

Боднар С. В.,

кандидат педагогічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов

Одеського інституту фінансів

Київського національного торговельно-економічного університету

## МОВНІ Й СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ

**Анотація.** У статті розглядається проблема вивчення дискурсу як системного та комплексного явища. Досліджуються різні точки зору вчених на цей феномен. Більш детально аналізується англomовний економічний дискурс, досліджуються лінгвістичні характеристики цього різновиду дискурсу й соціокультурні чинники, які впливають на його створення.

**Ключові слова:** дискурс, економічний дискурс, бізнес-комунікація, соціокультурні чинники, англomовний економічний дискурс.

**Постановка проблеми.** Сучасні новачі лінгвістики, зокрема, в галузі теорії дискурсу спонукають до системного та комплексного опису явища дискурсу у зв'язку з появою нових аспектів його вивчення. Однак багатогранність поняття «дискурс» і складність його вивчення потребують виходу за межі суто лінгвістичних методів дослідження й диктують необхідність інтегративного підходу до вивчення дискурсу, який дає змогу поєднати в дослідницькій практиці методи когнітивної лінгвістики, критичного аналізу дискурсу та дискурсивного аналізу. Різноманіття дослідницьких підходів до аналізу дискурсу виражається у вивченні різних видів дискурсу, ключових концептів конкретного дискурсу та їх лінгвістичних характеристик.

У дослідженні зосередимо увагу на такому виді англomовного дискурсу, як економічний, і детально розглянемо його мовні й соціокультурні особливості, що і є метою статті. Об'єктом дослідження є англomовний економічний дискурс у сучасному мовознавстві, а предметом – мовні та соціокультурні особливості англomовного економічного дискурсу.

Зауважимо, що проблема вивчення дискурсу належить до категорії актуальних завдань сучасного мовознавства. Дискурс є багатовимірним явищем, що має низку дефініцій. Однак на сьогодні не існує єдиного визначення, що охоплює всі контексти його вживання. До того ж сутність дискурсу, його одиниці, структура, типологія знаходяться в стані вивчення й уточнення. Розглянемо поняття «дискурс» більш детально.

Поняття «дискурс» уперше було введено в науковий обіг американським структуралістом, фахівцем із методології лінгвістичних досліджень, математичної лінгвістики, засновником трансформаційного й дистрибутивного аналізу Зеллігом Харрісом у 1952 р. як надфразова одиниця в контексті інших одиниць. Сучасні науковці (Ф. Бацевич) визначають дискурс «як сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій комунікантів, пов'язаних із пізнанням, осмисленням і презентацією світу мовцем і осмисленням мовної картини світу адресанта слухачем» [1, с. 138]. Схожі погляди висловлює й О. Кубрякова: «Під дискурсом варто мати на увазі саме когнітивний процес, пов'язаний із реальним мовотворенням, породженням мовленнєвого твору. Текст є кінцевим результатом процесу мовленнєвої діяльно-

сті, яка виливається в певну завершену (і зафіксовану) форму» [2, с. 187]. Т. ван Дейк зазначає, що «дискурс є складною єдністю мовної форми, значення й дії, що могла б бути щонайкраще схарактеризована за допомогою поняття комунікативної події чи комунікативного акту... Мовець і слухач, їхні особистісні й соціальні характеристики та інші аспекти соціальної ситуації, безсумнівно, належать до цієї події» [3, с. 121–122].

Чимало вчених (Н. Арутюнова, Ф. Бацевич, В. Варакіна, Т. ван Дейк, В. Карасик, А. Кібрік, В. Плуґян, К. Серажим, З. Харріс) відзначають подвійну природу дискурсу: з одного боку, дискурс – це процес, діяльність, дискурсивна практика, а з іншого – дискурс як результат – це текст, продукт, що актуалізується за певних умов; сукупність текстів, які створені в процесі діяльності. У лінгвістичному енциклопедичному словнику Н. Арутюнова визначає дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними тощо – чинниками; текст, який розглядається в аспекті подій» [4, с. 136]. У словнику іншомовних слів під редакцією О. Мельничука «дискурсивний» (лат. *discursivus* від *discursus* – міркування, доказ, аргумент) тлумачиться як такий, що здійснюється шляхом логічних міркувань, розсудковий, опосередкований [6, с. 215].

П. Серіо виділяє кілька значень терміна «дискурс»: 1) еквівалент поняття «мова», тобто будь-яке конкретне висловлення; 2) одиниця, що обсягом переважає фразу; 3) вплив висловлювання на його одержувача, урахування ситуації (у межах прагматики); 4) бесіда як основний тип висловлення; 5) уживання одиниць мови, їх мовленнєва актуалізація; 6) соціально або ідеологічно обмежений тип висловлювань, наприклад, феміністський дискурс, адміністративний дискурс; 7) теоретичний конструкт, призначений для дослідження умов виробництва тексту [6, с. 26–27].

Дискурс можна визначати у вузькому та широкому сенсах. Дискурс (у вузькому розумінні) – це зв'язна послідовність мовних одиниць, що створюється мовцем для слухача в певний час у певному місці з певною метою. У широкому сенсі ми розуміємо поняття дискурс як складне комунікативне явище, як усну мовленнєву дію, урахування соціального контексту, що дає відомості про учасників комунікації та їхні характеристики, а також процеси виробництва і сприйняття повідомлення.

Під час вивчення дискурсу неодмінно постає питання про його класифікацію: які типи й різновиди дискурсу існують? Сучасний мовознавець В. Карасик із позицій соціолінгвістики виокремлює два основні типи дискурсу: персональний (особистісно-орієнтований, абозрозмовний) та інституційний (статусно-орієнтований, або галузевий) [7].

Інституційний дискурс – це система статусно-рольових відносин, яка склалася в комунікативному просторі життєдіяльності певного соціального інституту. Кількість різновидів

інституційного дискурсу залежить від кількості соціальних інститутів. У сучасній лінгвістиці достатньо детально проаналізовано окремі різновиди інституційного дискурсу, зокрема військовий (І. Райтнер), медичний (С. Вострова), науковий (Р. Барт, О. Ільченко, В. Карасик, А. Литвинов), педагогічний (А. Блас, Дж. Ганнелла, К. Михальська, Дж. Сілін), дидактичний (Н. Арутюнова, Д. Горський, С. Крашен, Р. Мільруд, Д. Ньюман, С. Торнбері, М. Уоррен), політичний (Ю. Караулов, О. Фоменко, А. Баранов, К. Серажим, О. Пономаренко), публіцистичний (А. Мартинюк, О. Дудолаєва), художній (В. Бурбело, А. Скрипник) тощо. Інтегральною ознакою різновидів інституційного дискурсу є урахування умов і обставин, у яких відбувається народження тексту, мовлення, занурених у життя.

Кожний тип дискурсу визначається набором правил, виконання яких він вимагає, і протікає в певній соціальній сфері. Під час дослідження типології дискурсу основним завданням є опис структур, найтиповіших для дискурсу певного виду. Як зазначає С. Тюріна, основними критеріями виділення типів дискурсу є ступінь формальності спілкування, а також протиставлення усного й письмового дискурсів [8].

Різновидом інституційного дискурсу, який співвідноситься з діяльністю майбутніх економістів, є діловий дискурс. Це поняття Т. Чрділелі трактує як соціально зумовлену комунікативну подію, що характеризується певною формою організації мовного матеріалу, яка спричинюється параметрами ситуації спілкування, залежить від інтенції і офіційного статусу комунікантів, котрі мають потрібні повноваження для організації та оптимізації того чи того виду предметної діяльності в інституційно-виробничій сфері заради досягнення практичних цілей [9, с. 8]. Діловий дискурс, або бізнес-дискурс І. Ярошук визначає як спілкування на професійну тематику в економічній галузі, що організовується з метою досягнення комунікативної мети його учасників [10, с. 76]. С. Рибачок звужує діловий дискурс до поняття «економічний дискурс», який трактує як відображення лінгвосоціокультурної взаємодії, що реалізується в мовленнєвій практиці суб'єктів економічної діяльності [11, с. 20], а О. Махницька вважає економічний дискурс сукупністю мовленнєвих актів, які використовують під час визначення та характеристики економічних процесів; це можуть бути усні й письмові тексти або їхні фрагменти, що відображають реалії економічного світу [12, с. 159]. Н. Ковальська, у свою чергу, відстоює протилежну думку, уважаючи економічний дискурс ширшим поняттям, ніж діловий дискурс, оскільки він включає не тільки професійне спілкування задля досягнення однієї мети – взаємовигідної угоди, а й міжособистісне спілкування між продавцем і покупцем, керівником підприємства і співробітником підприємства [12]. Отже, економічний дискурс поєднує в собі характеристики як інституційного, так і персонального типів дискурсу.

Економічний дискурс, зауважує Н. Ковальська, містить в основі дві найголовніші ознаки: цілі та учасників. Мета економічного дискурсу полягає в установленні взаємовигідних відносин і їх оптимізації у сфері економіки, зокрема в системі «товар – гроші – товар». Учасниками економічного дискурсу є фізичні та юридичні особи, які беруть участь в операції товарного обміну. З одного боку, це представники певного інституту, тобто фахівці зі сфери економіки, з іншого – соціум, люди, які звертаються до них. Економічний дискурс є інтерактивною взаємодією учасників спілкування у сфері фінансово-кредит-

них, податкових, комерційних, підприємницьких відносин. Формування економічного дискурсу, а саме: специфіка мотивів, стратегій, тональності, стилю й жанру спілкування, побудова текстів – залежить від сектора економіки. Це може бути й підприємництво, і фінанси, і зовнішньоторговельні відносини тощо (Н. Ковальська).

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ми визначаємо економічний дискурс як різновид бізнес-комунікації, яка відбувається в економічній сфері, з керівництвом, колегами, партнерами, підприємцями, замовниками, споживачами, сприяє розв'язанню економічних проблем, знаходженню шляхів урегулювання та подолання кризових ситуацій, розробленню стратегій розвитку підприємства, вирішенню виробничих питань, ухваленню рішень, впливу на кінцевий результат перемовин, нарад, ділових бесід, передбачає врахування соціокультурних орієнтирів економічної галузі, у процесі якої формується дискурсивна компетентність людини.

Залежно від сфери діяльності учасників економічного дискурсу в межах кожного з функціональних стилів виділяють відповідні підстили з їх жанровою розгалуженістю. Отже, в економічному дискурсі виокремлюється такі жанри: 1) жанр загальноекономічної спрямованості (загальна інформація про інвестиції в економіці країни, економічне становище та географічне положення країни, спрямована на розширення світогляду людини, а також на ознайомлення з економічною ситуацією в країні загалом); 2) жанр економічної документації (контракти, угоди, фінансові рахунки, накладні, декларації, фінансові звіти, повідомлення, зведення); 3) жанр економічної реклами (а) інформативна реклама: повідомлення ринку про новинку або нове застосування наявного товару, про зміну ціни; пояснення принципів дії товару; опис надання послуг; б) емоційна реклама, яка прагне заповнити нинішніх покупців у правильності зробленого ними вибору (пробудження в споживачів симпатії до продукту; створення іміджу; підвищення довіри як до товару чи послуги, так і до самої фірми-виробника; залучення уваги споживачів до певного, елітарного продукту); 4) жанр ділової телефонії (перемовини по телефону, домовленість про зустріч, скасування зустрічі, телефоннограма тощо); 5) жанр наукових економічних текстів (монографії з економічного профілю, наукові статті/тези, реферати, анотації та рецензії, пов'язані з економічною спеціальністю, відгуки на економічні статті, доповіді на конференції). Розглянемо мовні характеристики англійського економічного дискурсу.

Насамперед проаналізуємо лексичні особливості англійського економічного дискурсу. Нами встановлено наявність таких лексичних одиниць:

- велика кількість загальноекономічної (*to finance, expenditure, transfer, earnings, taxes*) і вузькоспеціалізованої (*liability, assets, entity, fiscal revenue, to levy on*) термінологічної лексики;
- міжгалузеві терміни (*model, operation, information, data*);
- стійкі термінологічні звороти (*to exempt from a tax* – звільнити від оподаткування; *rebate on export* – зниження податкової ставки на експорт; *net trading profits* – чистий торговельний прибуток);
- професійні ідіоми (*top dogs* – топ-менеджери; *Big wigs* – CEO; *high finance* – фінанси, що включає великі суми грошей, використані урядом і великими компаніями; *to budget time* – оцінювати час; *monkey business* – нечесна поведінка);
- аббревіатури економічної галузі (*VAT* (value added tax) – The VAT system offers advantages, such as rebates on exports;

WTO (World Trade Organization), EFTA (European Free Trade Association) – International organizations such as the WTO and EFTA regulate tariffs and reduce trade restrictions between member countries);

– скорочення, що вживаються в діловому мовленні (*e-commerce* = electronic commerce, *e-mailed* = posted by electronic mail);

– термінологічні неологізми, які відображають сучасні перетворення у сфері економіки й бізнесу (*microfinance* = *microlending* – практика надання дрібних кредитів неможливим для підприємницької діяльності без вимоги гарантії повернення цих кредитів у вигляді застави (e. g. The amount of *microlending* has mushroomed. Many microlenders have become successful commercial institutions), *job-coaching* – спеціальні курси для безробітних, які навчають, як поводитися на співбесіді з працівниками відділу кадрів (e. g. Workshy youngsters are to be sent on American-style *job-coaching* courses to learn what to wear, say and do at employment interviews); *dot-commer* – бізнесмен, котрий здійснює свою комерційну діяльність через Інтернет);

– «похідні» терміни (to develop → development/developer/developing/developed);

– іншомовні запозичення (сьогодні в англійській мові вживається низка запозичень з української мови для позначення реалій незалежної України: *bazaar economy* – поняття для відображення поширеної практики торгівлі багатьма українцями на ринках Польщі й інших країн Східної Європи привезеними із собою товарами (e. g. No one knows the scope of the bazaar economy, but economists figure that tightening border restrictions will cost 140 000 jobs on the Polish side and probably more in Ukraine);

– цифрові (£133 or \$206 hotel stay per night = this price includes all meals plus access to a full-service fitness spa/pool; Cadbury has shut nearly 20 per cent of its 133 factories and cut 10 per cent of its 55,000 global workforce) та формульні показники, трансформовані у вербальні вирази (Homogeneous product such that  $q1 + q2 = Q$  where Q is industry output and  $q_i$  is the output of the *i*-th firm);

– лексична синонімія: 1) терміни, представлені, з одного боку, англomовним терміном, а з іншого – іншомовною терміноодиноцею, що повністю адаптована в словниковому складі термінології бізнесу й активно взаємодіє з питомими термінами (*businessman* – *entrepreneur* (фр.) – ‘підприємець; власник підприємства’; *stock exchange* – *bourse* (фр.) – ‘фондова біржа’); 2) офіційні терміни і слова-синоніми з нейтральною забарвленістю (to assist – to help, to modify – to change, to clarify – to make clear);

– терміни британського варіанта англійської мови й терміни-американізми (e. g. *bonus issue* – *stock dividend* – випуск пільгових акцій – випуск безплатних акцій; *joint stock company* – *corporation* – акціонерне товариство; компанія; компанія з обмеженою відповідальністю; корпорація);

– співіснування застарілих і сучасних термінів (e. g. *monger* – *tradesman* – *продавець; торговець*);

– графічне формотворення (*business-to-business* – B2B – електронна торгівля за схемою «від одного ділового підприємства до іншого»; *business-to-business-to-consumer* – B2B2C – електронна торгівля за схемою «від одного ділового підприємства до іншого й до споживача»). Наприклад: *Another general message to the believers was: B2B (business-to-business marketing) and B2C (business to consumer) are so five minutes ago; from now on it's all about B2B2C.*

Щодо граматичних особливостей англomовного економічного дискурсу, то ми виокремлюємо такі:

– активне використання безособового *it* (It was considered that...), неозначено-особових займенників (One may conclude that...), прикметників, які не виражають емоційної забарвленості (detailed, attainable);

– пасивні конструкції (e. g. Foreign currency monetary amounts *should be reported* using the closing rate);

– модальні дієслова (e. g. Without the loans, the company *may go ahead*. Economy *could* move to a higher speed limit);

– широке використання простих двоскладових речень зі складеним присудком, що утворюються з дієслова-зв'язки та предикатива, яким є прикметник або прийменниковий зворот (*These goods are high-cost*);

– чимала кількість однорідних членів речення (e. g. Savers and borrowers are connected by financial intermediaries including banks, thrift institutions, insurance companies, pension funds, mutual funds and finance companies);

– вступні слова (*On the one hand*, if we borrow we have to pay the lenders back, with interest. *Previously*, the problem was solved by issuing stock).

Стилістичними особливостями англomовного економічного дискурсу є такі:

– «економічні метафори», під якими розуміються метафори, що є мовним засобом впливу з метою формування в реципієнта (найчастіше в суспільства загалом) або позитивної, або негативної думки про те чи інше економічне явище (експорт, імпорт, інфляцію, іпотеку тощо) (e. g. The *real push toward a new policy* of the company has been detected recently; the amount of advertising has *mushroomed*);

– стійкі вирази, в основі яких лежить метафоричний образ, що відображає сприйняття світу бізнесу в англomовних країнах (*business is war, a company is a ship, time is money*);

– епітети (e. g. *Enormous* pay-packages, *generous* deals and rewards are offered when joining a company);

– метонімії (e. g. *The head* of the firm has retired; the *board* approved his plan);

– повтори (e. g. Economic development has brought benefits to the populations of both the more *economically developed* and the less *economically developed* countries);

– паралельні конструкції (e. g. *In the stock market* people buy and sell shares of corporate ownership. *In the bond market* people buy and sell promissory notes);

– відокремлення (On the one hand, if we borrow we have to pay the lenders back, *with interest*. It's their company, *after all*);

– інверсивні конструкції (e.g. Offering Ireland the prosperity of EU membership was like giving an access to too many happy hours. *Sadly* it was all uncontrollable);

– алюзії (посилання на загальновідомі в англійському суспільстві лінгвокультурні явища чи феномени. Наприклад, негативний ефект кризи в економіці називають “Titanic; financial 9/11; Winnie-the-Pooh economy”, обман – “Trojan horse”, джерело безмежного багатства – “Klondike; Eldorado” (The scale of problems is a kind of *financial 9/11*).

Крім того, необхідно відзначити наявність чималого пласту соціокультурної інформації в англomовному економічному дискурсі, знання якої вкрай потрібне для компетентного економіста. Наприклад, реалії економічної галузі “*blue sky laws*” (закони штатів в США від 1993 р., які регулюють випуск цінних паперів і їх реалізацію в межах штатів), “*the Big Four*”



(4 major companies that regulate in the financial audit arena: PwC, KPMG, Deloitte, Ernst&Young – 4 важливі компанії, які голову-ють на фінансовій аудиторській арені, – PwC, KPMG, Deloitte, Ernst&Young); вираз “Wall Street” – It is a 0.7-mile-long (1.1 km) street running eight blocks, where financial markets of the United States (all financial sectors) are situated (E. g. People immediately think of Wall Street when they hear the words “stock exchange”); або вираз “Lloyd’s of London” – It is a very important and famous bank in London, it provides specialist insurance for everything even to space satellites; значна кількість власних імен (назви компаній, банків, фірм, торгових знаків (брендів) (success of *Hershey’s*, structure of *Merion*, *Cola* threatened legal action against UK, a share dealer for *ABM Amros*); спеціальних договорів, місць розташування компаній і їхніх офісів.

Щодо соціокультурних норм ділового спілкування, то необхідно зазначити певні відмінності, які також варто враховувати при усному англомовному економічному дискурсі. Наприклад, In the USA it is not customary for businessmen who know each other to shake hands at every meeting – *handshakes* are more for the situations of introduction. If a person from Ukraine stretches his hand for a handshake every time he meets his American colleagues, they may be quite surprised or even a little annoyed; Americans value *punctuality* very much. If any appointment is made, American may be expected to *come exactly at the appointed time*. They will expect the same from others, and in business, if someone is late, this person can hardly count on successful talks.

Загалом англомовний економічний дискурс являє собою складне комунікативне явище, що має вищеозначені мовні та соціокультурні особливості й реалізується в мовленнєвій практиці суб’єктів економічної діяльності. Екстралінгвістичний план дискурсу формують конситуації, контекст у найширшому сенсі, різні когнітивні аспекти, свідомість комунікантів. Екстралінгвістичними чинниками усного дискурсу є особливості комунікативної поведінки мовця: культура мовлення, мовленнєвий етикет ділового спілкування, виразність, оптимальний темп мовлення, прийнятний для слухачів, володіння голосом, упорядкованість і послідовність викладення думок, відповідна інтонація, жестикуляція, міміка, вдало використані логічні й психологічні паузи, правильні логічні наголоси. Усі ці екстралінгвістичні чинники беруть активну участь у процесах породження і сприйняття дискурсу.

**Висновки.** Відтак економічний дискурс являє собою різновид бізнес-комунікації, релевантними ознаками якої є такі: інформативність, актуальність, професійна значущість, об’єктивність, офіційність, логічність, відсутність надлишкової образності й емоційного забарвлення, високий рівень стандартизації мовних засобів і мовленнєвих структур, наявність екстралінгвістичних чинників, які беруть активну участь у процесах як утворення, так і сприйняття дискурсу.

#### Література:

- Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Ф.С. Бацевич. – К. : Видав. центр «Академія», 2004. – 344 с.
- Кубрякова Е.С. О контурах новой парадигмы знания в лингвистике / Е.С. Кубрякова, О.В. Александрова // Структура и семантика художественного текста : доклады VII Междунар. конф. – М., 1999. – С. 186–197.
- Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Дейк ; пер. с англ. ; сост. В.В. Петров ; под ред. В.И. Герасимова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
- Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
- Словник іншомовних слів / за ред. О.С. Мельничука. – К. : Головна редакція УРЕ Академії наук УРСР, 1975. – 776 с.
- Серио П. Как читают тексты во Франции. Вступительная статья / П. Серио // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М. : ОФО ИГ «Прогресс», 1999. – С. 12–53.
- Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
- Тюрина С.Ю. Дискурс как объект лингвистического исследования / С.Ю. Тюрина. – Владимир, 2008. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vfnglu.wladimir.ru/files/netmag/v3/ar11.doc>.
- Чрділелі Т.В. Структура, семантика і прагматика ділового діалогічного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Т.В. Чрділелі ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2004. – 20 с.
- Ярошук І. Діловий дискурс фахівця економічного профілю як комунікативне явище / І. Ярошук // Мовознавство. – 2012. – № 3. – С. 75–78.
- Рибачок С.М. Термінологічна лексика як засіб когезії англомовного економічного тексту : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / С.М. Рибачок ; Запорізький нац. ун-т. – Запоріжжя, 2005. – 30 с.
- Махницкая Е.Ю. О современном экономическом дискурсе / Е.Ю. Махницкая // Речевая деятельность. Текст : межвуз. сб. науч. тр. – Таганрог, 2002. – С. 158–161.
- Ковальська Н.А. Релевантність економічного дискурсу / Н.А. Ковальська // II Міжнародна науково-практична заочна конференція «Лінгвокогнітивні та соціокультурні аспекти комунікації». Острозька академія, 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://naub.ua.edu.ua/2013/relevantnist-ekonomichnoho-dyskursu/>.

#### Боднар С. В. Языковые и социокультурные особенности англоязычного экономического дискурса

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема дискурса как системного и комплексного явления. Изучаются разные точки зрения на данный феномен. Более детально изучается англоязычный экономический дискурс, исследуются лингвистические характеристики данного вида дискурса и социокультурные факторы, которые влияют на его создание.

**Ключевые слова:** дискурс, экономический дискурс, бизнес-коммуникация, социокультурные факторы, англоязычный экономический дискурс.

#### Bodnar S. Linguistic and sociocultural characteristics of English economics discourse

**Summary.** The article provides the profound insight into the problem of investigating the notion “discourse” as a systematic and complex phenomenon. The ideas of different scientists on this problem have been highlighted. The main accent is laid on the English economics discourse, its linguistic and sociocultural characteristics which play a great role in its creation.

**Key words:** discourse, economics discourse, business communication, sociocultural factors, English economics discourse.