

1) британская сленговая лексика, возникшая на территории Соединенного королевства и не вышедшая в своем употреблении за его пределы (*британизмы*); например, *tonkey* 'five hundred pounds', *quid* 'a pound' и т.д.; 2) американская лексика (*американизмы*), например, *silver Jeff* 'twenty five cent', *horse nails* 'coins', *dust* 'cash'; 3) лексика, перешедшая из британского сленга в американский (*британо-американизмы*); например, *thou* 'thousand dollars', *berry* 'a dollar'; 4) сленговая лексика, заимствованная в обратном направлении (*американо-британизмы*); например, *buck* 'a dollar', *pound* 'five dollars'; 5) другое: лексика, перешедшая в американский и/или британский сленг из австралийского и новозеландского вариантов английского сленга.



Распределение сленгизмов ТГ «Наименования денег» в зависимости от территориальных характеристик

Число *американизмов* (сленгизмов, известных только на территории США) больше в 3 раза числа *британизмов* (сленгизмов, известных только жителям Великобритании). Характерно, что наименований американской валюты в английском сленге больше, чем британской. Количество сленгизмов, перешедших из Америки в Британию, в 5 раз больше, чем сленгизмов, заимствованных в обратном направлении. Причем группа *британо-американизмы* на 100 % представлена сленгизмами, обозначающими американскую валюту, в то время как в группе *американо-британизмы* наименования британской валюты представлены только 12 % лексем. Эти факты, во-первых, иллюстрируют преимущественное развитие американского варианта сленга по сравнению с британским, а во-вторых, обусловлены более значительной ролью американских экономических и финансовых отношений во всем мире. Вместе с тем группа «другое» представлена на 93 % сленгизмами, обозначающими британскую валюту, что может быть объяснено слабыми социальными и культурными связями Австралии и Новой Зеландии с США и длительным историческим и культурным взаимодействием с Британией.

Е.П. Колбаско
БГЭУ (Минск)

ФРАЗОВЫЕ ГЛАГОЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Фразовые глаголы употребляются не только традиционно в устной речи, но и все больше проникают в официальную письменную речь. Важно, что фразовые глаголы прочно закрепляются в официальной речи и являются базой для пополнения словаря

ного запаса современного английского языка, так как они используются для образования многих терминов для специальных целей.

Задача данного исследования состоит в выявлении роли фразовых глаголов современного английского языка в экономическом дискурсе. Материалом для анализа послужили 30 статей из журнала «The Economist», в которых встретились 111 различных фразовых глаголов. Наиболее употребительными оказались следующие: *bail out*, *depend on*, *start up*, *take over* и *set up*. Интерес представляют количественные данные употребления фразовых глаголов с определенными частицами: *up* (31 %), *out* (19 %), *off* (11 %), *down* (9 %), которые можно интерпретировать как своеобразное отражение процессов *повышения* и *понижения* котировок ценных бумаг на рынках, *роста* и *падения* курсов валют и т. д. Так, частица *up* входит в состав фразовых глаголов *back up*, *beef up*, *break up*, *build up*, *catch up*, *clean up*, *drive up*, *dry up*, *eat up*, *end up*, *gear up*, *get up*, *give up*, *hold up*, *keep up*, *lock up*, *make up*, *prop up*, *push up*, *rack up*, *run up*, *set up*, *shoot up*, *shore up*, *sign up*, *speed up*, *start up*, *suck up*, *talk up*, *tighten up*, *tot up* и других, которые используются главным образом для описания благоприятного состояния экономики, финансов, бизнеса или тенденций к улучшению ситуации и т. д. В то же время фразовые глаголы с частицей *down* чаще употребляются для описания негативных тенденций развития в экономике и ухудшения ситуации (*be down*, *break down*, *bring down*, *crack down*, *drag down*, *go down*, *pay down*, *play down*, *trickle down* и др.).

В дискурсе печатных средств массовой информации чаще всего фразовые глаголы употребляются в цитатах известных деятелей, которые реализуют тактику фактического аргументирования. Так, например, в статье «Change we can profit from», цель которой — рассказать читателям о новой кампании по защите окружающей среды, употребляется экономический термин *start-up*, производное от фразового глагола *start up*: *Having sold his previous firm, a search engine called Powerset, to Microsoft, Mr Newcomb says he wanted to do more than just start another technology company; <...>. «I started looking at activism as a potential start-up industry,» he says.* Следует отметить, что фразовые глаголы и их производные употребляются не только в аргументативных блоках, но и во всех других структурно-смысловых частях статей на экономические темы.

Так, фразовые глаголы в названии статьи позволяют привлечь внимание читателя к событию или проблеме и подчеркнуть их значимость. Название статьи «*Trickle-down economics*» о проблемах с денежными переводами для мигрантов говорит о нестабильной экономической ситуации в данном секторе услуг. В подзаголовке фразовые глаголы дают возможность кратко и четко выразить основную идею статьи. Например, из подзаголовка *The financial crisis finally catches up with Japan* статьи «That sinking feeling» о текущей экономической ситуации в Японии становится ясно, что Япония столкнулась с финансовым кризисом. Несмотря на то, что подзаголовок *Buy-outs are souring at an alarming rate as banks turn away* статьи «Return to earth», посвященной политике банков относительно акций закрытых акционерных компаний, не раскрывает основного содержания статьи, но он формулирует одну из его проблем — проблему частных акций.

Следует отметить, что в современном англоязычном экономическом дискурсе фразовые глаголы и их производные употребляются в качестве экономических терминов. В статье «Unfunded mandate», посвященной деятельности Международного

валютного фонда (IMF) 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-