УДК 811.161.2›374
DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/104-26

Роксолана-Юстина ПЕРХАЧ-ТРИСТРУГА,
orcid.org/0000-0002-6466-6122
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри прикладної лінгвістики
Національного університету «Львівська політехніка»
(Львів, Україна) roksoliana-iustyna.t.perkhach@lpnu.ua

Ірина ГАЙДЕЙ,
orcid.org/0009-0005-6492-2690
студентка ІІ курсу магістратури
Інституту комп'ютерних наук та інформаційних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»
(Львів, Україна) iryna.haidei.mflplz.2025@lpnu.ua

МЕТОДИКА УКЛАДАННЯ СЛОВНИКА-МІНІМУМУ ЗАСОБІВ МОВНОГО ВПЛИВУ У СФЕРІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Статтю присвячено висвітленню теоретичних та практичних засад укладання авторського електронного словника-мінімуму засобів мовного впливу у сфері фінансових послуг. Укладання авторського словника-мінімуму засобів мовного впливу у сфері фінансових послуг передбачає не лише виокремлення характерних мовних одиниць, а й встановлення їхньої функції у конкретному комунікативному середовищі. Тому частотність розглядається як важливий, проте не самодостатній критерій: під час відбору враховуються також комунікативно-прагматична релевантність, інформаційна та семантична цінність. Дослідження базується на поетапній методиці, яка поєднує кількісні корпусні дані з лінгвопрагматичним аналізом. Матеріалом слугував укладений корпус, що містить методичні матеріали для підготовки консультантів у фінансових установах. Доведено, що критерієм відбору реєстрових одиниць є не лише частотність, а й прагматична значущість, інформаційна цінність та контекст слова. Реєстр словника має різнорівневий характер і охоплює різні форми колокацій (зі збереженням прагматично маркованих граматичних форм, зокрема наказового способу). Розроблено та реалізовано у вебсистемі Lexonoty авторський словник-мінімум засобів мовного впливу у сфері фінансових послуг, який містить елементи Entry, Label, Form, Tag, Sense, Example та SourceIdentity. Описана модель забезпечує комплексний опис мовної одиниці, розкриваючи її форму, граматичний статус, прагматичну функцію (персоналізація, спонукання, формування довіри, апеляція до вигоди чи безпеки), механізм дії, автентичний контекст із корпусу та джерело. Висвітлено практичний потенціал ресурсу у виконанні довідкової, навчальної, аналітичної та професійно-комунікативної функцій для фінансових консультантів. Наголошено на етичному аспекті використання словника для запобігання маніпулятивним практикам у клієнтській комунікації.

Ключові слова: *комп'ютерна лексикографія, словник-мінімум, корпусний аналіз, фінансово-економічний дискурс, засоби мовного впливу.*

Roksolana–Yustyna PERKHACH-TRYSTRUHA,
orcid.org/0000-0002-6466-6122
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Applied Linguistics
Lviv Polytechnic National University
(Lviv, Ukraine) roksoliana-iustyna.t.perkhach@lpnu.ua

Iryna HAIDEI,
orcid.org/0009-0005-6492-2690
second-year master's student
Institute of Computer Science and Information Technologies of Lviv Polytechnic National University
(Lviv, Ukraine) iryna.haidei.mflplz.2025@lpnu.ua

THE METHODOLOGY FOR COMPILING A CONCISE DICTIONARY OF LINGUISTIC INFLUENCE TOOLS IN THE FINANCIAL SERVICES SECTOR

The article addresses the theoretical and practical foundations of compiling an author's concise electronic dictionary of linguistic influence tools in the financial services sector. Compiling a specialized, concise dictionary of linguistic

persuasion tools in the financial services sector entails not only identifying characteristic linguistic units but also determining their function within a specific communicative context. Consequently, frequency is regarded as an important yet insufficient criterion on its own; communicative-pragmatic relevance, as well as informational and semantic value, are also taken into account during the selection process. The research is based on a phased methodology that integrates quantitative corpus data with linguopragmatic analysis. The study material comprises a compiled corpus containing training and working materials for instructing financial institution consultants. It is demonstrated that the selection criteria for headwords extend beyond frequency to include pragmatic significance, informational value, and contextual dependence. The dictionary register is multi-level, encompassing various collocation forms (retaining pragmatically marked grammatical features, particularly the imperative mood). An author's concise dictionary of linguistic influence tools in the financial services domain has been developed and implemented within the Lexonomy web system, comprising the elements Entry, Label, Form, Tag, Sense, Example, and SourceIdentity. The described model provides a comprehensive characterization of a linguistic unit by revealing its form, grammatical status, pragmatic function (personalization, incitement, trust building, appeal to benefit or safety), operational mechanism, authentic corpus context, and source attribution. The practical potential of the resource is highlighted through its reference, educational, analytical, and professional-communicative functions for financial consultants and editors. Special emphasis is placed on the ethical aspects of using the dictionary to prevent manipulative practices in client interactions.

Key words: *computational lexicography, concise dictionary, corpus analysis, financial and economic discourse, tools of linguistic influence.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах динамічного розвитку ринку фінансових послуг зростає роль ефективної та прагматично спрямованої комунікації, де мовні засоби стають визначальним інструментом впливу на прийняття рішень споживачами. Попри вагомий науковий доробок у галузі комп'ютерної лексикографії, питання систематизації прагмалінгвістичних засобів переконування в економічній сфері все ще потребує цілісного теоретико-методологічного обґрунтування та стандартизації термінів. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розробки уніфікованого інструментарію – авторського словника-мінімуму, який не лише класифікує засоби мовного впливу за критеріями функціональності, а й пропонує чіткі алгоритми їх практичного застосування у професійній комунікації.

Аналіз досліджень. У сучасній комп'ютерній лексикографії електронні словники посідають важливе місце, зокрема значний внесок у формування теоретичних засад електронної лексикографії зробив Свен Тарп (Sven Tarp), який розглядає електронний словник не лише як електронну форму традиційного друкованого видання, а як самостійний інформаційний ресурс, функціональні можливості якого визначаються потребами користувача та специфікою електронного середовища (Tarp, 2009). Важливим напрямом досліджень є також праці Міхала Мехури (Měchura M.), присвячені організації лексикографічних даних і використанню сучасних цифрових технологій у словникарстві (Měchura, 2017). Електронні словники та їхні користувацькі характеристики досліджує Р.-Ю.Т. Перхач-Тристуга, зокрема вивчає питання функціональності електронних словників і їхнього застосування в навчанні іноземних мов (Perkhach, Shyika, 2019: 173–183). Дослідники вважають, що електронні навчальні словники можуть застосовуватися для систематизації мовного матеріалу певної предметної сфери, а їхня ефективність пов'язана зі стислістю, тематичною спрямованістю та системністю подання (Ivashchenko et al., 2021: 48–49).

Мета статті. Ціллю цієї статті є висвітлення базових принципів укладання, структурно-семантичної організації та прикладного застосування лексикографічного ресурсу для фахівців у фінансово-економічній та філологічній сферах.

Виклад основного матеріалу. Матеріалом дослідження є спеціально сформований корпус текстів сфери фінансових послуг, до якого увійшли матеріали офіційних вебресурсів фінансових установ і компаній, а також робочі й навчальні матеріали для підготовки фінансових консультантів. Це дозволило охопити як зовнішню комунікацію з клієнтами, так і професійний фінансово-економічний дискурс, у межах якого закріплюються моделі аргументації та представлення фінансових продуктів. Для корпусного опрацювання використано AntConc, зокрема для аналізу частотності, колокацій, повторюваних конструкцій і конкордансів.

При формуванні лексичного мінімуму релевантними є не лише частотні показники, а й розподіл слів, n-грами, колокації, ключові слова, контексти та прагматичні моделі (Łukasik, 2017: 57).

Таким чином було проведено мануальну вибірку мовних одиниць, адже деякі механізми мовного впливу можливо визначити лише у цілісності з контекстом.

Корпусний аналіз виконує функцію первинного відбору. До словника додано лише ті одиниці, для яких у контексті встановлено певний механізм мовного впливу: оцінювання, персоналізацію, спо-

нукання, формування довіри, апеляцію до вигоди, безпеки або ризику тощо. Такий підхід особливо важливий у фінансовому дискурсі, де комунікація спрямована не лише на інформування, а й на стимулювання дій та вплив на емоційні складники прийняття рішення (Ilchenko, 2024: 108–109).

Відповідно, реєстр словника не обмежується окремими словами. До нього можуть входити колокації, імперативні й модальні форми, гіпотетичні та риторичні питання, метафоричні й повторювані конструкції. До продуктивних засобів переконання у фінансово-економічному дискурсі відносять модальні дієслова, імперативні та гіпотетичні конструкції, оціночні прикметники, риторичні питання, метафори, повтори й паралелізм (Ilchenko, 2024: 109). Таким чином, критерієм відбору є не належність до певного мовного рівня, а повторюваність і прагматична значущість у досліджуваній сфері.

Поняття мінімум у назві ресурсу означає функціонально вмотивоване обмеження реєстру. Обсяг словника залежить від його предметної спрямованості, мети й функцій (Ivashchenko et al., 2021; Perkhach, Shyika, 2019: 177), тому до нього входять не всі потенційні маркери фінансового дискурсу, а найбільш репрезентативні одиниці, зафіксовані в корпусі та релевантні для визначеного користувача. Структура такого ресурсу також має залишатися компактною й містити той обсяг інформації, який необхідний у конкретній ситуації використання (Łukasik, 2017: 61).

З одного боку, цільовою аудиторією словника є фахівці, які створюють, аналізують, перекладають або редагують фінансові тексти, з іншого – консультанти, менеджери й працівники фінансових установ, для яких мовна взаємодія з клієнтом є складовою професійної діяльності. Це відповідає функціональному підходу, за якого потреби користувача розглядаються у зв'язку з конкретним типом професійної ситуації (Tarp, 2009: 279).

Отже, укладання словника охоплює формування корпусу, автоматизований та традиційний пошук потенційних одиниць, аналіз їхньої частотності та контекстів, прагматичну інтерпретацію, функціональну класифікацію й подальше лексикографічне представлення. Така послідовність дозволяє поєднати кількісні корпусні дані з якісним лінгвопрагматичним аналізом.

У межах дослідження було створено авторський електронний словник-мінімум, структура якого сформована відповідно до мети дослідження, типів відібраних одиниць і потреб потенційних користувачів. Він не відтворює готової моделі певного словникового типу, адже є спеціально сконструйованим так, щоб поєднувати принципи корпусного відбору, лінгвопрагматичної інтерпретації та комп'ютерної лексикографії.

Словник створено на платформі Lexonomy – вебсистемі для укладання, редагування й публікації електронних словників. Її перевагою є можливість самостійно визначати структуру словникової статті та набір необхідних елементів відповідно до конкретного проєкту (Měchura, 2017: 662–663). Для запропонованого ресурсу це особливо важливо, оскільки опис засобу мовного впливу потребує одночасного представлення мовної форми, її структурної характеристики, прагматичної функції, тлумачення, автентичного прикладу та джерела.

Макроструктуру словника формують різнорівневі реєстрові одиниці. Вони не завжди подаються у традиційній початковій формі, оскільки прагматичний потенціал може бути пов'язаний саме з конкретним граматичним оформленням. Тому, наприклад, форму «скористайтеся» доцільно залишити в наказовому способі, а не зводити до інфінітива «скористатися», оскільки у першому випадку реалізується безпосереднє спонукання адресата, тоді як інфінітив лише називає дію. Імперативні конструкції у фінансово-економічному дискурсі виконують функцію прямого заклику до дії (Ilchenko, 2024: 109).

Подібно, для питальних моделей значущою є вся конструкція. Наприклад, висловлення «Що б Ви зробили з наступними 25 000 грн?» не може бути зведене до окремих лексем без втрати прагматичного ефекту: умовний спосіб і пряме звернення залучають адресата до уявного фінансового сценарію.

Риторичні й питальні конструкції здатні активізувати внутрішню реакцію реципієнта та спрямовувати його сприйняття (Ilchenko, 2024: 109–111).

Водночас сама наявність певної лексеми не є достатньою підставою для приписування їй впливової функції. Наприклад, прикметник «індивідуальний» у сполученні «індивідуальний номер» виконує переважно ідентифікаційну функцію та не реалізує прагматики персоналізації. Натомість у сполученнях «індивідуальні потреби», «індивідуальне рішення для Вас» ця одиниця безпосередньо орієнтує повідомлення на адресата, підкреслюючи врахування його особистих потреб і характеристик, а отже, може виступати засобом персоналізації. Аналогічно прикметник «вигідний» у конструкціях «вигідні умови», «вигідна пропозиція» реалізує позитивно-оцінну функцію: він акцентує переваги фінансового продукту та сприяє формуванню позитивного ставлення адре-

сата до нього (Ilchenko, 2024: 111). Отже, прагматична характеристика встановлюється на основі контекстного функціонування одиниці (Humă, 2023: 2).

Мікроструктуру словника в Lexonomy формують компоненти Entry, Label, Form, Tag, Sense, Example, SourceIdentity. Це авторська конфігурація полів, а не стандартний обов'язковий набір платформи.

Entry містить реєстрову одиницю – слово, словоформу, словосполучення або конструкцію. Label визначає її основну прагматичну спрямованість, наприклад персоналізація, спонукання до дії, формування довіри, апеляція до вигоди. Form фіксує конкретні мовно-граматичні характеристики: частину мови, граматичну форму, тип словосполучення або речення. Tag відносить одиницю до ширшого структурного типу: імперативна словоформа, атрибутивна колокація, гіпотетична питальна конструкція, контрастивна конструкція. Наприклад, для «обирайте»: Form – дієслово, наказовий спосіб, 2-га особа множини; Tag – імперативна словоформа; Label – спонукання до дії.

У Sense пояснюється механізм функціонування одиниці у фінансовій комунікації, а не лише її загальне словникове значення. Example подає автентичний контекст, необхідний для підтвердження прагматичної інтерпретації. Саме контекст дозволяє уникнути приписування впливової функції ізольованій одиниці (Altamimi, 2023). SourceIdentity містить клікабельне посилання на вебресурс або текстове зазначення джерела, якщо приклад походить із навчального чи робочого матеріалу.

Отже, модель Entry → Label → Form → Tag → Sense → Example → SourceIdentity дозволяє окремо зафіксувати форму, структурний тип, прагматичну функцію та умови її реалізації. Гнучкість Lexonomy забезпечує можливість реалізувати цю авторську структуру в єдиному електронному середовищі (Měchura, 2017: 662–663).

Функціонування запропонованої моделі можна простежити на різних типах словникових статей. Показовою є конструкція «можливість + інфінітив», представлена у корпусі сполученнями можливість заробляти щомісяця, можливість заощадити гроші, можливість покращити фінансову ситуацію. Її Form визначено як іменник модальної семантики + інфінітив, Tag – модальна конструкція, Label – позитивне перспективне фреймування; апеляція до вигоди. Семантика можливості дає змогу подати бажаний результат як потенційно доступний, не перетворюючи його на категоричну обіцянку (див. рис. 1). Це відповідає характерному для фінансового дискурсу поєднанню раціональної аргументації з апеляцією до очікуваного позитивного результату (Ilchenko, 2024: 109).

Інший механізм реалізує модель «не просто X, а Y»: «страховка для подорожі – це не просто формальність…, а реальний фінансовий захист для Вас і Вашої родини». У цьому випадку Form – парна протиставна модель, Tag

– контрастивна синтаксична конструкція, Label – позитивне рефреймування.

Прагматичний ефект виникає через заміну нейтральної або знеціненої інтерпретації продукту позитивно значущою.

На рівні окремої словоформи показовою є «обирайте». Збереження наказового способу є обов'язковим, оскільки саме він реалізує спонукання:

«Обирайте надійність, яку цінують туристи в усьому світі». У словниковій статті Form фіксує граматичні характеристики дієслова, Tag визначає його як імперативну словоформу, а Label – як засіб спонукання до дії. У цьому випадку нормалізація до «обирати» усунула б прагматично значущу характеристику (Ilchenko, 2024: 109).

Контекстну залежність слова чітко демонструє словникова стаття «індивідуальний / особистий». У корпусі одиниці функціонують у конструкціях індивідуальні потреби кожного клієнта, індиві-

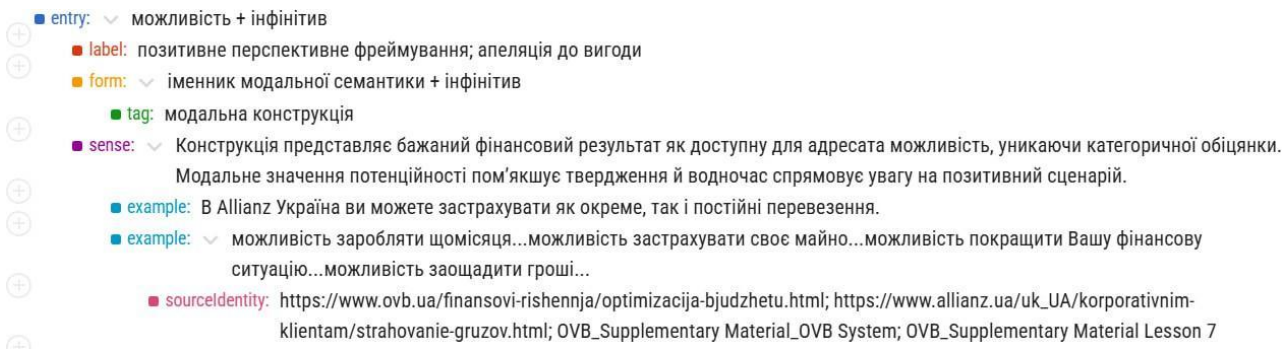


Рис. 1. Словникова стаття «можливість + інфінітив» у системі Lexonomy

дуальні варіанти рішення, проконсультувати Вас особисто. Їхній Label – персоналізація. Однак така функція не є сталою властивістю самих лексем, а виникає через співвіднесення пропозиції з потребами або ситуацією конкретного клієнта.

Окремий тип представляє конструкція «Що б Ви зробили з + фінансовий ресурс?». Питання «Що б Ви зробили з наступними 25 000 грн?» моделює бажаний сценарій, у якому адресат уже володіє певним ресурсом. Form визначено як питальне речення з дієсловом умовного способу, Tag – гіпотетична питальна конструкція, Label – залучення адресата; моделювання бажаного сценарію. Переконливий ефект у цьому випадку виникає через викид внутрішньої реакції адресата, а не через прямий заклик (Ilchenko, 2024: 109–111).

Тематично характерною для фінансово-страхової комунікації є група «захист / захистити», представлена конструкціями фінансовий захист, захист доходу, захист фінансових інтересів, захистити сім'ю і майно. Її Label – апеляція до безпеки, Form – іменник / дієслово, Tag – словотвірна лексична пара. Прагматичний потенціал формується через представлення продукту як засобу запобігання ризикам і досягнення стабільності.

Розглянуті приклади підтверджують доцільність різнорівневого принципу: реєстровою одиницею може бути словоформа, група споріднених лексем, колокація або цілісна синтаксична конструкція. Визначальним залишається не формальний статус мовної одиниці, а можливість встановити повторюваний механізм мовного впливу та підтвердити його автентичним контекстом. Саме тому Example виконує аналітичну функцію, а прагматична характеристика поширюється не на слово поза контекстом, а на закономірність його використання у фінансовій комунікації (Humă, 2023: 2).

Практичний потенціал авторського словника пов'язаний із його використанням у професійній діяльності фахівців фінансового сектору. Ресурс може бути корисним як для працівників, які створюють і аналізують тексти, так і для консультантів та менеджерів, які безпосередньо взаємодіють із клієнтами. Така орієнтація відповідає принципу створення словника для конкретного типу користувача й конкретної професійної ситуації (Tarp, 2009: 278–279).

Для фінансового консультанта словник може виконувати довідкову й навчальну функції. Він дає можливість не просто запам'ятовувати готові формули, а розуміти механізм їхньої дії: відмінність між нейтральною та імперативною формою, способи персоналізації пропозиції, актуалізації вигоди чи безпеки, використання питальних моделей. Це особливо важливо під час пояснення умов продукту, аргументації, реагування на сумніви та підтримки процесу прийняття рішення, адже фінансова комунікація поєднує інформування з переконанням і впливом на оцінювання ситуації (Ilchenko, 2024: 108–109).

Окреме значення має використання словника у професійній підготовці консультантів. Оскільки частину джерельної бази становлять робочі зошити й навчальні матеріали, словник може доповнювати їх систематизованим поясненням типу мовної одиниці, її прагматичної функції та контексту.

Для фахівців, які працюють із рекламними, інформаційними чи консультаційними текстами, ресурс може використовуватися під час їх створення й редагування. Компоненти Label, Form, Tag, Sense та Example дозволяють оцінити не лише мовне оформлення, а й потенційний комунікативний ефект. Словник може бути корисним і для аналізу вже здійсненої клієнтської взаємодії – зокрема для визначення засобів персоналізації, оцінювання, спонукання, формування довіри або актуалізації ризику.

Висновки. Отже, авторський словник-мінімум виконує довідкову, навчальну, аналітичну та професійно-комунікативну функції. Його практична цінність полягає у поєднанні систематизованого мовного матеріалу з поясненням механізмів впливу, що дозволяє використовувати ресурс як для аналізу фінансової комунікації, так і для підготовки фахівців до усвідомленої взаємодії з клієнтом.

Не менш істотним є етичний аспект застосування розробленого ресурсу. Його головна мета – не надати інструментарій для прихованого впливу на клієнта, а допомогти фахівцеві глибше осягнути специфіку мовних засобів. Систематизований опис дозволяє чітко розмежовувати конструктивне переконання, коректну аргументацію та ризики маніпулятивних дій. У цьому контексті ключову роль відіграє ситуативний підхід до опису лексики, адже функціональне навантаження однієї й тієї самої мовної одиниці суттєво змінюється залежно від комунікативних умов.

Електронний формат у Lexonomy забезпечує структурований доступ до словникових статей і можливість переходу до першоджерела через SourceIdentity. Надалі такий авторський словник на платформі Lexonomy можна використовувати з метою корпоративного навчання, розроблення методичних рекомендацій, аналізу клієнтської комунікації та формування внутрішніх стандартів професійного спілкування у фінансово-економічній галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Humă B. Language and persuasion: A discursive psychological approach. *Social and Personality Psychology Compass*. 2023. Vol. 17, no. 6. DOI: 10.1111/spc3.12755.
2. Ilchenko A. Linguistic means of realization of the persuasion communicative strategy in financial and economic discourse. *Problems of Semantics, Pragmatics and Cognitive Linguistics*. 2024. Vol. 1, no. 46. P. 105–120. DOI: 10.17721/2663-6530.2024.46.09.
3. Ivashchenko V., Yaskevych V., Ivashchenko D. "Lexical Minimum of Media Scientist": Reference Learning Edition as an Educational E-Resource. *Digital Humanities Workshop (DHW 2021)*, December 23, 2021, Kyiv, Ukraine. New York : ACM, 2021. 8 p. DOI: 10.1145/3526242.3526247.
4. Łukasik M. Lexical Minimum (Re)Defined. *Lingwistyka Stosowana*. 2017. No. 23. P. 47–63. DOI: 10.32612/uw.20804814.2017.3.pp.47-63.
5. Měchura M. Introducing Lexonomy: an open-source dictionary writing and publishing system. *Electronic Lexicography in the 21st Century: Lexicography from Scratch. Proceedings of eLex 2017*. Leiden, 2017. P. 662–679. URL: https://www.lexonomy.eu/docs/elex2017.pdf (date of access: 09.09.2026).
6. Perkhach R.-Y., Shyika Y. Frequency Dictionaries to the Instructions to Medical Products. *Proceedings of the 3rd International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (COLINS-2019)*. 2019. P. 173–183. URL: https://ceur-ws.org/Vol-2362/paper16.pdf (date of access: 12.09.2026).
7. Altamimi S. Navigating the financial frontier: a serendipitous journey between corpus linguistics and discourse analysis of economy in parliamentary speeches. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2023. Vol. 10. Art. 747. DOI: 10.1057/s41599-023-02267-9.
8. Tarp S. Reflections on Lexicographical User Research. *Lexikos*. 2009. Vol. 19. P. 275–296. DOI: 10.5788/19-0-440.

REFERENCES

1. Humă B. (2023). Language and persuasion: A discursive psychological approach. *Social and Personality Psychology Compass*, 17(6). DOI: 10.1111/spc3.12755.
2. Ilchenko A. (2024). Linguistic means of realization of the persuasion communicative strategy in financial and economic discourse. *Problems of Semantics, Pragmatics and Cognitive Linguistics*, 1(46), 105–120. DOI: 10.17721/2663-6530.2024.46.09.
3. Ivashchenko V., Yaskevych V., Ivashchenko D. (2021). "Lexical Minimum of Media Scientist": Reference Learning Edition as an Educational E-Resource. *Digital Humanities Workshop (DHW 2021)*, December 23, 2021, Kyiv, Ukraine. New York: ACM. DOI: 10.1145/3526242.3526247.
4. Łukasik M. (2017). Lexical Minimum (Re)Defined. *Lingwistyka Stosowana*, 23, 47–63. DOI: 10.32612/uw.20804814.2017.3.pp.47-63.
5. Měchura M. (2017). Introducing Lexonomy: an open-source dictionary writing and publishing system. *Electronic Lexicography in the 21st Century: Lexicography from Scratch. Proceedings of eLex 2017*, 662–679.
6. Perkhach R.-Y., Shyika Y. (2019). Frequency Dictionaries to the Instructions to Medical Products. *Proceedings of the 3rd International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (COLINS-2019)*, 173–183.
7. Altamimi S. (2023). Navigating the financial frontier: a serendipitous journey between corpus linguistics and discourse analysis of economy in parliamentary speeches. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 747. DOI: 10.1057/s41599-023-02267-9.
8. Tarp S. (2009). Reflections on Lexicographical User Research. *Lexikos*, 19, 275–296. DOI: 10.5788/19-0-440.

Дата першого надходження статті до видання: 18.09.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 09.10.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.10.2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)