
ГИПЕРО-ГИПОНИМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ, ОБОЗНАЧАЮЩЕЙ СВЯЗИ С ИНВЕСТОРАМИ (на материале тематической группы «номинация лиц, связанных с Investor Relations»)

Т.А. Сарангова

Кафедра общего и русского языкознания
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Макля, 6, Москва, Россия, 117198

Исследование выполнено в рамках нового научного направления — «связи с инвесторами» / «Investor Relations». В статье рассматривается русскоязычная и англоязычная терминосистема Investor Relations, проводится сопоставительный анализ гиперо-гипонимических отношений на материале тематической группы «Номинация лиц, связанных с Investor Relations» в сравниваемых языках. Основными методами исследования являются компонентный и дефиниционный анализ, описательный и семантико-логический метод. В ходе исследования освещается понятие «связи с инвесторами», анализируются примеры терминов и терминологических сочетаний русского и английского языков: *инвестор, аналитик, акционер, директор, брокер, менеджер; investor, analyst, shareholder, director, broker, manager*. Сопоставительный анализ тематической группы позволил выявить отличительные характеристики гиперо-гипонимических связей изучаемой терминологии и показал высокую степень сходства структурной организации тематической группы и логическую связность исследуемой терминологии. Полученные результаты исследования являются ценным материалом не только для лингвистов и языковедов, но и для специалистов по связям с инвесторами, сотрудников финансовых и инвестиционных компаний и банков, а также способствуют достижению эффективной коммуникации в сфере профессионально-деловых отношений.

Ключевые слова: тематическая группа, номинация лиц, гипоним, гипероним, связи с инвесторами, терминология, терминосистема.

Понятия каждой отрасли знания, находясь во взаимных связях и взаимной зависимости, образуют понятийную систему данной науки. Взаимосвязь и зависимость специальных понятий зачастую проявляется в родо-видовых отношениях. Целью нашего исследования является анализ гиперо-гипонимических отношений русскоязычных и англоязычных терминов Investor Relations, относящихся к тематической группе «Номинация лиц, связанных с Investor Relations», результаты которого могут быть полезными в работе по созданию новых и упорядочению существующих терминологий.

Для установления смысловых связей слов используется семантико-логический метод, базирующийся на принципе использования словарных толкований, которые в большинстве случаев являются надежным источником выделения тематических групп терминологических единиц.

Связи с инвесторами / Investor Relations (IR) — это термин, используемый для описания направления деятельности компаний, взаимодействующих с инвестиционным сообществом. Процесс коммуникации со стороны публичных компаний предполагает доведение до рынка обязательной и добровольной информа-

ции, в то время как уровень развития IR фактически является показателем социальной значимости компании, которой необходимо взаимодействовать с действующими акционерами, потенциальными инвесторами, рыночными аналитиками и журналистами [1. С. 23].

Терминология Investor Relations ранее не подвергалась исследованию и впервые становится объектом изучения, поскольку данная область является относительно молодым направлением в современной финансовой сфере. Важным фактором в систематизации IR-терминологии в группе «Номинация лиц, связанных с IR» выступают родо-видовые отношения терминов. Интерес к изучению гиперогипонимических отношений в терминологии Investor Relations как новой сферы финансовой терминологии объясняется необходимостью в упорядочении и анализе новой терминосистемы.

В основе любой терминологической системы лежит родо-видовой принцип. В лингвистической литературе существуют и другие обозначения данного языкового явления: отношения общего — частного, включения, гипонимические, гиперогипонимические, родо-видовые, супплементно-иерархические отношения.

Гипонимия, иерархически организующая элементы семантического поля, тематической и лексико-семантической групп, основывается на родо-видовых отношениях [2]. Ссылаясь на Дж. Лайонза, Л.А. Новиков отмечает, что гипонимия вместе с несовместимостью являются «самыми фундаментальными парадигматическими смысловыми отношениями, посредством которых структурирован словарный состав языка» [3. С. 631].

Согласно Б.А. Плотникову, «одним из универсальных типов отношений между словами всех языков являются отношения включения, или импликации, которые, с одной стороны, отражают различные по степени обобщенности названия реальных и их классов в языке, то есть родо-видовые, а с другой стороны, названия объектов и их частей, то есть целого и части» [4. С. 192].

М.В. Никитин считает, что гипонимические отношения выявляют иерархию и структуру общего в вещах, и в них сильно подчеркнуты собственно логический, систематизирующий, классификационно-упорядочивающий аспекты, обеспечивающие транзитивность отношений в иерархических цепочках [5. С. 92].

Гипонимия понимается как «категориальное отношение включения лексических единиц, основанное на логико-семантической субординации, как отношение господства и одновременно соподчиненности значений лексических единиц» [6. С. 4].

Гипонимы обладают следующими свойствами:

- 1) гипоним определяется в терминах односторонней импликации, т.е. всегда реально замена гипонима на гипероним как подведение вида под род, а обратное не всегда возможно;
- 2) значение гипонима семантически сложнее, богаче, чем у гиперонима, а отображаемый им класс предметов уже;
- 3) семантические отношения согипонимов — это отношения элементов одного класса. Гипонимы включают в себя смысловое содержание гиперонима и про-

тивопоставляются друг другу соответствующими дополнительными дифференциальными семами [7. С. 233].

Для описания семантической структуры многих терминов Investor Relations существенной характеристикой является дифференциация лиц ключевых аудиторий: инвесторы различаются по типу инвестиций, по характеру инвестиций (длительность периода владения, участие в управлении компанией), по институциональному признаку, по географическому признаку. Итак, номинация лиц Investor Relations характеризуется: по профессиональной принадлежности, по инвестиционной принадлежности, по национальной принадлежности, по имущественному статусу и т.д. Системность в данной тематической группе проявляется как в содержании, так и в языковом оформлении.

В русской терминологии Investor Relations ядерными терминами тематической группы «Номинация лиц, связанных с Investor Relations» являются лексические единицы *инвестор, акционер, аналитик, директор, брокер, менеджер*, выступающие в качестве дифференциального признака, эксплицируемого словарными дефинициями толковых словарей.

В составе англоязычной терминологии нами было выделены термины-слова и термины-словосочетания. Ключевые термины данной тематической группы представлены следующими номинациями: *investor, shareholder, analyst, director, broker, manager*.

Основным принципом деятельности службы Investor Relations является адресная коммуникация, направленная на ключевую аудиторию: инвесторов и кредиторов, аналитиков и управляющих активами, экспертов рынка, инфраструктурные организации фондового рынка, консультантов, партнеров и прессу. «Исходя из поступающей информации потенциальные инвесторы принимают решения о приобретении ценных бумаг, а действительные инвесторы делают выводы о целесообразности продажи или удержания ценных бумаг» [8. С. 61].

Гипероним *инвестор* означает «лицо, организация или государство, производящее инвестицию; вкладчик» [9]. В свою очередь, инвесторы классифицируются: по типу и характеру инвестиций, по стратегическому признаку, по географическому признаку, по профессиональной принадлежности, по имущественному статусу, по степени идентификации и аккредитации, по наличию социальной ответственности.

Данная тематическая группа включает согипонимы, выделяемые по следующим признакам:

по типу инвестиций: *инвестор в капитал (акции) — equity investor, инвестор в долговые инструменты — debt investor;*

по характеру инвестиций (длительность периода владения, участие в управлении компанией): *портфельный инвестор — portfolio investor, розничный инвестор — retail investor, частный инвестор — individual investor, private individual investor, институциональный инвестор — institutional investor, долгосрочный инвестор — long only investor, long-term investor, долгосрочный институциональный инвестор — long only institutional investor, среднесрочный*

инвестор — *medium-term investor, intermediate-term investor*, краткосрочный инвестор — *short-term investor*;

по стратегическому признаку: инвестор, использующий стратегию стоимости — *value investor*; инвестор, использующий стратегию роста — *growth investor*, потенциальный инвестор — *potential investor*, стратегический инвестор — *strategic investor*, наиболее предпочтительные инвесторы — *Tier 1 investors*, инвесторы второго уровня — *Tier 2 investors*;

по географическому признаку: отечественный инвестор — *domestic investor*, отечественный институциональный инвестор — *domestic institutional investor*, зарубежный инвестор, иностранный инвестор — *foreign investor*, международный институциональный инвестор — *international institutional investor*;

по профессиональной принадлежности: профессиональный инвестор — *professional investor*;

по имущественному статусу: состоятельный частный инвестор — *high net worth private investor*, инвестор среднего класса — *middle-class investor*;

по степени идентификации и аккредитации: идентифицированный инвестор — *identified investor*, неидентифицируемый инвестор — *unidentified investor*, зарегистрированный розничный инвестор — *direct registered retail investor*, зарегистрированный частный инвестор — *direct registered private investor*, неаккредитованный инвестор — *non-accredited investor*;

по социальной ответственности: социально ответственный инвестор — *social responsibility investor*.

В приведенных примерах определение в составных наименованиях не только конкретизирует номинацию какого-либо инвестора, но и указывает на принадлежность данного понятия к определенному классификационному ряду.

Значительное количество инвесторов «получают информацию не только напрямую от компании-эмитента, но и из средств массовой информации, от финансовых аналитиков, причем мнение последних играет обычно немаловажную роль при обосновании финансовых решений на фондовом рынке» [8. С. 61]. Взаимодействие компании-эмитента с аналитиками существенно повышает статус компаний в глазах инвесторов, так как именно аналитики дают рекомендации «покупать», «держаться», «продавать» акции эмитента. Предоставление аналитической информации в ответ на поступившие запросы аналитиков улучшает точность прогнозов аналитиков, увеличивает упоминаемость в аналитических обзорах, что способствует благоприятному имиджу и инвестиционной привлекательности компании.

Гипероним *аналитик*, обозначающий «специалист, работник фирмы, банка, владеющий методикой экономического анализа, проводящий такой анализ» [9. С. 28], объединяет следующие гипонимы:

— аналитики инвестиционных домов, занимающихся размещением бумаги и оказывающих посреднические услуги на рынке ценных бумаг (*аналитик продавца* — *sell-side analyst, Wall Street analyst, оплаченный аналитик* — *company sponsored analyst, аналитик по акциям* — *equity analyst, аналитик по ценным бумагам* — *securities analyst*);

— аналитики инвестиционных компаний, инвестирующих собственные средства (*аналитик покупателя — buy side analyst, внешний аналитик — external analyst, внутренний аналитик — internal analyst, финансовый аналитик — financial analyst*);

— аналитики рейтинговых агентств: *аналитик рейтингового агентства — credit analyst*.

Таким образом, в качестве основного дифференциального семантического признака выделения гипонимов гиперонима *аналитик* выступает профиль деятельности организации.

Системность плана содержания терминологии Investor Relations поддерживается внешней системностью терминов, то есть их структурной организацией. В качестве наименований аналитиков используются составные термины, где опорным словом является родовой термин, а зависимый терминологический элемент (согласованное определение) конкретизирует значение и указывает на место термина в классификационном ряду.

В IR-терминологии в качестве родового термина выступает гипероним *акционер*, имеющий значение «владелец акции; член акционерного общества, предприятия» [10]. Акционеры, в основном, физические лица, играют важную роль в Investor Relations. Отсутствие взаимодействия с акционерами может привести к крайне негативным последствиям, во избежание которых следует выработать порядок и основные принципы коммуникации с акционерами.

Как правило, номинация акционеров заключают в себе термин *акционер*, и уточняется при помощи определения — имени прилагательного. Видовые различия гиперонима *акционер* дифференцируются по следующим критериям:

1) **по степени принадлежности:** *акционеры компании — company's shareholders, действующий акционер — actual shareholder, текущий акционер — current shareholder, existing shareholder, неакционер — non-shareholder*;

2) **по характеру инвестиций (длительность периода владения, участие в управлении компанией):** *мажоритарный (основной) акционер — majority shareholder, миноритарный акционер — minority shareholder, розничный акционер — retail shareholder, частный акционер — individual shareholder, лояльный акционер — loyal shareholder, нестандартный акционер — odd-lot shareholder, долгосрочный акционер — long-term shareholder*;

3) **по географическому признаку:** *зарубежный акционер — foreign shareholder*;

4) **по стратегическому признаку:** *целевой акционер — future shareholder, потенциальный акционер — potential shareholder, ключевой акционер — key shareholder*;

5) **по степени идентификации и аккредитации:** *идентифицированный акционер — identified shareholder, неидентифицируемый акционер — unidentified shareholder, зарегистрированный акционер — registered shareholder*.

В целях предотвращения инвестиционных рисков в большинстве случаев институциональные инвесторы, аналитики и акционеры хотят проводить встречи с первыми лицами компании. Непосредственной задачей службы Investor Relati-

ons является не только коммуницирование с инвестиционным сообществом, но и с топ-менеджментом.

В русском языке в терминологии IR номинация лиц руководства компании представлена гиперонимом *директор*, означающим «руководитель предприятия, учреждения или учебного заведения» [11], и встречается в составе следующих согипонимов: *генеральный директор*, *директор по связям с инвесторами*, *исполнительный директор*, *управляющий директор*, *финансовый директор*. Англоязычный эквивалент *director* выявлен лишь в следующих гипонимах: *Chief Executive Director* — «главный исполнительный директор», *Chief Finance Director* — «главный финансовый директор», *Executive Director* — «исполнительный директор», *Non-Executive Director* — «неисполнительный директор», *managing director* — «управляющий директор». Данные атрибутивные словосочетания являются гипонимами по отношению к родовому термину *director*.

Брокеры как финансовые посредники относятся к инфраструктурным организациям фондового рынка, осуществляющим операции на рынке ценных бумаг от имени, по поручению и за счет своих клиентов. Налаженный контакт с брокерами может оказать содействие в рекламе для клиентов при выпуске эмитентом ценных бумаг.

Термин *брокер* означает «фирма или лицо, выступающее посредником при заключении сделок на бирже, действующее по поручению своих клиентов» [12]. В русскоязычной IR-терминосистеме данный термин можно рассматривать как гипероним — стержневой компонент следующих терминологических словосочетаний, являющихся по отношению друг к другу согипонимами: *биржевой брокер*, *вексельный брокер*, *инвестиционный брокер*, *корпоративный брокер*, *брокер фондовой биржи*, *розничный брокер*. По сравнению с русским в современном английском языке такое наименование было обнаружено в семи терминосочетаниях: *bill broker* — «вексельный брокер», *corporate broker* — «корпоративный брокер», *floor broker* — «брокер в зале биржи», *private client broker* — «брокер частных клиентов», *retail broker* — «розничный брокер», *stockbroker* — «фондовый брокер», *private client stockbroker* — «фондовый брокер, обслуживающий физических лиц (частных клиентов)». Перечисленные терминосочетания, находящиеся на одном структурно-семантическом уровне, являются согипонимами.

В основе менеджмента Investor Relations лежит «формирование и поддержание доверия к компании или бренду и обеспечение привлекательности акций для индивидуальных и институциональных инвесторов, представление необходимой информации для финансовых аналитиков, сохранение или повышение ценности акций компании и сокращение стоимости инвестиционного капитала» [13. С. 21].

В русском языке терминосферы IR номинация *менеджер* означает «специалист по управлению производством; наемный руководитель предприятия или подразделения» [14]. Данный гипероним встречается в четырех терминологических словосочетаниях, образующихся путем присоединения к гиперониму согласованных определений, выраженных именами существительными: *менеджер по связям с инвесторами*, *менеджер по управлению личным имуществом*, *IR-менеджер*,

PR-менеджер. В английской IR-терминосистеме такой термин указывает на отличительный видовой признак — функциональное назначение, и употребляется в восьми терминологических вариантах: *book running manager* — «букраннер», *event manager* — «ивент-менеджер», *fund manager* — «управляющий фондом», *investment manager* — «инвестиционный менеджер», *Investor Relations Manager* — «менеджер по связям с инвесторами», *IR manager* — «менеджер по связям с инвесторами», *lead manager* — «лид-менеджер» (ведущий менеджер)», *personal wealth manager* — «менеджер по управлению личным имуществом», *portfolio manager* — «портфельный менеджер».

Таким образом, дифференцирующий компонент в номинации терминов носит ограничительный характер и указывает на отличительный видовой признак понятия.

Важно подчеркнуть, что рассматриваемая родо-видовая структура терминов Investor Relations имеет многоуровневую организацию, отражающую эволюцию развития самой отрасли. Системность плана содержания IR-терминологии во многом определяется родо-видовыми отношениями понятий. В ходе сопоставительного анализа гиперо-гипонимических отношений терминологии Investor Relations было обнаружено, что структурная организация тематической группы «Номинация лиц, связанных с Investor Relations» и семантическая организация входящих в них наименований русского языка примерно соответствует системе наименований английского языка. Проведенный анализ выявил высокую степень структурированности и логической связности исследуемой терминологии.

Сопоставительный анализ иерархической организации терминов Investor Relations в исследуемых языках позволяет не только составить представление о содержании данной предметной области, но и лучше понять принципы формирования отраслевой терминологии, что имеет большое значение для лексикографической и переводческой практики.

В современный период интеграции наук в связи с глобализацией экономики русскоязычная терминосистема связей с инвесторами стихийно формировалась на основе заимствования англоязычной терминологии. Вступая в отношения гиперо-гипонимии, англоязычные термины Investor Relations приобретают прочные парадигматические связи в лексико-семантической системе современного русского языка. Бóльшее количество англоязычных терминов по сравнению с русскими терминами обусловлено тем, что сфера Investor Relations является англоязычным продуктом.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Руководство по листингу на Лондонской фондовой бирже. White Page, 2010.
- [2] Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языка. М.: Наука, 1968.
Новиков Л.А. Современный русский язык: Фонетика. Лексикология. Словообразование. Морфология. Синтаксис. СПб.: Изд-во Лань, 2003.
- [3] Новиков Л.А. Избранные труды. Т. I: Проблемы языкового значения. М.: Изд-во РУДН, 2001.
- [4] Плотников Б.А. Лексикология // Общее языкознание / Под ред. А.Е. Супруна. Минск, 1983.

- [5] *Никитин М.В.* Основы лингвистической теории значения: Учебное пособие. Изд-е 2-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
- [6] *Лысякова М.В.* Гипонимия в русском языке (Теория. Анализ. Типы гипонимов): Автореферат дисс. ... канд. филол. наук. М., 1986.
- [7] *Белошапкова В.А., Брызгунова Е.А., Земская Е.А.* и др. Современный русский язык: Учебник для филол. спец. ун-тов / Под ред. В.А. Белошапковой. 2-е изд., испр. и доп. М.: Высшая школа, 1989.
- [8] *Шевченко Д.А.* Личные инструменты Инвестор Рилейшнз: выстраивание диалога компании с инвестиционным сообществом // В кн.: Диалогические коммуникации в бизнесе. Материалы международной научно-практической интернет-конференции / Науч. ред. М.А. Пильгун. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. С. 59—72.
- [9] *Борисов А.Б.* Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2011.
- [10] *Кузнецов С.А.* Большой толковый словарь русского языка. 1-е изд. СПб.: Норинт, 1998. Электронная версия, 2009. URL: <http://slovari.gramota.ru>.
- [11] *Кузнецов С.А.* Большой толковый словарь русского языка. 1-е изд. СПб.: Норинт, 1998. Электронная версия, 2009. URL: <http://slovari.gramota.ru>.
- [12] *Кузнецов С.А.* Большой толковый словарь русского языка. 1-е изд. СПб.: Норинт, 1998. Электронная версия, 2009. URL: <http://slovari.gramota.ru>.
- [13] *Столярова К.В., Беляев Ю.К.* IR-менеджмент: задачи, функции, тенденции развития // Социально-экономические и психологические проблемы управления. Сборник научных статей по материалам межвузовской научно-практической конференции. М.: НГППУ, 2010. С. 21—26.
- [14] *Кузнецов С.А.* Большой толковый словарь русского языка. 1-е изд. СПб.: Норинт, 1998. Электронная версия, 2009. URL: <http://slovari.gramota.ru>.

HYPER-HYPONYMIC RELATIONS IN TERMINOLOGY EXPRESSING INVESTOR RELATIONS

T.A. Sarangova

Department of General and Russian Linguistics
Philology Faculty

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The study described in this paper is a novel approach in the research of “Investor Relations”. The article draws attention to the phrase “Investor Relations” in Russian and English languages and carries out a comparative analysis of hyper-hyponymic relations with reference to nomination of people associated with Investor Relations. The main methods of research are component and definitional analyses, narrative and semantic-logical method. The research defines the term “Investor Relations”, and analyzes related terms from modern Russian and English such as: *investor, analyst, shareholder, director, broker, manager*. A comparative analysis of this thematic group reveals the distinctive characteristics of hyper-hyponymic relations of IR terminology. This analysis shows common features in the structural organization of this thematic group and the logical coherence of terminology. These findings are valuable not only for linguists, but also specialists in investor relations, employees of financial and investment companies and banks. It aims to promote more efficient communication in professional and business relationships.

Key words: thematic group; «nomination of people»; hyponym; hyperonym; Investor Relations; terminology, term system.

REFERENCES

- [1] Rukovodstvo po listingu na Londonskoy fondovoy birzhe [A guide to listing on the London Stock Exchange]. White Page, 2010.
- [2] *Ufimtseva A.A. Slovo v leksiko-semanticheskoy sisteme yazyka* [The word in the lexical-semantic system of language]. Moscow, Nauka Publ., 1968.
Novikov L.A. Sovremennyy russkiy yazyk: Fonetika. Leksikologiya. Slovoobrazovanie. Morfologiya. Sintaksis [Modern Russian language. Phonetics. Lexicology. Word formation. Morphology. Syntax]. St. Petersburg, Lan' Publ., 2003.
- [3] *Novikov L.A. Izbrannye trudy. T. I: Problemy yazykovogo znacheniya* [Selected works. Vol. I. Problems of lexical meaning]. Moscow, RUDN Publ., 2001.
- [4] Plotnikov B.A. *Leksikologiya // Obshchee yazykoznanie* [Lexicology. General linguistics.] Pod red. A.E. Supruna. Minsk, 1983.
- [5] Nikitin M.V. *Osnovy lingvisticheskoy teorii znacheniya: Uchebnoe posobie. Izd-e 2-e.* [Foundations of linguistic theory of meaning. Textbook. 2nd edition]. Moscow, Publ. «LIBROKOM», 2009.
- [6] Lysyakova M.V. *Giponimiya v russkom yazyke (Teoriya. Analiz. Tipy giponimov): Avtoreferat diss. ... kand. filol. nauk.* [Hyponym in Russian language. (Theory. Analysis. Types of giponyms): author's abstract of dissertation to apply for the degree of the candidate of philological sciences]. Moscow, 1986.
- [7] *Beloshapkova V.A., Bryzgunova E.A., Zemskaya E.A. i dr. Sovremennyy russkiy yazyk: Uchebnik dlya filol. spets. un-tov / Pod red. V.A. Beloshapkovoy. 2-e izd., ispr. i dop.* [Modern Russian language: Manual for Philology Students of Institutes of Higher Education. 2nd edition, revised and supplemented]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1989.
- [8] *Shevchenko D.A. Lichnye instrumenty Investor Rileyshtz: vystraivanie dialoga kompanii s investitsionnym soobshchestvom //* [Personal instruments of Investor Relations: company's entering into a dialogue with the investment community]: Dialogicheskie kommunikatsii v biznese. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii. (Dialogical communications in business. Proc. Int. Scien-Pract. Internet-Conference). Moscow, HSE Publ., 2011, pp. 59—72.
- [9] *Borisov A.B. Bol'shoy ekonomicheskiy slovar'* [Big economic dictionary]. Moscow, Knizhnyy mir Publ., 2011.
- [10] *Kuznetsov S.A. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka. 1-e izd.* [Big explanatory dictionary of Russian language. 1st edition]. St. Petersburg, Norint Publ., 1998. Elektronnaya versiya, 2009). Available at: <http://slovari.gramota.ru>.
- [11] *Kuznetsov S.A. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka. 1-e izd.* [Big explanatory dictionary of Russian language. 1st edition]. St. Petersburg, Norint Publ., 1998. Elektronnaya versiya, 2009). Available at: <http://slovari.gramota.ru>.
- [12] *Kuznetsov S.A. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka. 1-e izd.* [Big explanatory dictionary of Russian language. 1st edition]. St. Petersburg, Norint Publ., 1998. Elektronnaya versiya, 2009). Available at: <http://slovari.gramota.ru>.
- [13] *Stolyarova K.V., Beljaev Ju.K. IR-menedzhment: zadachi, funkcii, tendencii razvitiya* [IR management: goals, functions, development trends]: // Social-economic and psychological problems of management. Interdisciplinary Sci-Techn. Conf. Moscow, NGPPU, 2010. P. 21—26.
- [14] *Kuznetsov S.A. Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka. 1-e izd.* [Big explanatory dictionary of Russian language. 1st edition]. St. Petersburg, Norint Publ., 1998. Elektronnaya versiya, 2009). Available at: <http://slovari.gramota.ru>.