

УДК 81'316

В. Я. Жалай, канд. філол. наук, доц.,
orcid.org/0000-0001-6735-6966,

Т. Г. Линник, канд. філол. наук, ст. наук. співроб.,
orcid.org/0000-0002-2344-4726,

А. Ф. Пархоменко, канд. філол. наук, доц.,
orcid.org/0000-0002-6554-3247,

І. І. Рахманова, доц.,
orcid.org/0000-0003-3615-9921,

Л. М. Рубашова, канд. філол. наук, доц.,
orcid.org/0000-0001-7303-1850

ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІОЛІНГВІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ

На протизвагу до лінгвістичних термінологічних студій, які зосереджуються на системно-структурних характеристиках термінологічних назв, пропонується соціолінгвістичний підхід, який аналізує багатоконтактний мовний урбаністичний простір в Україні. Високий рівень термінологізації публічного мовного простору, багатомовна гібридизація лінгвістичного ландшафту як вияв впливу мов глобалізації на конкуренцію місцевих мов відкриває широкі перспективи для вивчення публічної присутності, взаємодії та освоєння запозичених термінів, що важливо як для розуміння найновіших тенденцій у мовній ситуації країни, так і для практичних цілей укладання електронних та друкованих термінологічних словників.

Ключові слова: соціолінгвістика, контакти мов, багатоконтактний мовний простір, символічна влада, лінгвістичний ландшафт, мовний/мовленнєвий ландшафт, мовна гібридизація, інформаційна та символічна функції, мовна дифузія, термінологізація мовного/мовленнєвого простору, освоєння термінів, мовна конкуренція.

В отличие от лингвистического исследования терминов, сосредоточенных на изучении системно-структурных особенностей терминологических названий, предлагается социолингвистический подход, анализирующий многоконтактное языковое урбанистическое пространство в Украине. Высокий уровень терминологизации общественного языкового пространства, многоязычная гибридикация лингвистического ландшафта как проявление влияния языков глобализации на конкуренцию местных языков открывает широкие перспективы для изучения публичного присутствия, взаимодействия и освоения заимствованных терминов, что является важным как для понимания новейших тенденций в языковой ситуации страны, так и для практических целей составления электронных и печатных терминологических словарей.

Ключевые слова: социолингвистика, контакты языков, многоконтактное языковое пространство, символическая власть, лингвистический ландшафт, языковой/речевой ландшафт, языковая гибридикация, информационная и символическая функции, языковая диффузия, терминологизация языкового/речевого пространства, освоение терминов, языковая конкуренция.

Unlike linguistic terminological studies that focus on systemic and structural features of terms, a sociological approach to analyzing the multi-contact lingual urban space in Ukraine is suggested. A high level of terminologization in public linguistic space, the multi-language hybridization in linguistic landscape (LL) reflecting an impact of globalization languages on the competition of local languages open up new prospects for studying the public presence, interaction and adaptation of borrowed terms. It is of utmost importance both for understanding the new trends in the Ukrainian language situation and the practical purpose of compiling electronic and printed dictionaries of terms.

Key words: sociolinguistics, language contacts, multi-contact language space, symbolic power, linguistic landscape (LL), language/speech landscape, linguistic hybridization, information and symbolic functions, language diffusion, terminologization of language/speech space, adaptation of terms, linguistic competition.

Сучасні підходи до вивчення терміносистем, які відходять від традиційної статичної номенклатурності, жорсткої прескриптивності та вузько-лінгвістичної перспективи без урахування різноманітних позамовних чинників, окреслені в багатьох працях останніх років (Голубовська та ін., 2015; Голубовська та ін., 2016; Заблоцький, 2014; Стасюк, 2013; Стрішенець, 2009; Cabré, 2000; Cabré, 2003; Gaudin, 1993; Sager, 1990; Temmerman, 2000). Термін як об'єкт вивчення перестає бути ізольованою одиницею з особливими характеристиками, які роблять його чимось на кшталт не зовсім повноцінного слова, такого собі мовного дивака в натовпі «нормальних» загальноживаних слів. Насправді, терміни мають більше спільного з іншими неспеціалізованими словами, аніж відмінностей (Голубовська та ін., 2016; Сергеева, 2002; Сергеева, 2015, с. 16), і увага привертається не лише до формально-лінгвістичних властивостей термінів, але й також до їхніх когнітивних, функціональних, комунікативних характеристик у різних дискурсах, ситуаціях, модусах, іншомовному чи багатомовному середовищі, що вивчаються останнім часом у термінах соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики, прагматики, теорії комунікацій, корпусної лінгвістики, комп'ютерної лінгвістики тощо (Голубовська та ін., 2015; Голубовська та ін., 2016). Ще більшою мірою це стосується такої частини термінології як номенклатурні назви, які і є об'єктом цього дослідження.

Одним із найбільш перспективних напрямків сучасної соціолінгвістики є вивчення мовних контактів. Хоча ці студії беруть свій початок із засадничої праці середини 20 ст. У. Вайнрайха (Weinreich, 1979), вони набули особливої популярності наприкінці 20 ст. – початку 21 ст. у зв'язку з інтенсивною глобалізацією політико-економічних та культурних зв'язків, засобів комунікації, мобільності населення, соціо-політичних змін і пов'язаних із цим проблем мовної політики, мовного планування, а також мультикультури та мультілінгвізму в межах багатомовних спільнот. Хоча У. Вайнрайх проаналізував такий результат контакту двох мов як інтерференція (фонетична, граматична, лексична) на відміну від простого запозичення, і наголошував на врахуванні соціо-культурного контексту (в тому числі статусу мови в певній мовній спільноті) та міждисциплінарних студій, він присвятив своє дослідження переважно білінгвізму і застосовував загалом поширені на той час методи структуралізму (зокрема методу опозиції), що обмежувало можливості більш ґрунтовного вивчення мовних контактів.

Натомість матеріалом сучасної соціолінгвістики стають багатоконтактні мовні спільноти, які віддзеркалюють набагато складнішу мовну ситуацію в світі, включно з проблемою мовного зсуву, про який писав ще Вайнрайх. Так, найновіші студії відстежують динаміку взаємодії мов, бо вплив мов, враховуючи їхню символічну владу за визначенням Бурдьє (Bourdieu, 1993), чи навіть загроза зникнення тієї чи іншої мови не є сталою характеристикою. Доказом посиленого інтересу до цієї дисципліни слугує низка праць у серії *Trends in Linguistics*, як, наприклад, *Linguistic Change under Contact Conditions* (2010), *Language Contact in the Arctic* (2011), *Languages in Contact*

and Contrast (2011), *Language Conflict and Language Planning* (2011), *Sociolinguistic Studies in Language Contact* (2011).

Варто зазначити, що доцентровим тенденціям протистоять відцентрові тенденції, що на мовному рівні приводить до протидії місцевих мов впливу домінуючих мов, як, наприклад, баскської мови в Іспанії (на відміну від Франції), яка заборонялася Франко, але в демократичній Іспанії постійно посилює свої позиції як мова спілкування, освіти і публічного простору за гаслом, що баском є той, хто говорить баскською мовою і сприймає відповідну культуру (Kurlansky, 2000, p. 239). Іншим прикладом відцентрових тенденцій є зміна статусу мов через зміну соціо-політичного стану мовних спільнот. Одним із прикладів може слугувати виникнення нових держав на терені колишньої Югославії в 1990-х роках, у результаті чого сербохорватська мова з двома алфавітами розділилася на три мови державного рівня – сербську, хорватську і боснійську. Як зазначає провідний британський мовознавець Девід Кристал, імовірно, що «мовна різниця між цими мовами зростатиме, оскільки відповідні спільноти намагаються максимально посилити їх як символи місцевої ідентичності» (Crystal, 2002, с. 11). Він розглядає цей процес у межах сучасної тенденції визнання окремої етнічної ідентичності, тобто відцентрової тенденції.

З огляду на те, що основним джерелом науково-технічної, комерційної та соціо-політичної термінології є англійська мова, а вужчими джерелами – інші мови, теорія мовних контактів допомагає спрямувати увагу не лише на фонетичні, морфологічні, лексико-семантичні та стилістичні особливості запозичення іншомовних термінів в українську мову, але й на їхню взаємодію, освоєння і функціонування в багатоконтактному мовному середовищі.

У цьому сенсі варто звернути увагу на так звані «лінгвістичні/мовні ландшафти» (Landry, Bourhis 1997), тобто візуальну публічну репрезентацію різних мов у певному регіоні чи місті (реклама, вивіски, назви, оголошення, дорожовкази, графіті тощо). Навіть якщо ступінь присутності мови в публічній сфері не завжди відповідає тій ролі, яку відіграє відповідна мовна спільнота в певному регіоні, місті чи навіть країні (Tufi, 2016), спосіб позиціонування мов та засоби їхньої візуальності містять багатий матеріал для розуміння реальної мовної ситуації. Характерно, що в створенні мовного ландшафту відіграють роль не лише мови, які контактують безпосередньо на цій території через носіїв цих мов, але й глобальні мови, контакт із якими є опосередкований, бо їхні носії не мешкають на відповідному терені. Отже, це може віддзеркалювати як географічно чи історично сталі контакти між мовними спільнотами, так і новий вплив глобалізованої економіки, торгівлі, масової культури чи соціо-політичних змін. До того, глобалізація має різні наслідки не лише для місцевих мов, але й для різних мов глобалізації в різних частинах світу. Наприклад, попри загальне враження тотального панування англійської як мови глобалізації, дослідження показують, що другою за поширенням мовою в публічному урбаністичному просторі Європи, Японії та США є італійська (ресторани, кав'ярні, магазини одягу, взуття, меблів, парфумів, аксесуарів, салони краси, хімічестки тощо) (Gallina, 2016, с. 37–38).

Зазвичай вважається, що мовний ландшафт створюється для двох цілей – інформаційної (маркування певної території) та символічної (сигналізація етнічної ідентичності). Проте функції та проблематика створення мовних ландшафтів набагато складніша. Наприклад, одну з останніх збірок статей у цій царині під назвою *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes* присвячено проблемам узгодження в термінах символічної влади мов і конфлікту ідентичностей у мовному ландшафті Африки, Азії, Північної Америки та Європи (*Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 2016). Цікаво, що найважливіше місце в цих студіях посідає Африка, де мовна ситуація надзвичайно складна через конкуренцію численних місцевих мов, які виступають не лише засобом спілкування, а й виразником ідентичності, з одного боку, і конкуренцією між місцевими мовами та європейськими мовами колишніх колонізаторів, а саме англійської та французької, з другого боку. Наприклад, Ефіопія з 90 млн. населенням має 90 мов спілкування, понад 30 з яких використовуються нині як мова навчання. Крім того, в цій країні амхарська мова виступає як *lingua franca*, а англійська – як мова глобалізації (Mendis, Malinowski, & Woldemichael, 2016, p. 118).

Попри меншу кількість конкуруючих мов, мовний ландшафт України є теж складним і неоднозначним залежно від регіону (Белей, 2012 а; Белей, 2012 б; Олійник, 2012), а також соціо-політичних чинників. Л. Л. Белей вирізняє такі вияви основних двох функцій мовного ландшафту: в інформаційній функції – маркувальний, ергономічний, меморативний та самовиражальний; у символічній функції – ідентичності, історичний, глобалізаційний, регіоналізаційний або фольклорний і міфологічний або релігійний (Белей, 2010, с. 37). Зміна політичного вектору України відбивається як у поступовій зміні ставлення до української мови, так і в тому, що конкурентом української стає не лише російська мова, але й англійська (з набагато менш відчутним впливом інших західних мов). Проте на додаток до паралельного існування однакових за змістом бі- чи мультилінгвальних текстів, що характерно для багатьох мовних ландшафтів в інших країнах, мовний ландшафт України є таким же плутаним і на позір невизначеним, як і мовна ситуація в країні, можна сказати по-сучасному «гібридним». На прикладі Києва можна виділити такі способи гібридизації в мовному ландшафті на додаток до використання українських, російських чи іншомовних назв і текстів (включно з їхньою паралелізацією, як українсько-англійські вказівки чи оголошення в метро або назви вулиць):

1) «суржикове» сполучення, тобто поєднання української з російською в одній словосполучі (наприклад, назва кіоску «Морозиво. *Лакомка*» (замість «Ласун(ка)», магазин «*Янтар Поліся*» (замість «Бурштин»);

2) іншомовна назва – українське гасло, що типово для реклами брендівих товарів, ліків, імпортованих продуктів тощо (наприклад, *Gourmet*. Рецепти котолубові);

3) англо-українська словосполучка чи складне слово, де зберігається питома орфографія відповідного компонента, тобто кирилиця українського слова комбінується з латиницею іншомовного слова (наприклад, гасло магазину Рібок «колекція «*white sneakers*», назва «*B&B* кав'ярня»);

4) англо-російська словосполука чи складне слово, де зберігається питома орфографія відповідного компонента (наприклад, ресторани «Beef м'ясо & вино», «РыбаLove», вивіска «Sра-бани»);

5) англomовна сполука, в якій один із компонентів відбиває російський відповідник замість українського (наприклад, «Toig info Kiev» (замість Kyiv);

6) транслітерація латиницею української назви (наприклад, ресторан «Druzi», кафе «На канарі») чи російської назви (наприклад, ресторан «Kanareyka»). Інколи це робиться з метою двомовної гри слів (наприклад, назва сектору ювелірних виробів у «Глобусі» «Brilliant» є фактично латинизацією російської назви діаманту, проте англomовний покупець, який не знає мови, сприйме це слово як англійський прикметник «brilliant»).

7) «суржикова» транслітерація латиницею, коли нібито українське слово передається як російський відповідник (наприклад, магазин «Cherevichki» замість «Cherevychky») чи коли українське джерело є фактично суржи́ком (наприклад, англійський напис вулиці Kostyolna є відповідником суржикової назви «Костьольна» замість «Костельна»);

8) транслітерація кирилицею іншомовного слова, яка може бути як українським, так і російським відповідником (наприклад, «сейл» у вітринах магазинів);

9) транслітерація чи транскрипція кирилицею іншомовного слова по-українськи (ресторан «Біголі» чи книгарня «Файні букс») чи по-російськи (наприклад, «Кофе хауз», салон «Эстетик-стайл»);

10) часткова латинизація словосполуки чи складного слова, один із компонентів якого є іншомовним, зберігаючи питому орфографію, а другий – українським (наприклад, «Аroma kava», «Zmistbar») чи російським (Koffe break, назва магазину «Sunochki»);

11) комбінація латинизації та кирилізації для передавання української (ресторан «Petrus-ь») чи російської назви (ресторан «Охота на овets»);

12) іншомовна форма української чи російської орфографії слова (наприклад, ресторан «О'Панас» як імітація ірландських імен типу «O'Brien»);

13) тримовна вербальна гібридизація, як, наприклад, у назві ресторану «Файна Фамілія», де на позір російське слово з українською орфографією та іншим значенням (гра слів) фактично є кирилізацією італійського слова *famiglia* («родина») з огляду на символічну владу італійської в ресторанному бізнесі (пор. іспанське слово «*familia*»). Прикметно, що слово *фамілія* у значенні «родина» вважається діалектним чи застарілим в українській мові, але зрусифікованому кївському загалу це навряд чи відомо. Напевно, було би цікаво порівняти сприйняття цього слова в Києві та Львові, де воно входить у лексикон корінних мешканців (Хобзей, Сімовик, Ястремська, Дидик-Меуш, 2012).

Ці приклади не вписуються у визначення соціолінгвістичного терміна «перемикання кодів», яке ілюструє перехід мовців від одного до іншого мовного коду в межах одного чи кількох висловлювань під час спілкування, бо вони зафіксовані письмово і працюють на рівні слів, словосполучень і навіть графічних кодів. З огляду на багатомовні контакти мовна гібридизація

лексичних і графічних кодів ілюструє дуже неоднозначну картину, де неявляку роль відіграє саме символічна функція і де сполучення зі справжніми іншомовними словами чи їхня імітація, а також латиниця стають виразником вищого статусу та символічної влади іншомовності не лише для української, але й для російської мови в Україні. Нині поряд із багатьма мовознавчими працями, присвяченими мовній ситуації в Україні та суржику (Масенко, 2010; Масенко, 2011), існують і дослідження мовного простору, які спираються на опитування реципієнтів щодо сприйняття двомовного (україно-російського) простору (Михальчук, 2014; Соколова, 2014; Хентшиель, Тараненко). Проте було би цікавим здійснити статистичний та лінгвістичний аналіз багатомовного середовища у динаміці останнього десятиліття щодо відсотка, презентації та взаємодії тих чи інших мовних елементів у великих містах України. Наприклад, Львівське середмістя може мати інший мовний ландшафт не лише через потужніші впливи інших мов (наприклад, польської чи німецької), але й через зростання інтересу до старої львівської говірки («балаку») (пор. назви ресторацій та кав'ярень «На бамбетлі», «Пструг, хліб та вино», «Криївка», «Шпацер», «Цвібак», «Смаколик», «Фільварок на Левандівці» тощо).

Щодо Києва, то навіть побіжний погляд на його багатомовний ландшафт свідчить про домінування російського елемента над українським не лише безпосередньо, але й опосередковано (через латинізацію, іншомовні назви чи суржик). Тобто традиційна російсько-українська диглосія ускладнюється мімікрією за іншомовною формою, що можуть помітити лише люди, які володіють усіма мовами. Отже з одного боку, українська мова поки що не домінує і відчуває постійний тиск та інтерференцію російської мови, яка часто-густо виступає мовою-посередником, через яку запозичується слово часто із суржиковим ефектом. З іншого боку, англійська мова та інші мови глобалізації починають конкурувати з російською в Україні щодо вищого престижу незважаючи на те, що контакти української з російською та західними мовами мають різну основу.

Щодо мов глобалізації, то варто приділити увагу сферам їхнього застосування в українському мовному ландшафті. Якщо врахувати ще й неперекладені назви, то італійська мова, як видається, посідає другу позицію в ресторанному бізнесі Києва (Гаудіо, 2015), що відповідає євро-американській тенденції. До того необхідно враховувати і такий наслідок глобалізації, як розмивання чи дифузійно мовної ідентичності, бо далеко не всі іншомовні назви виступають ознакою певної мовної приналежності. Як зазначають дослідники мовного ландшафту, назви транснаціональних мереж (наприклад, *McDonald's*, *Hilton*, *M&H*) чи товарів (*Coca-Cola*, *Blend-a-med*, *Ariel*) у глобалізованому світі втрачають цю рису ідентифікації, бо вони ніби зрозумілі всім, належать усім мовам і не потребують додаткових пояснень. Деякі соціолінгвісти пропонують розглядати такі назви як 1) торговельні марки, які просто заявляють про свою присутність; 2) розрізняти їх за мовою країни походження; 3) визначати їхні символічні асоціації (Tufi, Blackwood, 2010). Натомість дослідники мовного ландшафту Берліна і, зокрема, його центральних вулиць Курфюрстендам та

Фрідріхштрассе по-іншому підходять до цієї проблеми, ствержуючи, що такі назви не мають жодного зв'язку з тим, що вони репрезентують і представляють лише себе. Асоціації, які люди можуть мати з тим чи іншим транснаціональним брендом, часто-густо не мають нічого спільного з реальністю. Наприклад, фірма *Adidas* давно не належить німцю-засновнику Адольфу Дасслеру, що можна сказати про багато інших глобалізованих бізнесів. Споживачі нерідко взагалі не знають, з якою країною чи мовою пов'язаний певний транснаціональний бренд. З огляду на це, автори вважають, що глобалізація створює власні коди, де мовна ідентичність (через мову назви чи походження бренду) не відіграє жодної ролі (Ben-Rafael, E., Ben-Rafael, M., 2016).

У мовному ландшафті терміни посідають чільне місце, бо урбаністичний простір є високотермінологізованим. У цьому контексті варто наголосити на тому, що ми вважаємо необгрунтованим широке трактування так званої «детермінологізації», яку традиційно узалежнюють жанром тексту, ситуацією чи мовцем (Заблоцький, 2014). Насправді, якщо під час вивчення романської або германської мови в школі вживаються граматичні терміни, то термін «артикль», наприклад, не стає загальнозживаним словом від того, що ним послуговується учень і вчитель, а не професійний мовознавець, і він використовується в ненаукових ситуаціях. До того ж навіть у науковому чи правовому дискурсі значення термінів увесь час пояснюються й уточнюються, бо вони теж не є однозначними чи сталими і їхнє тлумачення варіюється, тому не можна ставити статус терміна в пряму залежність від сфери використання чи «наукового ступеня» мовця. Звичайно, не всі терміни стають доступними для широкого загалу, але ті терміни, якими послуговуються неспеціалісти попри їх «вузькоспеціалізований» характер, зберігають, на нашу думку, свій термінологічний статус, навіть якщо їхнє розуміння є спрощеним чи неточним, поки вони не починають набувати іншого, найчастіше переносного значення, на кшталт метафори у поетичному рядку: «*You're my definite articles*».

Високий темп і ступінь термінологізації мовного простору виявляється в тому, як багато спеціалізованих слів увійшло вжиток пересічних українців, не говорячи вже про рекламу, засоби масової комунікації та інтернет. Щодо лінгвістичного ландшафту (який включає як мову, так і мовлення), то терміни є невід'ємною складовою рекламування усіма засобами комунікації приладів, комп'ютерної техніки, домашньої техніки, ліків, автомобілів, спортивного обладнання, офісного устаткування, будівельних матеріалів тощо. Будь-яке придбання відповідних товарів починається з технічних у широкому сенсі слова характеристик та інструкцій із застосування. До того ж відгуки на форумі споживачів, тобто висловлювання розмовного стилю, також насичені термінами (наведемо як приклад один із численних коментарів щодо певного ноутбука на форумі «Розетки»: «Слабкий, 4 ядра, 4 оперативна пам'ять, а працює якось з глюком» замість «Слабкий, має гарні технічні характеристики, але погано працює»). Присутність термінів у відгуках конкретизує суть позитивної чи негативної характеристики приладу і робить його більш «фаховим», що споживачі вважають кориснішим за загальні зауваження.

Гібридизація, проілюстрована прикладами вище, характерна і для термінів, запозичених українською мовою, хоча вона охоплює вужчий діапазон засобів мовного освоєння терміна (наприклад, відсутність креативної орфографії чи комбінації різних графічних кодів в одній назві). Зазвичай виділяють такі способи освоєння термінології, як фонетичний, морфологічний, словотвірний і лексико-семантичний. У цьому руслі виконані, наприклад, розвідки Сергеевою і Скорейко-Свірською (Сергеева, 2002; Скорейко-Свірська, 2009). Аналізуючи правничі й науково-технічні терміни, запозичені з англійської мови, авторки дійшли до чимало в чому подібних висновків. Наприклад, було виявлено фонетичну варіативність запозичень через непослідовність передавання тих самих фонем (*браузер – броузер, чіп – чип, хадж – гадж, грант – грант*). Також помічено, що переважну кількість запозичених слів складають іменники, які потім нерідко стають словотвірною основою для дериватів. Спостереження за семантичними змінами під час запозичень показують, що терміни проходять через такі самі етапи, що й нетермінологічні слова, а саме: спрощення та ускладнення семантичної структури, звуження, розширення та зміну значення. В обох проаналізованих дослідженнях терміносистемах спрощення відбувається на етапі запозичення переважної кількості полісемантичних термінів в одному зі значень. Крім того, зазначено явище дублетності, включно з двомовною (*суїцид – самогубство, дигітальний – цифровий; флеш – flash, онлайн – on-line*). Водночас Сергеева зауважує, що зчаста стосунки між питомими і запозиченими термінами мають родо-видовий характер. Виявлено й синонімічні стосунки між термінами. З соціолінгвістичної точки зору важливо, що в конкуренції між автохтонними та англійськими термінами перевага надається англійським термінам (Сергеева, 2015; Скорейко-Свірська, 2009).

Проте можна помітити й відмінності у висновках мовознавців, зумовлені специфікою матеріалу. Так, Сергеева зауважує таке явище, як актуалізація та ретермінологізація англіцизмів, яка супроводжується зміною конотацій у них (*бізнес, лобі, брокер, букмекер*). Також виокремлено таке явище, як транстермінологія, або запозичення терміна з інших терміносистем (наприклад, зі сфери економіки). Прикметно, що авторка цілком слушно звертає увагу на неповну семантичну освоєність багатьох нових запозичень, що виявляється, зокрема, в неусталеності їхніх значень, а також на екзотизми, тобто терміни, які позначають поняття та реалії чужої правової реальності й які можуть пересунути до периферії до центру терміносистеми в разі виникнення нового соціального замовлення.

Незважаючи на те, що ці розвідки виконані в традиційному руслі й обмежені загалом двомовними контактами (з урахуванням інтерференції російської мови), вони неминуче торкаються прагматичних і соціолінгвістичних аспектів термінологізації, навіть не називаючи їх, що свідчить про нагальну потребу більш широкої перспективи для вивчення сучасних терміносистем.

З огляду на багатоконтактне мовне середовище в Україні перспективним напрямом дослідження було би вивчення сучасної динаміки внеску різних західних мов, а не лише англійської, до різних термінологічних систем, а

також їхньої візуальності та взаємодії в публічному мовному просторі. Важливо також, наскільки та чи інша терміносистема входить у мовний ландшафт і яка динаміка цієї присутності. Так, терміни певних фахових сфер традиційно зберігають високий рівень публічності в мовному просторі (медичні, фармацевтичні чи соціо-політичні терміни), але їхній склад, обсяг, семантика, а також функціонування та сприйняття неспеціалістами суттєво змінилися з 1990-х років.

Якщо порівняти, наприклад, мовний ландшафт аптек у Києві, то можна помітити, що нині вони демонструють не лише іншу номенклатуру запропонованих ліків, але й нові групи товарів (косметику, товари для немовлят і матерів, засоби гігієни, напої для здоров'я), рекламу та візуальну презентацію фармацевтичної продукції. Ліки загалом залишаються недоступними і фізично відділеними від клієнта стоячком, в той час як вітрини містять інші товари, пов'язані зі здоров'ям чи піклуванням про зовнішність, і нерідко прикрашені брендовими назвами іноземною мовою. У вітринах назви на упаковках товарів чи то транскрибовані українською (а оригінальна іншомовна назва подається латиницею в дужках на ціннику), чи то зберігають оригінальну українську, російську або іншомовну назву. Цікаво, що в рекламних буклетах спостерігається непослідовність подання назв, бо іншомовні назви подеколи транскрибуються по-українськи, а подеколи залишаються в оригіналі. Наповнення самої назви смыслом залежить від обізнаності покупця, отже основну інформаційну функцію щодо ліків виконує гасло, яке пояснює призначення препарату (наприклад, назва на упаковці – «*Helrex. Антиколд*»), в той час як реклама – «*Хелпекс. Допомога при застуді*», замість правильної «*Гелпекс*»). Характерно, що споживачеві може бути недостатньо самої назви і навіть пояснення для вибору ліків, бо такі самі медичні препарати можуть вироблятися різними країнами, і споживач має певні уявлення про їхню якість (обґрунтовані чи ні). Отже країна-виробник виконує символічну функцію, що притаманне й іншим сферам торгівлі, а в Україні сьогодні набуває додаткового виміру в зв'язку з присутністю російських брендів, які можуть позицінувати себе як іноземні (типу *Oggi* чи *O'Stin*) або виступати виробником чи імпортером іноземних брендів, які ре-імпортуються до України. Особливістю назв аптечної продукції є також невизначеність чи дифузія їхньої мовної ідентифікації через традицію використання латинських термінів для ліків, вироблених в Україні чи Росії.

З іншого боку, комп'ютерні терміни, назви сучасних товарів, терміни різних сфер послуг, а також певні фінансові та економічні терміни набувають дедалі відчутнішої присутності у публічному просторі саме останніми роками внаслідок політико-економічних змін у суспільстві та глобалізації. Отже, перспективним напрямком соціолінгвістичних досліджень було би вивчення як публічної присутності термінів та їхнього функціонування, так і шляхів освоєння різномовних термінів у мові й мовленні (наприклад, на форумах чи в соціальних мережах, або в мовленні певних вікових груп). На додаток, цікаво було би порівняти термінологізацію багатомовного середовища великих міст України.

У цьому контексті варто звернути увагу не лише на взаємовплив мов і чинники, які обумовлюють його, але й також на ступінь освоеності різномовних термінів, включно з перехідними термінами, які залишаються не повністю освоеними не лише з погляду семантики, але й прагматики та соціолінгвістики. Так, наприклад, на освоєння фінансово-економічних термінів впливають не лише присутність чи відсутність визначення цих термінів в українських законах (тобто в теорії), але і його узгодження з уже існуючими термінами, детальне тлумачення в нормативних актах, а також практика застосування, які часто-густо змінюють чи перекичують суть поняття, яке первісно стоїть за цим терміном. До того ж важливо враховувати не лише мовне джерело чи професійну сферу запозичення терміна, але й країну чи організацію, яка послуговується цим терміном. Йдеться не лише про банальні відмінності практик у різних англійських, німецькомовних чи іспаномовних країнах, але й про те, що впливові організації в цих країнах, не кажучи про міжнародні інституції, розробляють власну термінологію, яку вони нерідко розміщують на своїх вебсайтах у вигляді глосаріїв і яка може запозичуватися через контакти з цими організаціями у визначеному ними значенні. Недарма в російсько-англійському електронному словнику *multitran* є окреме ергонімічне поле застосування фінансово-економічних термінів *EBRD*.

Для ілюстрації можна навести англійський термін «*receivership*», який у словниковій статті загалом визначається як «управління майном боржника». В американському контексті діяльності Федеральної корпорації страхування депозитів (*FDIC*) цей термін конкретизується як «управління майном збанкрутілих банків». Однак згідно з українським законодавством банки не банкрутують, а стають неплатоспроможними. До того ж поняття «управління майном» в українському праві є занадто розпливчастим і згідно із Законом України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» це управління здійснюється через уведення тимчасової адміністрації в неплатоспроможний банк чи його ліквідацію. В результаті термін найчастіше перекладається як «тимчасова адміністрація та ліквідація н/п банку», подеколи як «активи (майно) банку в стані тимчасової адміністрації чи ліквідації», а подеколи як «реалізація активів н/п банків» (тобто один із способів ліквідації). Проте в американській практиці немає тимчасової адміністрації, існує окремий термін «*liquidation*», і на практиці управління майном включає багато процедур, які чи то взагалі не практикуються в нашій країні, чи то застосовуються по-іншому. Отже, проблема освоєння терміна вимагає обговорення не лише мовних характеристик адаптації терміна, але й умов його застосування. Прагмалінгвістичний і соціолінгвістичний аспекти вивчення терміна вимагають відповіді на питання, як трактувати інше тлумачення терміна та його застосування до інших реалій, котрі перекичують його первісний вихідний смисл у мові-реципієнті. Річ у тому, що якщо подібне запозичення залишається контекстуальним перекладом, навіть якщо ним постійно послуговуються і він закріплений в англо-українських глосаріях, то його зворотній переклад з української на англійську викличе хибні уявлення у

фахівців, які не обізнані з українською реальністю, і зрештою до зриву комунікації. Рекомендації щодо застосування термінів у цілях гармонізації терміносистем мають ґрунтуватися на дослідженні шляхів та норм освоєння термінів, що враховують як мовні, так і позамовні чинники.

Іншим напрямом дослідження ступеня освоєності термінів може бути вивчення мовної практики спеціалістів у певній сфері, де відбувається інтенсивне запозичення термінів, які послуговуються англізованим, італізованим тощо жаргоном у спілкуванні, тобто відповідного мовленнєвого простору (Хобзей, Сімовик, Ястремська, Дидик-Меуш, 2012; Масенко, 2011). Наприклад, спостереження за вживанням запозичених термінів у мовленнєвій практиці працівників фінансової сфери говорить про поширене калькування, транскрибування чи вживання неперекладених англійських термінів в усній та писемній неофіційній комунікації незалежно від рівня мовної компетенції цих користувачів в англійській мові (наприклад, «форензік» чи «форенсік», яке є скороченням англійського терміну «*forensic audit*», «*data room*» чи «*P&A*»). Це може бути результатом як об'єктивної неусталеності термінів і розбіжностей у їхньому перекладі, так і суб'єктивної економії зусиль, політкоректності чи демонстрування символічної влади.

Прикладним наслідком таких студій було би створення на певних, узгоджених укладачами принципах (наприклад, включення різних ергономічних полів на кшталт *IMF*, *WB*, *EU*, *EBRD*, *OECD*, *FDIC*, стисле визначення контексту, наведення прикладів) електронного англо-українського та українсько-англійського словника термінів, у якому взяли би участь практики-перекладачі і в якому відчувається нагальна потреба в Україні.

Замість висновків. Широке користування новими засобами вільного доступу до інформації та комунікації позбавило спеціалістів монополії на термінологію, а поширення вивчення кількох іноземних мов останніми роками сприяє освоєнню запозичених термінів в українському урбаністичному просторі. З огляду на ці тенденції, на додаток до вивчення лінгвістичних характеристик запозичень чи порівняння різномовних терміносистем, варто звернути увагу на ступені та шляхи просування вузькоспеціалізованих термінів у широкий публічний простір (мовний і мовленнєвий ландшафти), їхню взаємодію, функції і конкурентність, а також на практику освоєння термінів в українській мові та мовленні для вироблення рекомендацій щодо гармонізації термінів і укладання сучасних електронних і друкованих словників.

Ураховання багатомовних контактів відбиває реальну мовну ситуацію в Україні, а також виявляє нові тенденції в традиційній конкуренції української та російської мов, бо ця диґлосія опосередковано проявляється й у функціонуванні глобальних мов в урбаністичному мовному просторі. Транснаціональні назви в містах України так само, як і в інших західних країнах, свідчать про входження нашої країни в глобалізований світ, проте в нашій країні вони виконують ще й відмінну символічну функцію через іншомовну графічну форму і пов'язані із західною латиницею вищий престиж. Окрім того, навіть якщо бізнес перейшов в інші транснаціональні руки, потужний бренд часто-

густо ще довго зберігає загальні (залишкові) асоціації (наприклад, *Adidas* в Україні досі сприймається як високоякісний німецький бренд спортивного одягу). Без сумніву, на символічні асоціації, пов'язані з тим чи іншим брендом, впливають багато чинників (потужність бренду, вид товару (наприклад, одяг чи засіб для прання), обізнаність споживачів, особливості статусного символу в суспільстві, асоціації із західною чи східною економікою тощо). У контексті цієї статті важливо те, що статусний символізм характерний не лише для загальноживаної лексики, а й для термінології.

Отже, символічна функція реалізується в різних мовних і мовленнєвих просторах усіляко не лише на фонетичному, граматичному та лексичному рівнях, але й на алфавітному, прагматистичному і соціолінгвістичному рівнях (наприклад, графічний код репрезентації слова, міжмовна гра слів, етно-культурні асоціації, мовний статус). Так, в українському мовному просторі латинізація українських назв відбувається через її символічну владу з метою підвищення статусу в конкуренції з російською мовою, а латинізація російських назв – як з метою піднесення престижу в конкуренції із західними мовами, так і для мімікрії в конкуренції з українською мовою. На додаток, варто враховувати специфіку термінологізованих сфер (наприклад, мовна дифузія в фармацевтичній сфері; італізація мови в ресторанному бізнесі), а також регіональні особливості (наприклад, урахування публічної присутності та конкуренції галицького варіанту української мови та інших місцевих мов у Західній Україні). Це свідчить про неоднозначність символічної функції, яка фактично охоплює протилежні явища (визначеність та невизначеність мовної ідентичності, низький чи високий престиж, «захід» чи «схід»). Отже, для цілей аналізу пропонується залишити за терміном «символічна функція» визначення символічної влади лексичної одиниці та виділити окремо функцію (мовно-культурної) ідентифікації і функцію глобалізації (як віддзеркалення різного ступеня мовної дифузії).

Як бачимо, соціологічний підхід до вивчення терміносистем та явища термінологізації з огляду на багатомовні контакти в Україні відкриває захопливі перспективи для термінологічних студій. Отже, *to be continued*.

Література

1. Белей, Л. Л. (2010). Соціолінгвістичне висвітлення терміна «мовний ландшафт». *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Філологія»*, 23, 36–41.
2. Белей, Л. Л. (2012 а). Класифікація елементів мовного ландшафту. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Серія «Мовознавство»*, 1, 10–16.
3. Белей, Л. Л. (2012 б). *Особливості функціонування приватних елементів мовного ландшафту Закарпатської області України на поч. ХХІ ст.* Ужгород.
4. Гаудіо, С. (2015). Італійський лексичний компонент в українській мові. *Українська мова*, 111–125.
5. Голубовська, І. О., Жалай, В. Я., Биховець, Н. М., Кругликова, О. В., Линник, Т. Г., Пархоменко, А. Ф., Рахманова, І. І., Рубашова, Л. М., Бобошко, Т. М. (2015). Термінографія, мультилінгвізм, мультидисциплінарність, напрямки майбутніх досліджень. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*, 2–23. Київ: НАН України. Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов.
6. Голубовська, І. О., Жалай, В. Я., Биховець, Н. М., Кругликова, О. В., Линник, Т. Г., Пархоменко, А. Ф., Рахманова, І. І., Рубашова, Л. М., Бобошко, Т. М. (2016). Термінологічна

варіативність: підходи до вивчення. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*, 3–31. Київ: НАН України. Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов.

7. Заблоцький, Ю. В. (2014). Сучасні підходи до вивчення термінології. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія Філологічні науки*, 5(282), 193–197.

8. Краснопольська, Н. Л. (2016). Термінологізація та детермінологізація в українській терміносистемі менеджменту. *Записки з українського мовознавства*, 23, 32–40. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zukm_2016_23_7.

9. Масенко, Л. Т. (2010). *Нариси з соціолінгвістики*. Київ: Видавничий дім «КМ Академія».

10. Масенко, Л. Т. (2011) *Суржик: між мовою і «язиком»*. Київ: Видавничий дім «КМ Академія».

11. Михальчук, О. І. (2014). Мовна поведінка як категорія української соціолінгвістики. *Мова і суспільство*, 5, 28–39.

12. Насакіна, М. Ю. (2016). Текстотворчий потенціал власних назв у рекламних текстах фармацевтичних препаратів. *Наукові праці Чорноморського державного університету ім. Петра Могили*, 266, 92–95.

13. Олійник, О. (2012). Норма в мовному ландшафті Києва. *Культура слова*, 77, 146–152. Відновлено з: dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/110239.

14. Сергеева, Г. А. (2002). *Англомовні запозичення в українській правничій термінології*. (Дис. канд. філол. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків.

15. Сергеева, Г. А. (2015). Глобалізація та лінгвістичні проблеми взаємодії національно-правових мовних картин світу (на матеріалі англомовних запозичень в українській правничій термінології). *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*, 71, 68–72.

16. Скорейко-Свірська, І. П. (2009). *Освоєння англомовних запозичень в українській науково-технічній термінології*. (Дис. канд. філол. наук). Київ.

17. Соколова, С. О. (2014). Полілінгвальний мовний ландшафт міста в сприйнятті киян. *Мовні і концептуальні картини світу*, 48, 406–414. Відновлено з: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/48.

18. Стасюк, Т. В. (2013). Нові тенденції розвитку термінознавства: Здобутки міжнародної наукової групи Р.Теммерман. *Термінологічний вісник*, 2(1), 38–49.

19. Стрішенець, Н. В. (2009). Сучасні напрямки розвитку зарубіжного термінознавства. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки*, 1, 57–60. Відновлено з: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe?

20. Хентшель Г., Тараненко, О. О. (2015). Мовний ландшафт Центральної України; українська мова, російська мова, «суржик» (уживання – мовна компетенція – національне позиціонування). *Мовознавство*, 4, 3–25.

21. Хобзей Н., Сімовик К., Ястремська Т., Дидик-Меуш Г. (2012). *Лексикон львівський: поважно і на жарт*. Львів: Інститут українознавства ім. Крип'якевича НАН України.

22. Ben-Rafael, E., Ben-Rafael, M. (2016). Berlin's Linguistic Landscapes: Two Faces of Globalization. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 197–213. Bloomsbury Academic.

23. Blackwood, R., Lanza, E., Woldemariam, H. (Eds.). (2016). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*. Bloomsbury Academic.

24. Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press.

25. Cabré, T. (2000). Elements for a theory of terminology: Towards an alternative paradigm. *Terminology*, 6(1), 35–57.

26. Cabré, T. (2003). Theories of terminology. Their description, prescription and explanation. *Terminology*, 9(2), 163–199.

27. Crystal, D. (2002). *Language death*. Cambridge University Press.

28. Gallina, F. (2016). The Italian Language in the Tanzanian LL, Between the Italian Way of Life and Mass Tourism. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 37–51. Bloomsbury Academic.

29. Gaudin, F. (1993). Socioterminologie: propos et propositions épistémologiques. *Le Language et l'Homme*, XXVII (1 4), 247–258.

30. Kurlansky, M. (2000). *The Basque history of the world*. London: Vintage Books.

31. Landry, R., Bourhis R. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. An Empirical Stud. *Journal of Language and Social Psychology*, 16 (1), 23–49.
32. Mendisu, B., Malinowski, D., Woldemichael E. (2016). Absence from the Linguistic Landscape as de facto Language Policy: The Case of Two local Languages in Southern Ethiopia. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 117–130. Bloomsbury Academic.
33. Sager, J. (1990). *A practical course in terminology processing*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.
34. Temmerman, R. (2000). *Towards New Ways of Terminology Description. The sociological approach*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
35. Tufi, S., Blackwood, R. (2010). Trademarks in the LL: Methodological and theoretical challenges in qualifying brand names in the public space. *International Journal of Multilingualism*, 7 (3), 197–210.
36. Tufi, S. (2016). Constructing the Self in Contested Spaces: the Case of Slovenian-Speaking Minorities in the Area of Trieste. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 101–116. Bloomsbury Academic.
37. Weinreich, U. (1979). *Languages in Contact, Findings and Problems*. (9th edition). The Hague, Paris, New York: Mouton Publishers.

References

1. Belei, L. L. (2010). Sotsiolingvistične vysvitlennya termina «movny landshaft». *Naukovy visnyk Uzgorodskoho universytetu. Seria «Filologia»*, 23, 36–41.
2. Belei, L. L. (2012 a). Klassifikatsia elementiv movnoho landshaftu. *Naukovy visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu im. Lesi Ukrainky. Seria «Movoznavstvo»*, 1, 10–16.
3. Belei, L. L. (2012 b). *Osoblyvosti funkcionuvannya pryvatnykh elementiv movnoho landshaftu Zakarpatskoi oblasti Ukrainy na poch. XXI st. Uzhorod*.
4. Gaudio, S. (2015). Italiysky leksychny komponent v ukrainsky movi. *Ukrainska mova*, 111–125.
5. Holubovska, I. O., Zhalay, V. Ya., Bykhovets, N. M., Kruhlykova, O. V., Lynnyk, T. H., Parkhomenko, A. F., Rakhmanova, I. I., Rubashova, L. M., Boboshko, T. M. (2015). Terminohraphia, multylinhvizm, multydystyplinarnist, napriamky maybutnikh doslidzhen. *Lingvistyka XXI stolittia: novi doslidzhennia i perspektyvy*, 2–23. Kyiv: NAN Ukrainy. Tsentr naukovykh doslidzhen i vykladannia inozemnykh mov.
6. Holubovska, I. O., Zhalay, V. Ya., Bykhovets, N. M., Kruhlykova, O. V., Lynnyk, T. H., Parkhomenko, A. F., Rakhmanova, I. I., Rubashova, L. M., Boboshko, T. M. (2016). Terminolohichna variatyvnist: pidkhody do vyvchennia. *Lingvistyka XXI stolittia: novi doslidzhennia i perspektyvy*, 3–31. Kyiv: NAN Ukrainy. Tsentr naukovykh doslidzhen i vykladannia inozemnykh mov.
7. Zablotsky, Yu. V. (2014). Suchasni pidkhody do vyvchennia terminolohii. *Naukovy visnyk Skhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu im. Lesi Ukrainky. Seria: Filolohichni nauky*, 5(282), 193–197.
8. Krasnopolska, N. L. (2016). Terminolohizatsia ta determinolohizatsia v ukrainsky terminosystemi menezhmentu. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva*, 23, 32–40. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/zukm_2016_23_7.
9. Masenko, L. T. (2010). *Narysy z sotsiolingvistyky*. Kyiv: Vydavnychy dim «KM Akademia».
10. Masenko, L. T. (2011). *Surzhky: mizh movoyu i «yazykom»*. Kyiv: Vydavnychy dim «KM Akademia».
11. Mykhalchuk, O. I. (2014) Movna povedinka yak kategoria ukrainskoi sotsiolingvistyky. *Mova i suspilstvo*, 5, 28–39.
12. Nasakina, M. Yu. (2016). Tekstotvorchy potencial vlasnykh nazv u reklamnykh tekstakh farmatsevtichnykh preparativ. *Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnogo universitetu im. Petra Mohyly*, 266, 92–95.
13. Oliynyk, O. (2012). Norma v movnomu landshafti Kyeva. *Kultura slova*, 77, 146–152. Retrieved from <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/110239>.
14. Serheyeva, H. A. (2002). *Anhlomovni zapozychennia v ukrainsky pravnychy terminolohii*. (Dis. kand. filol. nauk). Kharkivsky natsionalny universitet im. V. N. Karazina.
15. Serheyeva, H. A. (2015). Hlobalizatsia ta linhvistychni problemy vzayemodii natsionalno-movnykh kartyn svitu (na materialakh anhlomovnykh zapozychen v ukrainsky pravnychy terminolohii). *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina. Seria «Filologia»*, 71, 68–72.

16. Skoreiko-Svirska, I. P. (2009). *Osvoyennia anhlomovnykh zapozychen v ukrainskyi naukovotekhnichnyy terminolohii*. (Dis. kand. filol. nauk). Kyiv.
17. Sokolova, S. O. (2014). Polilinhvalny movny landschaft mista v spryiniatti kyan. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*, 48, 406–414. Retrieved from http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/48/
18. Stasiuk, T. V. (2013). Novi tendentsii rozvytku termiznavstva: Zdobutky mizhnarodnoi naukovi hrupy R. Temmerman. *Terminolohichny visnyk*, 2(1), 38–49.
19. Strishenets, N. V. (2009). Suchasni napriamky rozvytku zarubizhnogo terminoznavstva. *Naukovi zapysky NDU im. M. Hoholia, Filolohichni nauky*. 1, 57–60. Retrieved from http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe?
20. Hentschel, G., Taranenko, O. O. (2015). Movny landschaft Tsentralnoi Ukrainy; ukrainska mova, rosiyska mova, «surzhyk» (uzhyvannia – movna kompetentsiya – nationalne pozytsionuvannia). *Movoznavstvo*, 4, 3–25.
21. Khobzei, N., Simoviy, K., Yastremska, T., Dydyk-Meush, H. (2012). *Leksykon lvivsky: povazhno i na zhart*. Lviv: Instytut ukrainoznavstva im. Kryp' yakevycha NAN Ukrainy.
22. Ben-Rafael, E., Ben-Rafael, M. (2016). Berlin's Linguistic Landscapes: Two Faces of Globalization. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 197–213. Bloomsbury Academic.
23. Blackwood, R., Lanza, E., Woldemariam, H. (Eds.). (2016). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*. Bloomsbury Academic.
24. Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press
25. Cabré, T. (2000). Elements for a theory of terminology: Towards an alternative paradigm. *Terminology*, 6(1), 35–57.
26. Cabré, T. (2003). Theories of terminology. Their description, prescription and explanation. *Terminology*. 9(2), 163–199.
27. Crystal, D. (2002). *Language death*. Cambridge University Press.
28. Gallina, F. (2016). The Italian Language in the Tanzanian LL, Between the Italian Way of Life and Mass Tourism. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 37–51. Bloomsbury Academic.
29. Gaudin, F. (1993). Socioterminologie: propos et propositions épistémologiques. *Le Langage et l'Homme*. XXVII (1 4), 247–258.
30. Kurlansky, M. (2000). *The Basque history of the world*. London: Vintage Books.
31. Landry, R., Bourhis R. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*. 16 (1), 23–49.
32. Mendisu, B., Malinowski, D., Woldemichael E. (2016). Absence from the Linguistic Landscape as de facto Language Policy: The Case of Two local Languages in Sothern Ethiopia. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 117–130. Bloomsbury Academic.
33. Sager, J. (1990). *A practical course in terminology processing*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.
34. Temmerman, R. (2000). *Towards New Ways of Terminology Description. The sociological approach*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
35. Tufi, S., Blackwood, R. (2010). Trademarks in the LL: Methodological and theoretical challenges in qualifying brand names in the public space. *International Journal of Multilingualism*, 7 (3), 197–210.
36. Tufi, S. (2016). Constructing the Self in Contested Spaces: the Case of Slovenian-Speaking Minorities in the Area of Trieste. R. Blackwood, E. Lanza, H. Woldemariam (Eds.). *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, 101–116. Bloomsbury Academic.
37. Weinreich, U. (1979). *Languages in Contact, Findings and Problems*. (9th edition). The Hague, Paris, New York: Mouton Publishers.