

валютного фонда (ИМФ) в разных странах, многократно используется термин *bail-out* (выход из экономических трудностей с чьей-либо помощью), образованный от фразового глагола *bail out* (выручать из беды, помогать): *Time was when a bail-out by the International Monetary Fund was a uniformly horrid experience; The IMF-led \$25.1 billion bail-out of Hungary on October 28th was «fast, light and big», in the words of one person involved; Iceland, which is negotiating a \$2 billion bail-out from the IMF, is being forced to take some bitter medicine after the failure of its banks.* В вышеупомянутой статье о Японии «That sinking feeling» употребляется термин *takeover* (захват, поглощение другой компании), образованный от фразового глагола *take over* (вступать во владение; поглощать): *Japan's three «megabanks» hold some ¥12 trillion (\$123 billion) in other companies' shares (ostensibly in order to cement business relationships, but really to thwart hostile takeovers).*

Таким образом, в результате проведенного анализа можно утверждать, что употребление фразовых глаголов в английском экономическом дискурсе печатных средств массовой информации способствует убеждению читателя посредством использования их в цитатах экспертов и известных деятелей, а также дает возможность аргументировать факты, прогнозы, предположения и т.д. Употребление этих глаголов в одной из наиболее сильных позиций — заголовке и подзаголовке — позволяет не только привлечь внимание, обеспечить краткость и выразительность, но и сформулировать основную идею статьи. И, наконец, важно отметить, что фразовые глаголы и их производные являются терминообразующей основой языков для специальных целей, что подтверждает проведенный анализ статей экономической, финансовой и деловой тематики.

Л.И. Колесникович
ПолесГУ (Пинск)

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

Современный мир быстро меняется, что отражается и в языке. Культурные и экономические отношения связывают воедино все страны земли. Бизнес оказывает значительное влияние на развитие международных отношений, что приводит к необходимости межнациональных контактов в этой области.

Коммуникация в сфере бизнеса укрепляет межнациональные связи и в результате этого становится важнейшим социокультурным фактором современности.

Изучение фразеологических единиц (ФЕ) как языковых единиц, наиболее ярко отражающих национальные особенности культуры народа-носителя языка, представляется важным в связи со стремлением к адекватному пониманию ментальности представителей данного народа на фоне развивающихся контактов в сфере бизнеса.

Преподавая предмет «Английский язык (профессиональная лексика)», мы уделяем большое внимание изучению ФЕ, употребляемых в деловой речи носителями английского языка, сравнивая их с подобными языковыми средствами русского языка. В практике преподавания необходимо помнить, что деловая речь идиоматична и мета-

форична, несмотря на стремление к стандартизации средств выражения. В деловом дискурсе в условиях межкультурной коммуникации в основном употребляются универсальные для обоих языков ФЕ, что свидетельствует о факте взаимопроникновения языков и культур и об интернациональном характере современного мира бизнеса.

Фразеологизмы, встречающиеся в англоязычном деловом дискурсе, объединяются в четыре основных фразеосемантических поля (ФСП): ФСП, объединенные на основе таких общих понятий, как «бизнес и управление», «покупка и продажа», «экономические и производственные отношения», «денежные отношения».

Например, рассмотрим ФЕ, объединенные общим понятием «бизнес и управление»: *time is money* — время — деньги; *there is no way to make up for lost time* — перед смертью не надышишься; *buck a trend* — достичь успеха в своем деле, в то время как у других компаний дела идут плохо.

Фразеосемантическое поле ФЕ, объединенных понятием «денежные отношения»: *bad debts* — безнадежные долги, просроченные ссуды; *write off* — списать со счета; *money for jam (money for old rope)* — деньги, получаемые за пустяковую работу, ни за что, легко доставшиеся деньги; *be in the red* — быть убыточным, неплатежеспособным; *be in the black* — быть платежеспособным.

Фразеосемантическое поле ФЕ, объединенных понятием «покупка и продажа»: *loss leader* — «приманка», товар, продаваемый с убытком для привлечения покупателей.

Фразеосемантическое поле ФЕ, объединенных понятием «экономические и производственные отношения»: *lean-production* — всесторонне рационализированное производство; *sail close to the wind* — вступить на опасный путь, предпринимать рискованные шаги. Но у некоторых ФЕ сложно определить принадлежность к одному отдельно взятому ФСП, часто их можно отнести к нескольким полям. Поэтому при переводе устойчивых сочетаний необходимо обращать внимание студентов на особенности контекста, в котором они употребляются.

Каждый человек употребляет устойчивые сочетания, основанные на жизненной философии своего народа, но в деловой лексике чаще всего употребляются универсальные в плане выражения фразеологизмы ввиду интернационального характера современного мира бизнеса, а также взаимопроникновения языков и культур на настоящем этапе развития всего человеческого общества.

Л.А. Крюкова
БНТУ (Минск)

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-УЧЕБНОГО ТЕКСТА В СФЕРЕ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

Сфера бизнеса, занимающая важное место в современном мире, привлекает внимание лингвистов не только к изучению бизнес-дискурса как одного из типов институционального общения, но и к проблеме выявления лингвистических особенностей различных жанров бизнес-коммуникации.