

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.

Поскольку успешная коммуникация в сфере бизнеса невозможна без специального обучения, большое значение в процессе подготовки специалистов в этой сфере имеет научно-учебный текст, материализуемый в таких жанрах, как учебник, учебное пособие, курс лекций и др. Специфика научно-учебного текста состоит в количественном и качественном языковом выражении общих текстовых категорий (авторство, адресатность, информативность, связность, интертекстуальность и др.). Основные требования, предъявляемые к учебнику и обусловленные дидактическими принципами (научность, преемственность, доступность, наглядность и др.), определяют в конечном итоге основные характеристики учебника — логичность, объективность, последовательность, понятность и точность изложения учебного материала.

Доступность является одним из главных дидактических принципов, поэтому реализация текстовой категории, связанной с необходимостью учета фактора адресата (адресатность), является, наш взгляд, ведущей для научно-учебного текста, а реализация всех остальных категорий способствует достижению его главной цели — изложить дисциплинарное знание в максимально доступной для восприятия, понимания и запоминания форме.

В результате анализа англоязычных университетских учебников по экономическим специальностям было установлено, что одним из наиболее употребительных языковых средств, способствующих повышению доступности изложения учебного материала, являются пояснительные конструкции, представленные в научно-учебном тексте как пояснение и уточнение. Пояснение выражает отношения тождества между поясняемым и поясняющим компонентами, т.е. денотативное содержание поясняемого и поясняющего полностью совпадают. Лексическими маркерами пояснительной конструкции могут выступать как пояснительные союзы (*that is, i.e., or*), так и пунктуационные знаки: скобки, тире, запятые. Характерные семантические группы поясняемых, преимущественно существительных, — это термины, имена собственные, аббревиатуры, иноязычная лексика. Например: *The crucial fact to grasp about leadership in any culture is that it is a complement to subordinationship (employees attitudes toward leaders).*

Уточнение проявляется в переходе от более широкого к более узкому понятию, т.е. выражает гиперо-гипонимические отношения между поясняемым и поясняющими компонентами. Маркерами уточнения могут выступать союзы и их функциональные эквиваленты (*that is, namely, such as, for example*), но чаще используются только знаки пунктуации (двоеточие, тире, скобки, запятая). Поясняемые компоненты таких конструкций как правило выражены словами неопределенно-обобщающей семантики (*problem, system, point*), а также названиями видов, родов, предметов, которые можно представить как сумму более конкретных значений, составляющих поясняемое. Например: *With technology-assisted communication devices (e.g. Palm Pilots, cell phones, home computers) employees are multi-tasking....* Обе конструкции в научно-учебном тексте облегчают восприятие и понимание сообщения через толкование, разъяснение, уточнение и конкретизацию слов и понятий.

Одной из ведущих категорий научно-учебного текста можно считать категорию интертекстуальности, которая проявляется как эксплицитно-маркированное взаимодействие со всей совокупностью ранее созданных текстов не только в данной отрасли

науки, но и в широком социокультурном пространстве. Наиболее употребительными средствами актуализации интертекстуальности в исследуемых учебниках являются пересказ в форме косвенной речи и прямое цитирование. Фоновые ссылки, примечания и сноски в учебниках немногочисленны, поскольку, нарушая линейность и последовательность развертывания основного текста, создают определенное интертекстуальное напряжение и затрудняют восприятие и понимание излагаемой информации. Этим же объясняется и более высокая по сравнению с прямым цитированием употребительность пересказа чужих слов в учебнике. Наиболее употребительными являются конструкции, в которых предикаты с агентивным субъектом образуют главную модусную часть предложения, фокусируя внимание адресата на вводимой пропозиции, а в качестве интертекстуальных маркеров выступают ментальные глаголы (*think, believe, etc.*), а также глаголы других семантических групп (*classify, rank, recognize, accept, argue, feel*), проявляющие в сходных языковых условиях семантический компонент 'мнение/полагание'. Например: *For its part, Microsoft argued that consumers and software developers benefit from product integration, which result in product innovation.*

Категория связности как одна из важнейших текстовых категорий в учебнике также имеет свои языковые средства выражения, среди которых наиболее употребительными оказываются идентичный повтор слов и словосочетаний (38 %), синонимия (32 %), прономинализация (14 %). Используя коннекторы, выражающие чаще всего причинно-следственные отношения (38 %) и отношения противопоставления (30 %), автор учебника устанавливает однозначную связь между событиями, обеспечивая логичность и последовательность изложения научной дисциплины. Экспликация внутрифразовых причинно-следственных отношений, которая в анализируемых учебниках реализуется посредством каузативных конструкций, также способствует достижению логичности и последовательности изложения. В этой функции наиболее употребительными являются простые предложения с предикатами, выраженными каузативными глаголами широкой семантики (*lead to, allow, cause*), глаголами каузации количественных и качественных изменений (*improve, reduce, simplify*), а также сложноподчиненные предложения с придаточными предложениями причины.

Обеспечение доступности является основной целью при создании научно-учебного текста и достигается целым рядом языковых средств, обеспечивающих логичность, объективность, последовательность и точность изложения материала.

**Д.Г. Кузарь**  
БГЭУ (Минск)

## **РОЛЬ ГИПЕРОГИПОНИМИИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Современный темп жизни, бурное развитие средств массовой информации и коммуникации, большие объемы ежедневной информации, а также темпы, с которыми эта информация устаревает и заменяется новой, требуют от современных специа-