

формы ФЕ, но еще нет закрепления возникающих контекстуальных значений потенциальных слов в словарях.

Методически верным представляется поэтому рассматривать в лингвистических экспертизах такие случаи как примеры особого употребления фразеологических единиц со всеми вытекающими последствиями для выводов эксперта. Как показывает практика, возможны в основном три случая, связанных с такой реализацией ФЕ в тексте:

1) изолированное использование компонентов ФЕ, сохраняющее очевидные смысловые и ассоциативные связи с фразеологизмом-источником; наличие дополнительных текстовых обертонов смысла не мешает четкому установлению данных связей;

2) употребление, в котором равным образом можно усмотреть реализацию как фразеологической семантики, так и значения свободного словосочетания или отдельного слова — аналог «двойной актуализации»;

3) «фиктивное» употребление фразеологизма, когда в контексте речь, безусловно, идет о реализации семантики свободного словосочетания или отдельного слова, которые совпадают по форме с ФЕ или ее компонентами.

1. Жуков А.В. Лексико-фразеологический словарь русского языка. М.: Астрель-АСТ, 2003. С.4-5.
2. Жуков А.В. Фразеологизация слова и лексикализация фразеологизма // Филологические науки. 2007. №4. С.89-95.
3. Третьякова И.Ю. Системность окказиональных преобразований фразеологических единиц // Вестник Костромского гос. ун-та им. Н.А.Некрасова. 2010. Т.16. №2. С.197-201.
4. Мелерович А.М., Мокленко В.М. Фразеологизмы в русской речи. Словарь. М.: Русские словари: Астрель: АСТ, 2005. С.26.
5. Макаров В.И. Фразеологическое значение в словаре и анализ семантики текста // Словарное наследие

В.П.Жукова и пути развития русской и общей лексикографии: Мат. Третьих Жуковских чтений. В.Новгород: Изд-во НовГУ, 2004. С.267-270.

6. Радченко Е.В. Динамическое равновесие фразеологической единицы // Филологические науки. 2009. №2. С.64-71.
7. Третьякова И.Ю. Эллипсис как приём окказионального преобразования фразеологических единиц // Вестник Костромского гос. ун-та им. Н.А.Некрасова. 2011. Т.17. №1. С.98.
8. Мелерович А.М., Блинова Е.В. Психолингвистический механизм спонтанного семантического анализа фразеологизмов и его реализация в художественной речи // Там же. 2007. Т.13. №2. С.120.
9. Ермакова Е.Н. Импликация как форма движения от фразеологизма к слову // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2007. №20. С. 59.

#### Bibliography (Transliterated)

1. Zhukov A.V. Leksiko-frazeologicheskij slovar' russkogo yazyka. M.: Astrel'-AST, 2003. S.4-5.
2. Zhukov A.V. Frazeologizatsiya slova i leksikalizatsiya frazeologizma // Filologicheskie nauki. 2007. №4. S.89-95.
3. Tretyakova I.Yu. Sistemnost' okkazional'nykh preobrazovaniy frazeologicheskix edinic // Vestnik Kostromskogo gos. un-ta im. N.A.Nekrasova. 2010. T.16. №2. S.197-201.
4. Meleroovich A.M., Mokienko V.M. Frazeologizmy v russkoj rechi. Slovar'. M.: Russkie slovary: Astrel': AST, 2005. S.26.
5. Makarov V.I. Frazeologicheskoe znachenie v slovare i analiz semantiki teksta // Slovarnoe nasledie V.P.Zhukova i puti razvitiya russkoj i obshhej leksikografii: Mat. Tre'tix Zhukovskix chtenij. V.Novgorod: Izd-vo NovGU, 2004. S.267-270.
6. Radchenko E.V. Dinamicheskoe ravnovesie frazeologicheskoy edinicy // Filologicheskie nauki. 2009. №2. S.64-71.
7. Tretyakova I.Yu. E'llipsis kak priyom okkazional'nogo preobrazovaniya frazeologicheskix edinic // Vestnik Kostromskogo gos. un-ta im. N.A.Nekrasova. 2011. T.17. №1. S.98.
8. Meleroovich A.M., Blinova E.V. Psixolingvisticheskij mexanizm spontannogo semanticheskogo analiza frazeologizmov i ego realizatsiya v xudozhestvennoj rechi // Tam zhe. 2007. T.13. №2. S.120.
9. Ermakova E.N. Implikatsiya kak forma dvizheniya ot frazeologizma k slovu // Vestnik Chelyabinskogo gos. un-ta. 2007. №20. S. 59.

УДК 811.161.1:378.147

## ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ В ОБУЧЕНИИ ПОЛЬСКИХ УЧАЩИХСЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

И.Л.Роляк

*Университет Яна Кохановского, Кельце, Польша, irene41@rambler.ru*

Рассматриваются лексико-фразеологические особенности деловой речи — ее устной и письменной форм — важные в процессе обучения польских учащихся русскому языку делового общения. В результате исследования были сделаны выводы, что современный деловой язык достаточно метафоричен и идиоматичен, но его фразеологизация не является образной, как в общелитературном языке, и выражается в употреблении штампов, клише, устойчивых словосочетаний. Отмечены также способы перевода некоторых из них и случаи возникновения интерференции при их переводе.

**Ключевые слова:** русский язык делового общения, фразеологические единицы, лексическая сочетаемость, клише, обучение

The paper presents lexical and phraseological peculiarities of business language, its written forms and speech, which are important in the process of teaching Business Russian to Polish students. The results of the research allowed us to draw the conclusion that the modern business language is metaphorical and idiomatic enough but its phraseologization does not have a picturesque character as in the literary language and shows itself in the use of word expressions, clichés, and idiomatic expressions. The ways of translation of some of them along with linguistic interference were also taken into consideration.

**Keywords:** Business Russian, phraseological units, collocation, cliché, teaching

Данная статья посвящена исследованию фразеологических единиц русского языка, используемых в сфере бизнес-коммуникации, в процессе обучения поляков русскому языку делового общения. Это связано с тем, что быстро идущая глобализация приводит к все более частым и тесным контактам разных стран и народов в разных областях, в том числе, а может даже особенно, к экономическим контактам, в связи с чем именно деловое общение становится важным фактором современного диалога культур. Поэтому в настоящее время в зарубежных вузах, в том числе в Польше, возрос интерес к изучению русского языка делового общения.

Русский язык делового общения (далее РЯДО) имеет ряд характерных особенностей, самыми важными среди которых являются стандартизация, тенденция к унификации при отборе языковых средств, клишированность.

Деловая речь содержит общеупотребительную и книжную лексику. Ее основу составляют термины и терминологические словосочетания, относящиеся к сфере экономики, бизнеса, а также юридической. В состав терминологической лексики РЯДО входят также фразеологические сочетания, клишированные фразы, отражающие стремление деловой речи к стандартизации и унификации. Особенно это касается письменной деловой речи как в русском, так и в польском языках. Здесь можно отметить стандартизированные формулы, клише, фразеологические (устойчивые) сочетания, перенос на основе метафоры и метонимии. Таким образом, можно сказать, что, несмотря на стремление к стандартизации, деловая речь идиоматична и метафорична.

Деловое общение можно разделить на устное и письменное, непосредственное-опосредованное, монологическое-диалогическое-полилогическое, контактное-дистантное. Все эти виды делового общения представлены определенными жанрами, построенными по определенным фреймам, с использованием соответствующих языковых средств.

Следует заметить, что письменная деловая речь строго регламентирована и имеет все черты официально делового стиля, в то время как его устная форма может содержать элементы других стилей, прежде всего разговорного. Письменную деловую речь представляют деловые письма, контракты и другая служебная документация.

Рассмотрим лексико-фразеологические особенности письменной деловой речи. При составлении деловой документации большую роль играет знание лексической сочетаемости и управления предложных и беспредложных словосочетаний. Ср: *гарантия (чего?) успеха — гарантия (в чем?) в этом деле — гарантия (на что?) на телевизор* и т.д. Большие трудности у поляков появляются при переводе клише *сделать что-то за чей-то счет* и *перевести деньги на чей-то счет*, напр. в клишированной формуле контракта: *Поставка осуществляется за счет Продавца* — польск. *Dostawa odbywa się na koszt Sprzedającego* (или *Koszty dostawy ponosi Sprzedający*) или ср. также: *перевести деньги на счет Продавца* — *przelać pieniądze na rachunek Sprzedającego*. Как ви-

дим из приведенных примеров, в польском языке, в отличие от русского, в обоих случаях используется предлог *na*, что неизбежно приводит к интерференции.

В письменной деловой речи следует обратить внимание на параллельное существование синонимических конструкций с предлогами и без: *меры по воздействию (предупреждению, поощрению)* и *меры воздействия (предупреждения, поощрения)*, хотя официально-деловому стилю более свойственны предложные конструкции (с предлогом *po*). Однако в синонимических конструкциях с предлогом *s*: *трудности со снабжением* и *трудности снабжения* предпочтение отдается беспредложному варианту (предложные сочетания с предлогом *s* более свойственны разговорной речи) [1]. В ряде случаев выбор предлога в синонимическом употреблении вызывает определенные трудности. Так, часто в текстах взаимозаменяются предлоги в конструкциях *отправить на рассмотрение* и *отправить для рассмотрения* (польск. *skierować do rozpatrzenia*); *в целях повышения...* и *с целью повышения...* (польск. *w celu zwiększenia...*); *(направить) в адрес* и *по адресу* (польск. *pod adresem* и *na adres*); *каталог за 2009 год* и *каталог на 2009 год* (польск. *katalog na 2012 rok*) и др. Чаще всего выбор предлога в таких случаях определяется контекстом, традицией, степенью конкретизации и т.д. Например, в случае *в целях/с целью* важно учитывать, что форма множ. числа подчеркивает общую целевую направленность, а форма ед. ч. — *с целью* — уточняет цель действия; форма *в адрес* вытесняет в деловой речи форму *по адресу* как более разговорное.

Говоря о сочетаемости, необходимо отметить существование и распространенности в деловой речи так называемых «расщепленных сказуемых» [2], имеющих ограниченную сочетаемость и не имеющих самостоятельного значения: *оказать — помощь, содействие, поддержку, услугу; заключить (расторгнуть) — договор, контракт, сделку* и др.; причем далеко не все словосочетания такого типа имеют параллельные глагольные формы. Это свидетельствует о стандартизации и фразеологизации деловой речи.

Хотя для деловой речи нехарактерно использование образной фразеологии, но многократно повторяющиеся ситуации, находящие свое отражение в ограниченном наборе речевых формул, приводят к тому, что они приобретают устойчивый характер, что сближает их с фразеологизмами. Так, на характер мотивировки действия, например, указывают следующие обороты (часто с отыменными предлогами): *В связи с нашей предыдущей договоренностью..., С целью улучшения качества наших изделий..., Согласно нашему договору...* и т.д. Здесь следует особо отметить возможность возникновения ошибок вследствие неправильного употребления предлогов *благодаря* и *согласно*. Употребление предлога *благодаря* в сочетании с род. пад. (*благодаря поддержке*) — пережиток деловой речи XIX в. и в настоящее время не соответствует языковой норме — в сочетании с ним нужно употребить дат. пад.: *благодаря поддержке*. Предлог *согласно* также употребляется с дат. пад.: *согласно контракту*, а не *согласно контракта* или *согласно с*

контрактом. Употребление предлога *согласно* с формой род. пад. свойственно просторечию. Кроме того, в данном случае возможна интерференция польского языка (ср. *zgodnie z kontraktem*).

В письменной форме делового дискурса употребляются фразовые штампы, стандартизированные стилистические клише, возникшие из слияния значений лексических компонентов и представляющие собой выражение единого целостного значения, делающего их фразеологическими единицами. Это, например, готовые фразовые единства, по которым можно составить различные виды деловых писем (предварительно изучив их конструкцию и наметив цель, которую мы хотим достигнуть):

*С благодарностью подтверждаем получение Вашего...* (письма, приглашения, предложения и т.д.) — ср. польск. — *Z wdzięcznością potwierdzamy otrzymanie Waszego...* (выражение благодарности за что-то).

*К нашему большому сожалению, мы вынуждены...* (отклонить Ваше предложение, передать дело в арбитраж, перенести сроки поставки и т.д.) — ср. польск. — *Z przykrością informujemy, iż jesteśmy zmuszeni...* (выражение сожаления)

*Настоящим сообщаем, что...* (товар готов к отгрузке; что товар соответствует Вашим требованиям, что мы еще не получили заказанного товара и т.д.) — ср. польск. *Niniejszym informujemy, że...* (сообщение) и т.д.

Причем следует заметить, что целесообразно подавать эти клишированные фразы сразу на русском и польском языках, в сравнении, так как учащиеся должны уметь правильно переводить их также на родной язык.

При изучении деловой речи необходимо усвоить много составных терминов, представляющих собой устойчивые словосочетания, не имеющие, в отличие от фразеологизмов, экспрессивной окраски, но которые можно причислить к фразеологическим на основании общего свойства фразеологизмов называть нечто единое, целостное по смыслу. Это, например, такие составные термины как *бартерная сделка*, *именная акция*, *ценная бумага* и др. Некоторые из них не имеют в польском языке точных соответствий, ср. напр.: *некачественный товар* — *towar złej jakości*, *договорный срок* — *termin przewidziany w umowie* и др. Термины-словосочетания составляют большую часть РЯДО и в большинстве случаев представлены конструкцией имя прилаг. + имя сущ. Многие из них — относительные, что понятно, так как они выражают отношение к чему-либо: *фирменный знак*, *корпоративная культура*, *организационная структура* и т.д. Но не менее часто в РЯДО устойчивые составные термины представлены также качественными прилагательными, обозначающими: признак размера — *малое предприятие* (*małe przedsiębiorstwo*), *мелкий производитель* (*mały producent*), *крупный инвестор* (*duży inwestor*), *крупное производство* (*produkcja na wielką skalę*); свойства, качества предметов — *гибкие цены* (*elastyczne ceny*), *мягкая валюта* (*miękką walutą*), *устойчивый курс* (*stabilny kurs*); пространственные понятия — *прямой налог* (*podatek bezpośredni*), *пря-*

*мой обмен* (*wymiana bezpośrednia*) и т.д., которые при терминологизации теряют признак качественной квалификации и становятся относительными, так как прилагательные, входящие в состав терминологических словосочетаний, являются не определением в собственном смысле слова, а смысловым компонентом одного понятия, грамматически оформленным как определение. Об этом говорит, например, О.Д.Митрофанова, отмечая, что «поступая в новую функциональную сферу, имена прилагательные, так же, как и существительные, претерпевают изменения в семантической структуре. Являясь в общелитературном языке качественными прилагательными, они становятся по значению относительными» [3].

Часто такие терминологические словосочетания базируются на метафорическом переносе и в большинстве своем, по мнению, например, М.В.Китайгородской, являются калькируемыми метафорами [4]. Среди таких наименований можно отметить: *дочерняя фирма*, *валютная корзина*, *твердое предложение*, *жесткая конкуренция*, *форс-мажор* и др. Причем часто перенос настолько очевиден, что они ставятся в кавычки: «*грязные*» *деньги*, «*горячие*» *деньги*» и некоторые другие. Кроме названных, можно выделить также так называемые «журналистские термины» (определение В.М.Лейчика), возникшие первоначально в публицистических текстах и отличающиеся «непременным наличием эмоционального компонента значения» [5]: *теневой рынок* (*экономика*, *механизмы*), *обвальный спад* (*производства*, *курс рубля*), *силовые ведомства*, *структуры*, *методы*), *черный рынок*, *нал*) и др. Последние, естественно, не встречаются в строго деловых документах, но возможны в публицистических текстах об экономических отношениях, а также в устной речи.

Итак, мы переходим к устной деловой речи. Деловой разговор — это непосредственное общение и воздействие коммуникантов друг на друга, позволяющее одновременно с вербальными техниками общения использовать также невербальные: жесты, мимику, интонацию и т.д. Для непосредственного общения характерен непринужденный характер, поэтому в нем прослеживаются некоторые свои грамматические и стилистические особенности по сравнению с письменным деловым общением. Для делового разговора характерны наличие специальной лексики, в том числе терминологической: это и юридические термины, и термины, обозначающие названия операций купли-продажи и связанных с ними обозначений, широкое использование абстрактной лексики, оборотов и речевых формул профессионального характера, с одной стороны — и разговорной лексики, жаргонизмов и профессионализмов — с другой. Это и производственные термины, технические понятия, наименования товаров и комплектующих, формы расчетов, базисные условия поставки (номенклатура ИНКОТЕРМС), названия марок и моделей производимых товаров, часто с цифровым обозначением. Здесь так четко не соблюдаются морфологические нормы общелитературного языка. Так, существуют

глаголы, получившие в деловой речи почти неограниченную сочетаемость, например, глаголы *реализовать, осуществлять, производить, обеспечивать* и др., употребление которых в общелитературном языке было бы расценено как языковые неточности. Это также употребление существительных *singularis tantum* во множественном числе: *бумаги, ремонты, техники* и т.д.

Однако, следует отметить стремление и устной речи к стандартизации, заключающейся в употреблении готовых речевых штампов и конструкций, отображающих типичные ситуации делового общения и помогающих кратко и четко выразить мысль.

Среди таких многократно повторяющихся речевых штампов в деловой речи можно выделить, например, те, которые используются для презентации фирмы: *фирма создана (основана, зарегистрирована)...; фирма занимается (чем?); основателями фирмы являются...; и т.д.*; для выражения коммерческих предложений: *мы готовы к сотрудничеству в области... (чего); наша фирма ищет партнера с целью/для (с какой целью); фирма намерена... (что сделать?)* и т.д. Такие штампы можно классифицировать на тематические группы: *условия поставки, условия платежа, форма сделки, цель визита, обязанности покупателя и продавца; форс-мажор* и др.

Чтобы научиться правильно выражать свои мысли с использованием необходимых для этого языковых средств в обучении РЯДО, мы используем сценарный подход, подробно о котором написано в ряде статей [6], где сценарии рассматриваются нами как деятельностные фреймы. Если фрейм — это структура данных для представления стереотипной ситуации, то сценарный фрейм — это типовая структура некоторого события / ситуации, объединяющая характерные признаки этого события / ситуации или структуру данных относительно некоторой темы; он непосредственно связан с ситуацией (См. тр. М. Минского, А.А. Романова, Ю. Чарняка). Действия, предусмотренные сценарием, выполняются в зависимости от обстоятельств. Сценарный фрейм обычно допускает два хода: обычная последовательность действий или ее нарушение, в результате чего возможен выход из сцены / ситуации. Таким образом, сценарий — это деятельностный фрейм.

Поскольку, как мы неоднократно отмечали выше, язык делового общения стандартизирован и фразеологизирован, для каждой ситуации делового общения можно составить соответствующий сценарий с использованием хранящегося в памяти фрейма, содержащего совокупность интенций и языковых средств их выражения, готовых клише, необходимых для того или иного жанра. Однако перед этим следует ответить на несколько вопросов: какова цель создания данного дискурса; чего я хочу достигнуть (главная и промежуточные цели); какова моя позиция по этому вопросу и каковы позиции моих партнеров; удастся ли мне убедить (переубедить) их; какие аргументы и техники воздействия я при этом использую и при помощи каких языковых средств; как партнер воспримет мою аргументацию и какую свою аргументацию может привести; как я на нее отвечу; удастся ли избежать конфликта по данному вопросу и

т.д. Естественно, что всего не удастся предусмотреть, но определенный сценарий с подбором соответствующих языковых средств можно составить. Нужно быть готовым к диалогу (полилогу) с потенциальным покупателем, клиентом или партнером. Для этого надо спрогнозировать его, смоделировать, предусмотреть возможные вопросы и возражения, уметь правильно ответить на них; выстроить четкую логику рассуждений и привести убедительные аргументы. Здесь также существует набор определенных фразовых клише, позволяющих смоделировать нужный тип делового дискурсивного события. Напр., на замечание партнера (покупателя) при заключении сделки — *Мне кажется, что ваши цены несколько завышены...*, предполагаемый ответ продавца будет: — *Но позвольте заметить, что качество наших товаров несравнимо с иными товарами такого типа...* (далее идет аргументация, касающаяся, напр., новых технологий производства; уникальных материалов, из которых они изготовлены; экологичности и т.д.).

Могут, конечно, появиться возражения против заучивания таких готовых клишированных фраз. Однако мы придерживаемся той же точки зрения, что Ф. Кузин, который пишет, что «...установка на стандартизацию делового общения при отображении типовых ситуаций делового общения и сужение диапазона используемых речевых средств... существенно облегчает ведение делового разговора. Действительно, если располагать набором готовых и уже проверенных долготелней практикой делового общения стандартных фраз-клише, по аналогии с которыми можно было бы сформулировать нужную мысль, то выразить ее особых трудностей не составит. Эти конструкции требуют минимального напряжения при восприятии и существенно облегчают положение говорящего, позволяя не тратить дополнительных усилий на поиски нужных формулировок» [7]. Среди них выделяются речевые стандарты, позволяющие вести деловую беседу, — начало беседы, выражение одобрения и согласия, выражение желания отстаивать свою точку зрения, выражение сомнения и неопределенности и т.д., речевые стандарты, помогающие провести коммерческие переговоры — фразы, помогающие представить свою фирму, фразы, используемые для выражения цели визита, фразы, связанные с выражением коммерческих предложений, фразы, позволяющие указать на форму сделки, фразы, дающие возможность уточнить содержание сделки (контракта) и т.д.

Как говорилось выше, деловой разговор допускает, что нормы устной деловой речи менее строги, чем письменной, однако и здесь следует стремиться к ее правильности, недопустимости двусмысленных толкований сказанного, употреблению слов в соответствии с их значением. Так, часто можно услышать, что сделки *происходят*, в то время как они должны *производиться* или *осуществляться*. *Происходит* обычно что-то незапланированное и не всегда хорошее: ср. *произошла авария, солнечное затмение, пожар, неприятность* и т.д. Тем не менее и в устной деловой речи, и даже в письменной можно найти примеры такой сочетаемости.

Подытоживая нашу статью, мы хотели бы сделать некоторые выводы:

1. Современный деловой язык достаточно метафоричен и идиоматичен, хотя его фразеологизация не является образной, как в общелитературном языке.

2. Фразеологизация деловой речи выражается в употреблении штампов, клише, устойчивых словосочетаний; они удобны в воспроизведении и находятся в памяти учащихся в виде фреймов, которые затем воплощаются в сценарии согласно заданной программе.

3. Фразеологизмы в РЯДО можно разделить на следующие группы:

— устойчивые глагольные и именные словосочетания, в том числе с предлогами, имеющие высокую частотность и повторяемость, в результате чего они сближаются с фразеологизмами;

— в письменной форме делового дискурса высокую частотность обнаруживают фразовые штампы, стандартизированные стилистические клише, возникшие из слияния значений лексических компонентов и представляющие собой выражение единого целостного значения, делающего их фразеологическими единицами.

4. При обучении деловой речи иностранных учащихся необходимо обращать внимание на фразеологизацию деловой речи с обязательным сопоставлением изучаемых конструкций с иностранным (в нашем случае — польским) языком и научить их правильно использовать эти конструкции в ее устной и письменной формах.

1. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. М., 1997. С.98.
2. Там же. С.50.
3. Митрофанова О.Д. Язык научно-технической литературы. М., 1973. С.44.
4. Китайгородская М.В. Современная экономическая терминология // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М., 1996. С.190.
5. Лейчик В.М. Терминоведение: Предмет, методы и структура. Изд. 5, испр. и доп. М.: URSS, 2012. 264 с. С.139.
6. Поляк И. Деятельностный подход к обучению русскому языку делового общения // Русский язык в иностранной аудитории — теория, практика, цели и результаты преподавания. Wyd. Primum Verbum, Łódź, 2011. С.151-158; Поляк И. Сценарии в обучении русскому языку делового общения // Nauczanie języka rosyjskiego jako obcego w szkole wyższej (red. H.Rycyk-Sztajdel i Swietłana Szaszkowa). Polihymnia Lublin, 2012. С.323-330.
7. Кузин Ф. Культура делового общения (практическое пособие). 5-е изд., перереб. и доп. М.: Ось-89, 2008. С.12.

#### Bibliography (Transliterated)

1. Raxmanin L.V. Stilistika delovoj rechi i redaktirovanie sluzhebnyx dokumentov. M., 1997. S.98.
2. Tam zhe. S.50.
3. Mitrofanova O.D. Yazyk nauchno-technicheskoy literatury. M., 1973. S.44.
4. Kitajgorodskaya M.V. Sovremennaya e'konomicheskaya terminologiya // Russkij yazyk konca XX stoletiya (1985-1995). M., 1996. S.190.
5. Lejchik V.M. Terminovedenie: Predmet, metody i struktura. Izd. 5, ispr. i dop. M.: URSS, 2012. 264 s. S.139.
6. Rolyak I. Deyatel'nostnyj podxod k obucheniju russkomu yazyku delovogo obshheniya // Russkij yazyk v inostrannoju auditorii — teoriya, praktika, celi i rezul'taty prepodavaniya. Wyd. Primum Verbum, Łódź, 2011. S.151-158; Rolyak I. Scenarii v obuchenii russkomu yazyku delovogo obshheniya // Nauczanie języka rosyjskiego jako obcego w szkole wyższej (red. H.Rycyk-Sztajdel i Swietłana Szaszkowa). Polihymnia Lublin, 2012. S.323-330.
7. Kuzin F. Kul'tura delovogo obshheniya (prakticheskoe posobie). 5-e izd., perereb. i dop. M.: Os'-89, 2008. S.12.

УДК 808.2

## О ВАРИАНТНОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ (на материале современных газет)

О.А.Романова

Гуманитарный институт НовГУ, romashca\_1@mail.ru

На примере современных фразеологических словарей рассматриваются вопросы варьирования фразеологических единиц преимущественно в плане их содержания.

**Ключевые слова:** фразеологизм, юрислингвистика, компонент фразеологизма, употребление фразеологических единиц

The article considers the problems of phraseological units' variation, prevailing on their content, through the example of modern phraseological dictionaries.

**Keywords:** phraseology, dimorphism, semantic variation, equivalence of a unit

Вариативность лингвистических единиц на разных уровнях языка возникает отчасти в результате исторического развития языковой системы, отчасти в результате взаимовлияния и взаимодействия различных внутрисистемных процессов и явлений в синхронии и диахронии.

Понятие вариантности применяется как к языку в целом, так и к различным формам его существования: устной и письменной, кодифицированной и диалектной, литературному языку, а также региональным и социальным разновидностям национального языка. Вариантность может затрагивать пре-