**Карпухина Н.М.[1], Строганов И.А.[1], Шерстюкова О.В. [1]**

[1] Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия

# Рациональное и эмоциональное в языке современной экономики

**ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:**

Карпухина Н.М., Строганов И.А., Шерстюкова О.В. Рациональное и эмоциональное в языке современной экономики // Креативная экономика. — 2020. — Том 14. — № 7. — С. 1467–1480. doi: 10.18334/ce.14.7.110648

**АННОТАЦИЯ:**

Статья отвечает на вопрос, как и почему в современной речи экономистов-прагматиков появляются и закрепляются образные выражения, а именно: единицы одного из древнейших лексических пластов русского языка — соматизмы, то есть названия частей тела человека. Язык напрямую влияет на мышление и принятие решений, в языке предпринимателей создаются типовые и стереотипные концепции, что оказывает прямое влияние на профессиональные компетенции экономиста и управленца, а также на его понимание рынка и отрасли.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** соматизм, профессиональный фразеологизм, дефиниция, официально-деловой стиль, статус, языковая личность, экстралингвистические факторы, социалект, профессиональные компетенции, экономист, профессиональный жаргон

**ОБ АВТОРАХ**

**Карпухина Нина Михайловна,** доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и культуры речи

**Строганов Игорь Алексеевич,** кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства и логистики (stroganov.ia@rea.ru)

**Шерстюкова Ольга Викторовна,** ст. преподаватель кафедры русского языка и культуры (OV.Sherstyukova@yandex.ru)

creativeconomy.ru

ИЗДАТЕЛЬСТВО КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

ISSN 1994-6929

**Karpukhina N.M.[1], Stroganov I.A.[1], Sherstyukova O.V. [1]**

[1] Plekhanov Russian University of Economics, Russia

# Rational and emotional in the language of modern Economics

**CITE AS:**

Karpukhina N.M., Stroganov I.A., Sherstyukova O.V. (2020) Ratsionalnoe i emotsionalnoe v yazyke sovremennoy ekonomiki [Rational and emotional in the language of modern Economics]. *Kreativnaya ekonomika. 14.* (7). — 1467-1480. doi: 10.18334/ce.14.7.110648

**ABSTRACT:**

The article answers the question of how and why figurative expressions appear and are fixed in the modern speech of pragmatic economists, namely: units of one of the oldest lexical layers of the Russian language-somaticisms, that is, the names of human body parts. The language directly affects thinking and decision-making. Typical and stereotypical concepts are created in the language of entrepreneurs, which has a direct impact on the professional competence of an economist and manager, as well as on their understanding of the market and industry.

**KEYWORDS:** somatism, professional phraseology, definition, official business style, status, language personality, extralinguistic factors, socialect, professional competence, economist, professional jargon

**JEL Classification:** E71, Z19, A12

**Received:** 06.07.2020 / **Published:** 31.07.2020
© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
**For correspondence:** Stroganov I.A. (stroganov.ia@rea.ru)

## Введение

Современный экономический словарь предоставляет неограниченные возможности для выбора единиц языкового общения экономистов. Но какую лексику, где и как использовать, зависит от ситуации, уровня языковой подготовки специалиста и многих других факторов.

В последнее время формируется представление о коллективной профессиональной языковой личности, определяемой как языковой портрет профессионального деятеля, владеющего профессиональным языком, профессиональным тезаурусом и следующего стереотипам профессионального поведения [3] (*Solnyshkina, 2005*).

Языковая личность специалистов экономической сферы деятельности представляет собой «саморегулирующуюся систему, находящуюся под влиянием разнообразных социальных факторов, среди которых: социальный статус, позиция на рынке товаров и услуг, языковая мода в сфере экономики и др.» [5] (*Karpukhina, 2014*).

Основной пласт языка профессиональной коммуникации образуют терминология, профессионализмы и профессиональные просторечия (или жаргон).

Как видим, «функциональные языки (языки для специальных целей) включают в свою лексику помимо строго научных терминов также эмоциональные обозначения, которые основаны на метафоризации, метонимизации и др. Они выполняют в отсутствие строгих терминов лингвокогнитивную и лингвокультурную функции, а кроме того, прибавляют к номинативной функции и экспрессивную, что характерно для подобных языков в нашу эпоху» [6] (Leychik, 2010).

Профессиональная принадлежность и уровень профессиональных умений проявляются также в точности употребления и усвоения языковых единиц. На наш взгляд, требует своего исследования роль фразеологии в развитии профессиональных языков, т.к. фразеологизмы — явление, с одной стороны, национально-специфическое, а с другой — интернациональное. Отсюда в период развития международных экономических отношений изучение данного лексического пласта специалистами-экономистами представляется весьма своевременным.

Теоретические основы фразеологии как науки были заложены такими выдающимися учеными, как В.В. Виноградов, Н.М. Шанский, В.Н. Телия, В.Н. Жуков и другие. Ими были определены основные типы фразеологических единиц, разработаны семантические, прагматические, лингвокультурологические направления русской фразеологии. По мнению В.Н. Телия, в соответст-

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

вии с антропологической парадигмой, зародившейся в науках гуманитарного цикла, «в центр внимания лингвистических штудий перемещается человеческий фактор. Фразеологический корпус языка — особенно благодатный материал для исследования этого взаимодействия» [2] (*Teliya, 1996*).

Мы делаем попытку выявить роль и показать значение в экономическом социалекте профессиональных фразеологизмов (в дальнейшем — ПФ), включающих в качестве одного из лексических компонентов соматизм, структурирующий общее значение профессионализма.

В экономических словарях русского языка мы выявили группу фразеологических единиц с соматизмами: рука, нога, лицо, голова, шея, тело, брови и близкие к ним: рукопожатие, наручники, ошейник и др.

Несмотря на необычность лексических компонентов: «в твердых руках», «золотое рукопожатие», «невидимая нога», «одобренное лицо», «рука-ключ», «перевернутые голова и плечи», эти комбинации обладают дефинициями, которые свидетельствуют об их терминологической профессиональной направленности, об их вхождении в терминологический профессиональный тезаурус экономиста, например: «золотое рукопожатие» — денежное вознаграждение ответственному работнику при его вынужденном уходе в отставку или увольнении; «ломаные ноги» — стратегия дилеров в торговле опционами или фьючерсами, предполагающая одновременно покупку опционов разных типов [8] (*Karpukhina, 2007*).

По семантическому сходству фразеологического значения ПФ можно разделить на следующие группы: деньги (денежные средства), действия (стратегия и тактика), должностные лица (владельцы денежных средств или индивиды, связанные с коммерческой деятельностью).

Первая группа профессиональных фразеологизмов (ПФ) открыто или имплицитно включает понятие «деньги», в роли которых выступают такие номинанты, как акция, цена, покупки, вознаграждение, льгота, капитал, счета собственность:

— «в твердых руках» — владение инвесторами акциями, которые рассматривают их в качестве долгосрочного капиталовложения;
— «дело рук одного человека» — котируемая на рынке цена в том случае, если обе стороны котировки объявлены одним и тем же лицом;
— «заплечный ордер» — ордер, дающий право на покупку не только дополнительных акций, но и дополнительных ордеров. Исполнительная цена «заплечных ордеров» обычно выше исполнительной цены того ордера,

на котором он «сидит». «Заплечные ордера» применяются компаниями для стимулирования покупки инвесторами распродаваемых акций;
— «золотые наручники» — тип контракта с предоставлением специалисту крупных льгот, но при условии, что в случае увольнения он должен выплатить значительную часть этих льгот;
— лексема «тело» — собственность в руках попечителей, основная сумма или капитал;
— фонд «третьих лиц» — совокупность всех фондов и ценностей, заложенных данной фирмой;
— «рука-ключ» — устройство биометрической идентификации человека по форме руки для определения «свой-чужой»; применяется для регламентации доступа в помещение, к счетам, сейфовым ячейкам в качестве электронной подписи [12] (*Karpukhina, 2007*).

К примеру, ПФ «рука-ключ» строится по всем правилам логики, отличается краткостью, точностью в определении способов доступа к денежным средствам.

В ПФ этой группы в качестве лексических компонентов используются экономические термины: инвесторы, акции, котировки, ордер, контракт, льготы, собственность, капитал, фонд, сейфовые ячейки, ценные бумаги и др. В других ПФ присутствуют компоненты, которые в своей семантике содержат экспрессивно значимые коннотации: твердый, заплечный, золотой, третьи лица и др. Такие ПФ отличаются прозрачностью значения, а включение во фразеологические единицы соматизмов способствует снятию трудностей в понимании смысла выражения и в его употреблении.

Вторая группа объединяет профессиональные фразеологизмы (ПФ) по признаку «действие»:

ПФ «рука руку моет» — (*лат.* manus manum lavat) — явление в биржевой торговле, связанное с недобросовестностью участников; выражение, свидетельствующее о возможном мошенничестве.

В данном сочетании имплицитно содержится указание на недобросовестные действия участников торговли. Любопытно, что словари в скобках дают латинский вариант ПФ, который свидетельствует об интернациональном характере выражения, которое в русском языке не теряет своей экспрессивной окраски.

ПФ сделка «на расстоянии вытянутой руки» — сделка, проводимая так, как будто между сторонами нет никаких связей, во избежание конфликта интересов [12] (*Karpukhina, 2007*).



creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Обозначает действие — дефиниция носит книжный характер, ПФ состоит как бы из двух компонентов: первый — сделка — употребляется в прямом значении; вторая часть — в переносном. Соматизм придает выражению образный характер.

В ПФ «перевернутые голова и плечи» — используемый при техническом анализе рынка ценных бумаг график изменения рыночных цен на товар, напоминающий перевернутый торс человека. В таком графике наблюдается точка падения цены, затем некоторое повышение, потом точка максимального падения и вновь некоторого повышения и падения, за которым снова следует рост. В зависимости от уровня «плеч» различают повышающуюся или понижающуюся тенденцию изменения цены — сходство по внешнему признаку — график и перевернутый торс человека.

В ПФ «невидимая рука» — термин, ведущий свое происхождение от Адама Смита и означающий рыночный механизм саморегулирования экономики. Согласно утверждению А. Смита, в экономике свободного рынка отдельные индивиды, руководствуясь собственными интересами, направляются как бы «невидимой рукой» рынка, и их действия поневоле обеспечивают осуществление интересов других [12] (*Karpukhina, 2007*) людей и общества в целом — обозначены временные рамки появления термина и условия механизма саморегулирования рынка, а слово «поневоле» раскрывает сущность понятия «невидимая рука». ПФ, несмотря на книжный характер дефиниции (наличие экономических терминов, употребление слов с книжными суффиксами ени-е, овани-е, книжного предлога «согласно», употребление причастного и деепричастного оборотов) носит образный характер, а экспрессивность выражения усиливает соматизм «рука».

Интересно толкование ПФ «невидимая нога» — образный термин, называемый еще «эффектом невидимой ноги», который заключается в том, что при возможности свободного перемещения в стране люди «голосуют ногами», устремляясь в те регионы, где условия, создаваемые местными властями, доходы и налоги более благоприятны для жизни. «Эффект невидимой ноги» позволяет обеспечить качественное территориальное распределение трудовых ресурсов благодаря конкуренции между местными органами власти за привлечение ресурсов. Образный термин дополняется синонимом «эффект невидимой ноги», метафора «голосуют ногами» усиливает образность дефиниции. Своей дефиницией данный ПФ отличается от ПФ «ломаные ноги», который содержит понятие «стратегия».

В ПФ «ломаные ноги» — стратегия дилеров в торговле опционами или фьючерсами, предполагающая одновременно покупку опционов разных

типов — употребляются экономические термины (опционы, фьючерсы); снимает терминологичность их семантики включение общеупотребительного слова «покупка». В целом наименование содержит еще не утраченную образность благодаря соматизму «ноги» к слову «ломаные», а смысл фразеологизма находится на пересечении общедоступного и специального знания.

ПФ «охотники за головами» — (*англ.* headhunter) — независимая служба трудоустройства (или частное лицо), занимающееся поиском работников на руководящие должности высокого уровня, хоть и обозначает понятие «служба», но эта служба занимается поиском, т.е. осуществляет определенное действие. Значение ПФ выражено средствами научного стиля речи (трудоустройство, должность, высокий уровень), образность же сохраняется за счет необычной сочетаемости соматизма «голова» с общеупотребительным «охотники» [9] (*Karpukhina, Baryshnikova, Stroganov, Gotovtseva, 2017*).

Профессионализм «ошейник» — комбинация из двух процентных опционов [12] (*Karpukhina, 2007*); защищает инвестора от больших колебаний процентных ставок — представлен в форме словообразовательного варианта от соматизма «шея», выражает имплицитно действие (комбинация — комбинировать, защищает). Образность слова проявляется в процессе его функционирования.

ПФ «в твердых руках» обозначает владение — действие, которое передается отглагольным существительным, поэтому данное сочетание можно отнести и ко второй группе ПФ [8] (*Karpukhina, 2007*).

Обратимся к профессиональным фразеологизмам (ПФ) третьей группы.

Термин «осведомленное лицо» содержит дефиницию — лицо в акционерном обществе, обладающее дополнительной информацией (обычно владельцы крупных пакетов акций, должностные лица акционерной компании. Понятие «лицо» в переносном значении «человек» в данном толковании уточняется — владелец, но не просто владелец, а осведомленный, и потому наименование включено в социалект экономиста.

Близок по способу образования и ПФ «одобренное лицо» — лицо, которое контролирует фирму, но не является ее работником (например, привлеченный извне член совета директоров компании). Соматизм «лицо» также употреблен в значении «человек».

Особняком стоит номинация «брови» (*англ.* lead-in) — небольшой вводный текст, размещаемый над заголовком, например «Никогда больше» под заголовком: «Распродажа». Которая бывает раз в жизни!». На наш взгляд, это скорее профессиональный жаргонизм, характерный для языка газеты. В дан-

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

ном случае это маркетинговый рекламный ход через употребление слова «распродажа».

Таким образом можно сделать промежуточный вывод и сказать, что словарь экономистов и предпринимателей неслучаен и несет в себе достаточно значимый семантический и лексический груз коннотаций, аллюзий и смыслов. И такого рода коннотации и смыслы во многом определяют то, как и какие решения принимают управленцы в условиях реальной экономики и бизнеса, от крупного до малого. Эти же смыслы и коннотации определяют цели организации, позволяют эти цели успешно коммуницировать персоналу, инвесторам, потребителям, заинтересованным сторонним лицам. Очень часто в экономической практике и в предпринимательской деятельности такие смыслы стереотипичны, шаблонны, создают типовое звучание, привычное для всех участников процесса. Как, например, прибыль, рост, рентабельность, капитализация, доля рынка. Это привычные и стереотипные слова, в которых никто не будет сомневаться. Но что они означают в каждой конкретной ситуации и в приложении к каждой конкретной организации в своей ситуации на рынке — может оказаться совсем другим, нежели тем, что подразумевали произносящие или прописывающие в документах их люди. И стереотипное значение и понимание тех или иных терминов весьма сильно зависит от текущей конъюнктуры отрасли, рынка, довлеющей идеологии и понимания экономических процессов в обществе. Взять, например, мужской деловой костюм. В более-менее современном виде этот вариант костюма сформировался в Италии в XVII веке как одежда аристократии. И это нарочито неудобная одежда, одежда, в которой невозможно заниматься физическим трудом. Эта одежда сообщает окружающим четко и ясно — ее владелец настолько богат или с таким высоким статусом, что работают за него другие. И это основной посыл и стереотип такого вида одежды. В практически неизменном виде костюм перешел от элиты аристократической к элите финансовой, а затем и предпринимательской. Может возникнуть вопрос, почему тогда в настоящее время костюм носят не только клерки в банках и коммерческих структурах, но и как униформу — охранники, водители такси, консультанты в магазинах, коммивояжеры. В данном случае происходит эксплуатация стереотипа и аппроприация качеств более высокого социального уровня. Костюм несет в себе качества и смысл «надежности», «уверенности», «опрятности», «человек, которому можно доверять», «достаток» и «богатство». Такого рода стереотипы, во многом в том числе основанные и на соматизмах, могут быть как подспорьем для предпринимателя и экономиста, позволяя ему легче понимать спрос и жела-

ния потребителей, характеристики их платежеспособного спроса, ценность, которую для них несут те или иные товары и услуги, предлагаемые организациями на рынке.

Но с другой стороны, те же самые стереотипы, в том числе и соматизмы, могут вполне очевидно уменьшать возможности предпринимателей, в тех случаях, когда на рынок выходят товары и услуги, прямо противоречащие привычному стереотипу или привычной модели потребления или создающие новый для потребителя стереотип, для принятия которого требуется время, затраты и усилия маркетологов. Массовый потребитель европейского региона России, скажем, с трудом воспримет идею китайского или вьетнамского уличного фастфуда, а практически все рестораны «национальных» кухонь в России очень сильно адаптируют вкусы блюд под российского клиента. И такого рода стереотипов, в том числе физиологических, в любой культуре очень много. Фактически наше мышление целиком и полностью построено на стереотипах и привычных моделях, которые мы впитываем в процессе социализации и образования.

Здесь возникает один очень интересный вопрос, а возможна ли эксплуатация стереотипов таким образом, что потребителю практически не нужно объяснять смысл и ценность товара и услуги — да, устоявшийся соматизм или модель потребления во многих случаях сами себя рекламируют на рынке, экономя издержки предпринимателя и моментально попадая в «цель». Но с другой стороны, если экономисты и предприниматели мыслят стереотипно и в рамках привычных моделей, можно ли сказать, что организации в большинстве своем, за очень редким исключением, работают и принимают решения по моделям, адекватным в лучшем случае экономической среде 90-хх годов XX века, а значит, готовятся не к новому качеству рынка, не к новым стереотипам и потреблению, а скорее, готовятся к той войне, которая уже прошла минимум 20–30 лет назад? И здесь можно сделать вывод, что часть стереотипов, особенно соматизмы, которые рождаются из физиологии, а значит, практически неизменны, остаются и будут влиять на принятие решений, а часть — можно и нужно менять и дорабатывать, приводя в соответствие с текущей и грядущей парадигмой рынков и отраслей, создавая новое качество мышления и принятия решений. Остается еще один вопрос, будет ли это делать сама среда, язык или необходимо осознанное участие исследователей и практиков. И здесь очевидна роль в такого рода анализе и адаптации терминов экономического социалекта как специалистов-филологов, так и преподавателей высшей школы, так и специалистов-практиков в области экономики и предпринимательства.

creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

## Заключение

Подводя итоги, мы можем сделать следующие выводы.

- Лексико-семантический анализ позволил выявить структурные особенности дефиниций соматических ПФ, заметить влияние официально-делового стиля речи на их дефиниции, а следовательно, отметить их принадлежность к профессиональному социалекту, о чем свидетельствуют экстралингвистические и лингвистические факторы.
- Экстралингвистические факторы — это сфера профессиональной деятельности экономиста, где требуется точность, краткость формулировок.
- Лингвистические факторы — это использование языковых средств официально-делового стиля, лексико-семантических средств научного стиля и, что важно в нашей статье, включение соматической лексики в экономический социалект, когда она теряет свой ореол просторечности и разговорности и приобретает терминологические свойства.
- Употребление кавычек подчеркивает окказиональность и образный характер соматизма, что делает прозрачным общее значение профессионального фразеологизма и способствует пониманию профессионального наименования, и это важно в процессе подготовки специалистов-экономистов, в том числе в иностранной аудитории, учитывая сложность восприятия данного лексического пласта.
- Такой подход также может служить основой для анализа лексики, применяемой на совещаниях, в процессе переговоров, в печатных изданиях и пресс-релизах предприятия для оценки текущей экономической деятельности и принимаемых экономических решений, а также в целях обеспечения бесперебойной коммуникации экономистов и специалистов других сфер. ■

## ИСТОЧНИКИ:

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева В.Б. Современный экономический словарь. / 2 изд., доп. — М., 200. — 478 с.
2. Телия В.Н. Русская фразеология, семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. — М.: Языки русской культуры, 1996. — 284 с.
3. Солнышкина М.И. Асимметрия структуры языковой личности в русском и английском варианте с моралью профессионального языка. / дисс. д-ра филол. наук. — Казань, 2005. — 393 с.
4. Бирих А.К., Мокиенко В.М., Степанова Л.И. Словарь русской фразеологии. / историко-этимологический справочник. — СПб.: Фолио-пресс, 1998. — 704 с.

5. Карпухина Н.М. Лингвистическое осмысление социального статуса современного экономиста. / Сб. материалов XII Международной конференции по проблемам общественных наук. — М., 2014. — 150 с.
6. Лейчик В.М. Метафоризация как способ образования научных и технических терминов (на материале лексики языка компьютерного дела) // Терминология и знание: Сб. материалов III Международного симпозиума. М., 2010. — с. 310.
7. Азрилиян А.Н. Новый экономический словарь. — М.: Институт новой экономики, 2010. — 1087 с.
8. Карпухина Н.М. Словарь профессионально терминированной экономической лексики. — М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2007. — 87 с.
9. Карпухина Н.М., Барышникова Е.Н., Строганов И.А., Готовцева А.Г. Особенности медиадискурсных практик журналиста в условиях глобализации информационного пространства // Образовательное пространство в информационную эпоху (EEIA–2017): сборник научных трудов международной научно-практической конференции. М., 2017. — с. 598(340-350).
10. Гришин А.И., Мельников М.С., Строганов И.А. Оптимизация взаимодействия бизнес-структур и ВУЗов: особенности Российской практики // Современная экономика: концепции и модели инновационного развития: материалы VII Международной научно-практической конференции. М., 2015. — с. 444.
11. Николаева Е.А., Строганова И.И., Строганов И.А., Адасова Я.Б. Роль высшего профессионального образования в обеспечении долгосрочной экономической безопасности Российской Федерации // Экономические науки. — 2019. — № 175. — с. 73-77. — doi: 10.14451/1.175.73 .
12. Карпухина Н.М. Лексико-семантические процессы в русской терминологии товарно-денежного обращения. / Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. — М., 2007. — 393 с.

## REFERENCES:

Azriliyan A.N. (2010). *Novyy ekonomicheskiy slovar* [New economic dictionary] M.: Institut novoy ekonomiki. (in Russian).

Birikh A.K., Mokienko V.M., Stepanova L.I. (1998). *Slovar russkoy frazeologii* [The dictionary of Russian phraseology] SPb.: Folio-press. (in Russian).

Grishin A.I., Melnikov M.S., Stroganov I.A. (2015). *Optimizatsiya vzaimodeystviya biznes-struktur i VUZov: osobennosti Rossiyskoy praktiki* [Optimization of interaction between business structures and Universities: the characteristics of Russian practice] *Modern Economics: concepts and models of innovative development.* 444. (in Russian).



creativeconomy.ru

ISSN 1994-6929

Karpukhina N.M. (2007). *Leksiko-semanticheskie protsessy v russkoy terminologii tovarno-denezhnogo obrashcheniya* [Lexical-semantic processes in the Russian terminology of commodity-money circulation] M. (in Russian).

Karpukhina N.M. (2007). *Slovar professionalno terminirovannoy ekonomicheskoy leksiki* [Dictionary of professionally terminated economic vocabulary] M.: REU im. G.V. Plekhanova. (in Russian).

Karpukhina N.M. (2014). *Lingvisticheskoe osmyslenie sotsialnogo statusa sovremennogo ekonomista* [Linguistic reflection of the social status of the modern economist] M. (in Russian).

Karpukhina N.M., Baryshnikova E.N., Stroganov I.A., Gotovtseva A.G. (2017). *Osobennosti mediadiskursnyh praktik zhurnalista v usloviyakh globalizatsii informatsionnogo prostranstva* [Features of media discourse practices of a journalist in the context of globalization of the information space] *Educational space in the information era (EEIA — 2017)*. 598(340-350). (in Russian).

Leychik V.M. (2010). *Metaforizatsiya kak sposob obrazovaniya nauchnyh i tekhnicheskikh terminov (na materiale leksiki yazyka kompyuternogo dela)* [Metaphorization as a way of education of scientific and technical terms (based on the vocabulary of the language of literature)] *Terminology and knowledge*. 310. (in Russian).

Nikolaeva E.A., Stroganova I.I., Stroganov I.A., Adasova Ya.B. (2019). *Rol vysshego professionalnogo obrazovaniya v obespechenii dolgosrochnoy ekonomicheskoy bezopasnosti Rossiyskoy Federatsii* [Role of higher education in ensuring long-term economic security of the russian federation]. *Economic sciences.* (175). 73-77. (in Russian). doi: 10.14451/1.175.73 .

Rayzberg B.A., Lozovskiy L.Sh., Starodubtseva V.B. (200). *Sovremennyy ekonomicheskiy slovar* [The dictionary of modern Economics] M. (in Russian).

Solnyshkina M.I. (2005). *Asimmetriya struktury yazykovoy lichnosti v russkom i angliyskom variante s moralyu professionalnogo yazyka* [The asymmetry of the structure of linguistic personality in Russian and in English with the morality of professional language] Kazan. (in Russian).

Teliya V.N. (1996). *Russkaya frazeologiya, semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokulturologicheskiy aspekty* [Russian phraseology, semantic, pragmatic and linguocultural aspects] M.: Yazyki russkoy kultury. (in Russian).