

УДК 378.147: 81
DOI <https://doi.org/10.32782/fohium/2024.4.20>

ЕКОНОМІЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ ЯК ОБ'ЄКТ ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ГАЛУЗЕВОЇ ПЕРІОДИКИ)

Людмила Крайняк

*кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри іноземних мов
та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнський національний університет
ORCID ID 0000-0003-4713-9416
kraynyak-lyudmyla@hotmail.com*

Олександра Дуда

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнський національний університет
ORCID ID 0000-0003-1586-8884
oleksandrahor@ukr.net*

Світлана Рибачок

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнський національний університет
ORCID ID 0000-0002-8428-640X
rybachok@wuni.edu.ua*

Ключові слова: *економічна термінологія, теорія комунікації, англomовна галузева періодика, текст, галузева субмова, метафоризація.*

Стаття присвячена дослідженню економічної термінології як об'єкту теорії комунікації. Аналіз мовного матеріалу дозволяє авторам стверджувати, що у галузевому тексті економічного дискурсу використовується відповідний мовний код, який є системою певних термінологічних знаків і правил їх використання. У статті з'ясовано, що на успішність такого ділового спілкування як бізнес-комунікації впливає значною мірою подолання труднощів, пов'язаних із декодуванням іншомовної економічної термінології, та врахування особливостей економічних термінів мови-джерела. Отже, з погляду теорії комунікації неабияку актуальність становить вивчення англійської економічної термінології, яка на семантичному рівні виконує функцію адекватності у передачі, декодуванні та розумінні відповідних термінологічних знаків і значень професійного повідомлення.

У дослідженні виявлено та проаналізовано терміни англomовного економічного дискурсу галузевої періодики за ознакою частиномовної приналежності. Термінологічна насиченість економічного дискурсу посилює його комунікативне навантаження завдяки різноманітним семантичним процесам, серед яких особливе місце займає метафоризація. У статті висвітлена комунікативна роль метафори в текстах економічного дискурсу, яка тлумачиться авторами як один із засобів реалізації тенденції до експресивності, до постійного оновлення форми з метою нестандартного ефекту, здатного забарвити науковий стиль викладу матеріалу експресивно-оціночними характеристиками. На основі досліджуваного матеріалу доведено, що специфіка метафоричного вживання термінів

полягає у виконанні ними особливої комунікативну функції – посилення прагматичного ефекту текстів економічного дискурсу.

Субстантивні та дієслівні метафори, фразеологізми, побудовані на базі метафоричного переносу, розгорнуті метафори роблять тексти економічних видань привабливими не тільки для економістів, а й для читачів, які не є фахівцями у сфері економіки, а економічний дискурс збагачується новими значеннями і термінами, які дають змогу посилювати прагматичний ефект таких текстів, поглиблювати їхнє комунікативне навантаження у процесі обміну професійною інформацією між адресантом і реципієнтом.

ECONOMIC TERMINOLOGY AS AN OBJECT OF COMMUNICATION THEORY (BASED ON THE ENGLISH SPECIALIZED PERIODICALS)

Liudmyla Krainiak

PhD in Linguistics, Associate Professor,

Head of the Department of Foreign Languages and Communicative Technologies

West Ukrainian National University

Oleksandra Duda

PhD in Linguistics, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Foreign Languages and Communicative Technologies

West Ukrainian National University

Svitlana Rybachok

PhD in Linguistics, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Foreign Languages and Communicative Technologies

West Ukrainian National University

Key words: *economic terminology, communication theory, English specialized periodicals, text, field-specific sublanguage, metaphorization.*

The article is devoted to the study of economic terminology as an object of communication theory. The analysis of the language material allows the authors to assert that the specialized text of economic discourse uses an appropriate language code, which is a system of certain terminological signs and rules for their use. The article finds that the success of such professional communication as business one is largely influenced by overcoming the difficulties associated with decoding foreign economic terminology and taking into account the peculiarities of economic terms in the source language. Therefore, from the point of view of the theory of communication, the study of English economic terminology, which at the semantic level performs the function of adequacy in transmission, decoding and understanding of the relevant terminological signs and meanings of a professional message, is of great relevance.

The study identifies and analyzes the terms of the English economic discourse of specialized periodicals on the basis of partiality. The terminological saturation of economic discourse increases its communicative load due to various semantic processes, among which metaphorization occupies a special place. The article highlights the communicative role of metaphor in the texts of economic discourse, which is interpreted by the authors as one of the means of realizing the tendency to expressiveness, to constant updating of the form with the aim of a non-standard effect that can color the scientific style of presentation with expressive and evaluative characteristics. On the basis of the material studied, it is proved that the specificity of the metaphorical use of terms is to fulfill a special communicative function – to enhance the pragmatic effect of economic discourse texts.

Substantive and verbal metaphors, phraseological units based on metaphorical transfer, and extended metaphors make the texts of economic publications attractive not only for economists but also for readers who are not experts in the field of economics, and economic discourse is enriched with new meanings and terms that allow to enhance the pragmatic effect of such texts and deepen their communicative load in the process of exchanging professional information between the addressee and the recipient.

Вступ. У науковій літературі подано різні визначення поняття «комунікація», оскільки існують різні її способи та види. Термін «комунікація» вживається наразі, як правило, у двох значеннях: 1) *шлях сполучення*, наприклад, *транспортна комунікація, підземні комунікації*; 2) *спілкування, специфічна форма взаємодії членів суспільства в процесі їхньої життєдіяльності за допомогою мови та інших сигнальних форм зв'язку* (Зернецька, 1999). Питання комунікації були об'єктом розгляду в працях таких дослідників, як Москаленко А.З., Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Вергун В.А., Почепцов Г.Г., які тим самим розвинули вітчизняну лінгвістичну думку у сфері теорії комунікації (Москаленко, 1997; Почепцов, 1999). Аналіз показує, що комунікація як обмін інформацією між адресатом і адресантом займає центральне місце в людській історії.

Використовуючи поняття «комунікація», низка дослідників мають на увазі тільки соціальну комунікацію, тобто комунікацію в людському суспільстві, або «human communication» як обмін думками, знаннями та почуттями членів соціуму. Соціальна комунікація визначається як специфічний обмін інформацією, в результаті якого відбувається процес передачі інформації інтелектуального та емоційного змісту від відправника до одержувача (Бацевич, 2004). У сучасних працях з лінгвістики комунікацію трактують як «специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудова діяльності» (Зернецька, 1999). Відтак, актуальність дослідження визначається стрімким розвитком ділової комунікації і необхідністю її вивчення в контексті професійного спілкування. З погляду теорії комунікації неабияку вагу має вивчення англійської економічної термінології, яка на семантичному рівні виконує функцію адекватності у передачі, декодуванні та розумінні відповідних термінологічних знаків і значень професійного повідомлення. Автори переслідували мету дослідити економічну термінологію англійської мови галузевого дискурсу з точки зору теорії комунікації.

Матеріал і методи дослідження. Для вивчення англійської економічної термінології з точки зору комунікативної теорії методи контекстуально-інтерпретаційного, перекладацького та компаративного аналізу, а також метод суцільної вибірки стали ключовими у ході проведення дослідження,

а тексти галузевих англійських журналів “The Economist”, “Bloomberg Businessweek”, “Harvard Business Review” послуговували матеріалом дослідження.

Результати обговорення. Основною одиницею комунікації є текст. Будь-який текст являє собою вищу комунікативну одиницю, організовану відповідно до його комунікативно-прагматичної норми (Гаврилів, 2005). Особливості текстів диктують правила їхньої побудови та використання в них мовних і немовних засобів у певній комунікативній ситуації з метою досягнення оптимального прагматичного впливу на адресатів. Текст, який передає інформацію за допомогою спеціальних термінів, є галузевим. У такому тексті використовується відповідний мовний код, який є системою певних термінологічних знаків і правил їх використання. Саме галузева терміносистема є основою професійної комунікації, оскільки володіння нею – це головний і соціально визнаний з усіх видів комунікативної поведінки у фаховому середовищі (Селіванова, 2008).

Необхідно пам'ятати про те, що успішність іншомовного професійного спілкування значною мірою визначається таким рівнем володіння термінологічними одиницями, який забезпечує здатність комунікантів розуміти й сприймати в потрібній ситуації саме ту термінологічну одиницю, яка точно передає спеціальне поняття. На успішність такого ділового спілкування як бізнес-комунікації впливає значною мірою подолання труднощів, пов'язаних із декодуванням іншомовної економічної термінології, та врахування особливостей економічних термінів мови-джерела.

На сьогоднішній день в економічній термінології англійської мови відбуваються суттєві зміни, спричинені всесвітньою глобалізацією, розширенням міжкультурної комунікації, суворою конкуренцією, економічними змінами та науково-технічним прогресом. Особливість англійської економічної термінології полягає в наявності лексики, запозиченої з інших терміносистем, інтернаціоналізмів, які беруть участь у різних дериваційних процесах та у її формуванні, в існуванні великої кількості аббревіатур.

Економічні терміни – це слова і словосполучення галузевої субмови, які вживаються для позначення логічно і точно сформульованих понять цієї галузі знань, і складають основу

економічної теорії. Для того щоб відокремити термін від інших слів і словосполучень, багато лінгвістів виокремлюють певний набір ознак терміна, таких як: точність, однозначність, стислість, систематичність, відсутність синонімів та емоційного забарвлення (Белозьоров, 2001; Голубовська, 2016; Д'яков, Кияк, Куделько, 2000).

Існує велика кількість класифікацій термінів. Підставою класифікації англійських економічних термінів слугують їхні різні окремі ознаки. Так, наприклад, виділяють змістову класифікацію термінів (Краснопольська, 2010). Вона спирається на логічні категорії того поняття, яке позначається терміном. Проілюструємо вживання термінологічних одиниць економічної тематики згідно цієї класифікації в контекстах.

Терміни на позначення предметів: наприклад, **output** – *випуск, продукція*: ...services accounted for more than half of **output** for the first time, while manufacturing's share dropped to 40.5%.

Терміни на позначення процесів: наприклад, **commerce** – *торгівля, комерція*, **resource allocation** – *розподіл ресурсів*: India's booming underground marketplace, giving it space to form intricate supply chains where **commerce** thrives even as account books record little industry.

Терміни на позначення ознак і властивостей: наприклад, **capacity** – *виробнича потужність*: Even so, **capacity** reached 1.17 billion tons....

Терміни на позначення величин та їх одиниць: наприклад, **efficiency** – *ефективність, коефіцієнт корисної дії*: It then put sensors on its diggers and cranes to monitor them in real-time to improve operating **efficiency**.

Класифікація за семантичним принципом дає змогу виділити однозначні терміни (**tax** – податок, **inflation** – інфляція) і багатозначні терміни, тобто такі, які мають два або більше значень у межах однієї системи термінів (**stock** 1. *запас, резерв, фонд*; 2. *асортимент (товарів)*; 3. *інвентар, майно*; 4. *сировина*; 5. *капітал тощо*). Однак, як правило, багатозначність терміна не перешкоджає його коректному розумінню у контексті: ...companies are adding to the national **stock** of capital at an historically slow pace. Таким чином, термінологічність тексту не повинна ускладнювати сприйняття інформації читачем, тим більше, що досліджувана галузева періодика націлена не тільки на фахівця-економіста, а й на обізнаного читача, який володіє достатніми фоновими знаннями.

Говорячи про структуру терміна, неможливо не згадати про складні термінологічні одиниці. За даними Непийводи Н.Ф. термінологічні словосполучення становлять до 95% складу різних терміносистем (Непийвода, 2018). Існують дані щодо частки термінологічних словосполучень

в економічній терміносистемі англійської мови, яка становить 90% від усього термінологічного складу субмови. Доведено також, що словосполучення у цій терміносистемі поділяються на іменникові та дієслівні у співвідношенні відповідно 90,2% і 9,8% (Белозьоров, 2001).

Аналіз термінів-словосполучень англомовного економічного дискурсу показав, що такі термінологічні одиниці створюються шляхом додавання до терміна, що позначає родові поняття, уточнюючих слів з метою отримати видові поняття, безпосередньо пов'язані з початковим. Такі терміни на практиці є згорнутими визначеннями, які підводять означуване поняття під більш загальне і при цьому вказують на його окрему ознаку чи властивість. У такий спосіб формуються термінологічні групи, що охоплюють численні різновиди означуваного явища. Наприклад, англійський термін **tax**, який визначається як *податок, збір, мито, розмір рахунку, членські внески, напруга, тягар, випробування, плата за рахунком* використовується як основа для низки термінів, що уточнюють характер податкового збору: **income-tax** – *прибутковий податок*: People who don't have legitimate jobs don't pay **income taxes**; **consumption tax** – *податок на споживання*: They also hope Abe will postpone another hike in the consumption tax; **corporate tax** – *податок на прибуток корпорацій*: As president-elect, Donald Trump is pro-business and a champion of corporate tax cuts; **business tax** – *податок на підприємництво*: Trump has called for cutting the **business tax** rate to 15 percent....

Терміни англомовного економічного дискурсу галузевої періодики є різними одиницями за ознакою частиномовної приналежності. Переважно терміни представлені іменниками, оскільки саме іменники передають основні поняття та категорії терміносистеми: **crisis** – *криза*: The **crisis** led us to reorganize around a new strategy for growth; **market** – *ринок, біржа*: It would uncouple the world's fifth-largest economy from its biggest **market**...; **debt** – *обов'язок*: The deal put us into **debt**, but I thought it was no-brainer; **integration** – *інтеграція*: The euro zone is an obvious candidate for **integration**; **payment** – *платіж*: ...Elliott, ..., pursued full **payment** through the New York courts.

Термінологічні одиниці у поданих контекстах не викликають труднощів із розумінням у читачів як споживачів інформації економічного дискурсу. Зазначимо, що економічні терміни є важливим елементом журнальних текстів економічної галузі. Вони є складовою медійного простору, завдяки чому термінологічність сучасної англійської мови в цілому є дуже високою. Термінологічна насиченість економічного дискурсу посилює його комунікативне навантаження завдяки різноманітним

семантичним процесам, серед яких особливе місце займає метафоризація.

Комунікативна роль метафори в текстах економічного дискурсу може тлумачитися як один із засобів реалізації тенденції до експресивності, до постійного оновлення форми з метою нестандартного ефекту, здатного забарвити науковий стиль викладу матеріалу експресивно-оціночними характеристиками (Dance, 1990). Метафори орієнтовані на досягнення оптимальної інформативності та максимальної оцінки. Ці завдання диктують специфіку метафоричного вживання, яка виконує особливу комунікативну функцію – посилення прагматичного ефекту текстів економічного дискурсу.

Аналіз мовного матеріалу дав змогу виявити кілька пріоритетних сфер-джерел метафор. Такою є, наприклад, військова терміносистема, ресурси якої плідно використовуються у сфері економічної публіцистики: лексема **trigger** (снуксовий гачок стрілецької зброї) втрачає частину своєї семантики та продукує метафоричні контексти: *The first is set to cover “mindful decision making”, the company said, teaching participants about “being mindful of triggers and pausing to make thoughtful decisions that move beyond bias”*.

Ця метафора здобуває значне поширення і набуває міжнародного характеру, внаслідок чого в текстах різних типів, у тому числі й неекономічного характеру, цей елемент не потребує перекладу або пояснення через систему синтаксичних конструкцій. На основі цієї метафори утворено дієслівну форму **to trigger** у значенні «ініціювати», яка тепер активно функціонує в економічному дискурсі: *The ruling paves a clear path for Comcast to bid for Fox assets and could trigger a round of deal making by smaller media companies*.

Регулярно відтворюваними в економічному дискурсі є й метафори із авіаційної галузі, вживання яких демонструє трансформацію семантики мовних одиниць. Так, лексема **turbulence**, що описує процес переміщення водних або повітряних мас, у фінансовій сфері означає не лише зміну кон'юнктури ринку і котирувань акцій, а й насамперед має семантику «різкий, некерований стрибок або падіння ринкових котирувань»: *Brazil’s central bank last month left rates unchanged for the first time in 19 months, citing concerns about global economic turbulence weakening the local currency*.

Значущим джерелом поповнення метафор економічного дискурсу є і сфера спорту. Поряд із лексикою, наближеною до загальноживаною, в економічних текстах регулярно функціонують елементи, що належать до розряду спортивних термінів. Наприклад, лексема **heavyweight** (спортсмен-суперважковаговик) в економічному публіцистичному дискурсі набуває особливої

образності, маючи значення «фінансовий або промисловий гігант»: *The move could help draw more financial heavyweights into the risky, rapidly evolving world of bitcoin*.

Зіставлення фінансового ринку зі спортивним змаганням, де зазвичай перемагає найкращий спортсмен, дає змогу застосовувати метафори, пов'язані з тематичною групою «змагання на швидкість»: *The S&P 500 also extended its gains Thursday to make its current long-running rally its greatest period of growth since World War II*.

На наш погляд, саме ця тематична група зумовлює необхідність звернення у створенні метафор в економічному дискурсі до автомобільної терміносистеми. Так, лексема **driver**, що функціонує в різних сферах, в економічній публіцистиці зазвичай вживається у значенні «двигун»: *The survey took place from Oct. 5 to Oct. 11 – a period marked by a selloff in equities, as investors worried that the Federal Reserve would keep raising interest rates that could dent corporate profits, a big driver of stock-price gains*.

Регулярністю вживання відрізняються в економічному дискурсі також зооморфні метафори, проте вони позбавлені культуроспецифічності через замкнутість сфери функціонування: **Bears, or short sellers, typically seek to borrow stock, sell it and then buy it back at a lower price, locking in the difference as profit**.

Зооморфізми в економічній публіцистиці можуть утворювати синонімічні та антонімічні парадигми, що співвідносяться у символічному аспекті значення. Так, метафори **bear** і **bull**, володіючи спільною семою «біржовий гравець», вступають у контрарні відносини. Ця семантична градація стилістично маркована у поєднаннях зі словом **market**: *Former Pimco “bond king” Bill Gross, now managing funds at Janus Henderson Investors, said this week that the break of a quarter-century downtrend in yields confirmed bonds are in a bear market*.

Атрактивною функцією характеризуються в економічному дискурсі фразеологізми, побудовані за метафоричною моделлю, базовим компонентом яких є зооморфізм: *The procession around the halls of Congress marks what may be a swan song for Mr. McGahn as White House counsel, a post he has held since the start of the Trump administration after serving as President Donald Trump’s campaign counsel in the 2016 election*.

Зооморфізми нерідко виступають основою для утворення ад'єктивної метафори. По суті, такі граматичні форми наближені до метафоричних епітетів, оскільки образність, закладена у похідному субстантиві, не втрачається, а навпаки, посилюється завдяки контекстуальним та синтагматичним зв'язкам: *He favored monopolistic controls*

and engaged in *predatory pricing, collusion with the railroads, and industrial espionage to crush his rivals*. Дієслівні метафори менш вживані, ніж субстантивні: вони часто набувають семантики субстантивності, проникаючи в економічний дискурс з інших наукових сфер. Наприклад, таким є дієслово *to absorb* у значенні «поглинати», «покривати»: *Minutes released Wednesday from the Federal Reserve's September meeting showed officials believe the economy is strong enough to absorb additional rate increases, heightening investor expectations that the central bank will continue on its course of increases*. Важливо відзначити функціонування в економічних публіцистичних текстах різних дієслівних форм, які при цьому не втрачають своєї образності: *Compared with tackling structural changes like reducing government support for local competitors, Mr. Parker said, absorbing more imports is "one of the most easily addressed of the concerns that the international business community has raised"*.

Висновок. Таким чином, аналіз мовного матеріалу дозволяє стверджувати, що у галузевому тексті економічного дискурсу використовується відповідний мовний код, який є системою певних термінологічних знаків і правил їх використання. Саме галузева терміносистема є основою професійної комунікації, оскільки володіння нею – це головний і соціально визнаний з усіх видів комунікативної поведінки у фаховому середовищі. На успішність такого ділового спілкування як бізнес-комунікації впливає значною мірою подолання труднощів, пов'язаних із декодуванням іншомовної економічної термінології, та врахування особливостей економічних термінів мови-джерела. Отже, з погляду теорії комунікації неабияку актуальність становить вивчення англійської економічної термінології, яка на семантичному рівні виконує функцію адекватності у передачі, декодуванні та розумінні відповідних термінологічних знаків і значень професійного повідомлення.

Терміни англійської мови економічного дискурсу галузевої періодики є різними одиницями за ознакою частинимовної приналежності. Термінологічна насиченість економічного дискурсу посилює його комунікативне навантаження завдяки різноманітним семантичним процесам, серед яких особливе місце займає метафоризація. Комунікативна роль метафори в текстах економічного дискурсу тлумачиться авторами як один із засобів реалізації тенденції до експресивності, до постійного оновлення форми з метою нестандартного ефекту, здатного забарвити науковий стиль викладу матеріалу експресивно-оціночними характеристиками. Специфіка метафоричного вживання полягає у виконанні особливої комунікативної функції – посилення прагматичного ефекту текстів економічного дискурсу.

Субстантивні та дієслівні метафори, фразеологізми, побудовані на базі метафоричного переносу, розгорнуті метафори роблять тексти економічних видань привабливими не тільки для економістів, а й для читачів, які не є фахівцями у сфері економіки, а економічний дискурс збагачується новими значеннями і термінами, які дають змогу посилювати прагматичний ефект таких текстів, поглиблювати їхнє комунікативне навантаження у процесі обміну професійною інформацією між адресантом і реципієнтом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К.: Академія, 2004. 342 с.
2. Белозьоров М. В. Нова економічна лексика і термінологія англійської мови. *Вісник Запорізького державного університету. Філологічні науки*. 2001. № 3. С. 28–34.
3. Гаврилів Т. Текст між культурами: перекладознавчі студії. Київ: Критика, 2005. 198 с.
4. Голубовська І. О. та ін. Термінологічна варіативність: підходи до вивчення. *Лінгвістика XXI століття*. Київ. 2016. С. 3–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/linds_2016_2016_3.
5. Грицьків А. В. Міжсистемна взаємодія як чинник термінотворення (на прикладі англійських фінансових термінів): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 -- германські мови; ЛНУ ім. І. Франка. Львів, 2019. 20 с.
6. Д'яков А. С., Кияк Т. Р., Куделько З. Б. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ: Вид. дім «KM Academia», 2000. 216 с.
7. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. К.: Освіта, 1999. 351 с.
8. Краснопольська Н. Л. Термінологізація та детермінологізація в українській терміносистемі менеджменту. *Записки з українського мовознавства*. 2010. № 23. С. 32–40.
9. Куделько З. Б. Словотворчі моделі термінів ринкової економіки: матеріали 6-ї міжн. конф. «Проблеми української термінології». Львів, 2000. С. 361–362.
10. Москаленко А.З., Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Вергун В.А. Масова комунікація: підручник. К.: Либідь, 1997. 216 с.
11. Непійвода Н. Ф. Детермінологізація як результат взаємодії загальнолітературної та термінологічної лексики: дис... канд. філол. наук: 10.02.02 – українська мова; КНУ ім. Т. Шевченка. Київ, 2018. 167 с.
12. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. К.: Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.

13. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 711 с.
14. Brown G., Yule G. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 288 p.
15. Dance F. The Concept of Communication. *Journal of Communication*. 1990. № 20. P. 201-210.
16. Dijk van T.A. *Studies in the Pragmatics of Discourse*. The Hague: Mouton de Gruyter, 1982. 331 p.
17. Museanu E. Economic terminology – new perspectives. *European Scientific Journal*. № 1. P. 253–257. URL: <http://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/1254/1263>