують реалії сучасного життя: *бізнес* (англ. Business), *демпінг* (англ. dumping), *брокер* (англ. broker), *кліринг* (англ. clearing).

Складнощі перекладу й розуміння неологізмів пов'язані зі стрімким розвитком науки й техніки в сучасному світі. На жаль, словники не встигають оновлюватися настільки ж стрімко, як з'являються нові слова в мові різних галузей знань. Неологізми – це нормальне явище в будь-якій мові, тому відсутність слова в словнику не повинно бути перешкодою під час перекладу. Перекладацька практика є джерелом збагачення лексичного складу мови. Неологізми перекладаються українською в два етапи:

– уточнення значення неологізму шляхом звернення до свіжих видань англійських тлумачних словників з урахуванням контексту й структури слова;

– здійснення перекладу з допомоги таких засобів української мови, як транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад. Вибір способу перекладу неологізму залежить від низки таких суб'єктивних факторів, як досвід перекладача, стиль тексту тощо.

Висновки і пропозиції. Особливе місце на сучасному етапі розвитку суспільства займають англіцизми в галузі економіки, що зумовлено розвитком соціально-економічних зв'язків та міжкультурної комунікації в світовому масштабі. Глобальні процеси модернізації науково-технічної бази також сприяють інтенсифікації взаємодії та взаємовпливу мов, неологізації лексичного складу. У сучасній українській мові функціонують слова на позначення нових реалій, частотність вживання яких перевершує частотність вживання питомих відповідників; значна кількість англіцизмів є незамінною. Під час адаптації іншомовні слова піддаються змінам, підпорядковуючись законам розвитку українській мові, і ці процеси потребують подальших наукових досліджень.

Список літератури:

1. Алексеенко Л., Юркевич А. Економічний словник: банківська справа, фондовий ринок: Українсько-англійсько-російський тлумачний словник. К. : Максимум, 2000. 529 с.
2. Загородній А., Вознюк Г. Фінансово-економічний словник. Третє видання, доповнене та перероблене. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. 844 с.
3. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1994. 218 с.
4. Огиенко И. Иноземные элементы в русском языке: История проникновения заимствованных слов в русский язык. К. : Тип. Бондаренко и Гнездовского, 1915. 136 с.
5. Онуфрієнко Г. Продуктивний іменник термінологічної деривації. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології»*. 2004. № 503. С. 71-74.
6. Пілецький В. Мовна самобутність терміна. *Українська термінологія і сучасність*: зб. наук. праць. 2009. Вип. VIII. С. 49-54.

References:

1. Alekseyenko L., Yurkevych A. (2000). Ekonomichnyy slovnyk: bankivs'ka sprava, fondovyy rynek: Ukrayins'ko-anhliys'ko-rosiys'kyu tлумachnyy slovnyk. [Economic Dictionary: Banking, Stock Market: Ukrainian-English-Russian Explanatory Dictionary]. K. : Maksymum, 529 s.
2. Zahorodniy A., Voznyuk H. (2011). Finansovo-ekonomichnyy slovnyk [Financial and Economic Dictionary]. Tretye vydannya, dopovnene ta pereroblene. L'viv : Vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniki, 844 s.
3. Kostomarov V.G. (1994). Yazykovoy vkus epokhi [Language taste of the era]. M., 218 s.
4. Ogiyenko I. (1915). Inozemnyye elementy v russkom yazyke: Istoriya proniknoveniya zaimstvovannykh slov v russkiy yazyk [Foreign Elements in the Russian Language: The history of the penetration of borrowed words into the Russian language]. K. : Tip. Bondarenko i Gnezdovskogo, 136 s.
5. Onufriyenko H. (2004). Produktivnyy imennyk terminolohichnoyi deryvatsiyi [Productive noun of terminological derivation]. Visnyk Nats. un-tu «L'vivs'ka politekhnika». Seriya «Problemy ukrayins'koyi terminolohiyi» [Herald of the National Un-th Lviv Polytechnic. Series "Problems of Ukrainian terminology"]. № 503. S. 71–74.
6. Pilets'kyy V. (2009). Movna samobutnist' termina [Language identity of the term]. Ukrayins'ka terminolohiya i suchasnist' : zb. nauk. prats' [Ukrainian terminology and modernity : Sb. sciences works]. Vyp. VIII. S. 49–54.