

Группа «Miscellaneous» ‘разное’ описывает явления, связанные с темой дисквалификации, спортивных приспособлений, а также включает в себя абстрактные понятия: *technology doping* ‘the use of technology to improve sports equipment in a way that gives an athlete an unfair or illegal competitive advantage’; *cereal box* ‘substandard head protection, particularly a poor quality hockey helmet’.

Таким образом, в ходе анализа выяснилось, что группа «Sport activities» является доминирующей. Это еще раз подтверждает тот факт, что, изучая закономерности в сфере актуальных и востребованных подсистем языка спорта, можно получить представления о современном состоянии языка в целом.

С. Дулевич

НАИМЕНОВАНИЯ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ ЧЕЛОВЕКА В НЕМЕЦКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Современный этап лингвистических исследований характеризуется интересом к вторичным явлениям в языке и тем самым к субъективному фактору в языке и его креативному потенциалу. Этим определяется **актуальность** данного исследования. Что касается тела человека, то выполненные исследования на материале немецкого языка были посвящены в первую очередь «внешним» частям тела типа рук, ног, головы, плеч, глаз и под. Этот факт предопределяет новизну исследования.

На первом этапе исследования из словаря «Dornseiff. Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen» были отобраны 28 наименований внутренних органов в немецком языке, например: *die Bauchspeicheldrüse* ‘поджелудочная железа’, *der Darm* ‘кишка’, *die Gallenblase* ‘желчный пузырь’, *die Harnblase* ‘мочевой пузырь’, *das Herz* ‘сердце’, *das Hirn* ‘мозг’, *die Leber* ‘печень’, *die Lunge* ‘легкое’, *der Magen* ‘желудок’, *die Milz* ‘селезенка’, *die Niere* ‘почка’, *die Zunge* ‘язык’ и др.

На следующем этапе исследования из фразеологических словарей «Lexikon der sprichwörtlichen Redesanten» и «Duden. Redewendungen» были отобраны 194 фразеологические единицы (далее – ФЕ) с выявленными наименованиями внутренних органов человека. Из всех отобранных наименований в немецком языке фразеологически активны всего 9, что составляет 32 % от общего количества наименований внутренних органов человека, например: *das Herz* (*viel Herz haben* ‘иметь большое сердце’), *die Leber* (*j-n. hat etwas auf der Leber* ‘кого-то мучает совесть’), *der Magen* (*der Magen hängt j-m. bis auf die Füße* ‘быть очень голодным’).

Наиболее фразеологически активными являются наименования: *das Herz* – 94 ФЕ, 48 % от общего количества; *die Zunge* (*etwas auf der Zunge haben* ‘быть готовым сказать, произнести что-то’) – 42 ФЕ, 22 % от общего количества.

К наименее фразеологически активным наименованиям относятся следующие: *die Drüse* – 3 ФЕ, 1% от общего количества; *die Lunge* (*sich die Lunge aus dem Hals rennen* ‘бежать до изнеможения’), *die Niere* (*j-m. an (auf)*

die Nieren gehen ‘действовать кому-то на нервы’), *das Gehirn (sein Gehirnschmalz vergeuden* ‘излишне беспокоиться’) – по 5 ФЕ, по 3 % от общего количества соответственно.

В процесс фразеологизации не включены такие наименования внутренних органов, как например: *die Bauchspeicheldrüse* ‘поджелудочная железа’, *der Darm* ‘кишка, кишечник’, *die Harnröhre* ‘мочеиспускательный канал’ и др.

Объяснением полученных результатов может быть разный статус внутренних органов человека в его концептуальной картине мира. Целью следующего этапа исследования станет выявление этого статуса на основе значения фразеологических единиц, содержащих наименования соответствующих внутренних органов.

Е. Дырда

ЭВФЕМИЗМЫ В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

Доклад посвящен *бизнес-эвфемизмам*, к которым относятся эвфемизмы, функционирующие в деловом дискурсе, например, термин *funds* в значении *money*, *issues*, *challenges*, *complications* в значении *problems*, *questionable* в значении *wrong* и т. д.

В докладе дается краткое описание среды бытования бизнес-эвфемизмов – английского языка делового общения и делового дискурса. Отмечается, что английский язык делового общения – это подсистема языка с набором особенностей (лексических, грамматических, синтаксических), устойчивых во времени, обладающая особой терминосистемой.

Важными свойствами английского языка делового общения являются стандартность, клишированность и объективность. Показано, однако, что экспрессивные средства выражения, подразумевающие использование языковых единиц в функции воздействия, каковыми являются эвфемизмы, присутствуют в данном отраслевом языке. Описана способность терминов и жаргонизмов переходить в разряд эвфемизмов. Делается вывод о том, что свойства среды – английского языка делового общения – допускают распространение в нем бизнес-эвфемизмов.

В англоязычном деловом дискурсе употребление эвфемизмов нередко служит целям создания положительно окрашенного образа компании, ее деятельности, преувеличенного подчеркивания процветания компании, вуалирования сомнительных операций и т. п. Например, сотрудник может быть уволен с работы (*dismissed*, *fired*), а может быть освобожден от занимаемой должности (*released*), сокращение штата сотрудников компании может называться *downsizing* (сокращение), *streamlining* (рационализация). Данные слова являются эвфемизмами, которые сообщают об одном и том же, но по-разному.