

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ БІЗНЕС-ІДІОМ

Корнєласва Євгенія Валеріївна,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри «Філологія»

Одеського національного морського університету

ORCID ID: 0000-0001-9516-1963

Стаття присвячена дослідженню семантичних особливостей англомовних бізнес-ідіом, що є важливим елементом сучасної ділової комунікації. Семантика як розділ лінгвістики досліджує значення мовних одиниць та їхню інтерпретацію. Для ідіом семантика є складним явищем, оскільки значення таких виразів не завжди відповідає значенню їхніх окремих компонентів. У професійному мовленні англомовних культур бізнес-ідіоми відіграють ключову роль. Вони не лише сприяють економії мовних ресурсів, але й роблять висловлювання більш експресивними й образними. Чимала частина таких ідіом побудована на метафоричних моделях. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі англійської мови в міжнародному бізнес-середовищі та необхідністю глибшого розуміння ідіоматичних конструкцій для ефективної комунікації. Особлива увага приділяється аналізу метафоричних перенесень і культурних конотацій, що лежать в основі формування значень бізнес-ідіом. Метою дослідження стало виявлення тематичних груп бізнес-ідіом, які найбільш часто використовуються в бізнес-дискурсі. Було відстежено методом суцільної вибірки та досліджено англомовні ідіоми, які стосуються бізнес-тематики, визначено їхні семантичні особливості, сформульовано висновки та пропозиції щодо подальших досліджень у вибраному напрямі. У результаті аналізу було визначено шість основних тематичних груп: ідіоми про гроші та фінанси, ідіоми про переговори та домовленості, ідіоми про роботу в команді, ідіоми про успіх і невдачі, ідіоми про конкуренцію та ідіоми про рішення і планування. Кожна із груп охоплює низку лексичних одиниць, які відображають ключові аспекти бізнес-середовища, як-от фінансова стабільність, стратегічні комунікації, командна робота, суперництво та процес ухвалення рішень. Семантичний аналіз показав, що англомовні бізнес-ідіоми не лише передають конкретні значення, але й часто є засобом відображення культурних особливостей і цінностей, притаманних англомовному діловому середовищу. Подальші дослідження в цій галузі можуть включати порівняльний аналіз бізнес-ідіом української та англійської мов для покращення міжкультурної взаємодії.

Ключові слова: бізнес-ідіоми, семантика, тематичні групи, метафоричність, міжкультурна комунікація, діловий дискурс.

Korneliava Yevheniia. Semantic features of English business idioms

The article is devoted to the study of the semantic features of English business idioms, an important element of modern business communication. Semantics as a branch of linguistics studies linguistic units' meaning and interpretation. For idioms, semantics is a complex phenomenon, since the meaning of such expressions does not always correspond to the meaning of their components. Business idioms play a key role in the professional speech of English-speaking cultures. They not only help to save linguistic resources but also make statements more expressive and imaginative. Many of these idioms are based on metaphorical models. The study's relevance is due to the growing role of English in the international business environment and the need for a deeper understanding of idiomatic constructions for effective communication. Particular attention is paid to analysing metaphorical transfers and cultural connotations that underlie the formation of business idioms' meanings. The study aimed to identify the thematic groups of business idioms that are most often used in business discourse. The English-language idioms related to business topics were monitored and studied using the method of continuous sampling, their semantic features were determined, and conclusions and suggestions for further research in the chosen direction were formulated. The analysis has identified six main thematic groups: idioms about money and finance, idioms about negotiations and agreements, idioms about teamwork, idioms about success and failure, idioms about competition, and idioms about decisions and planning. Each of the groups covers several lexical items that reflect key aspects of the business environment, such as financial stability, strategic communications, teamwork, rivalry, and decision-making. Semantic

analysis has shown that English business idioms not only convey specific meanings but also often serve as a means of reflecting cultural characteristics and values inherent in the English-speaking business environment. Further research in this area could include a comparative analysis of business idioms in Ukrainian and English to improve intercultural interaction.

Key words: *business idioms, semantics, thematic groups, metaphoricity, intercultural communication, business discourse.*

Вступ. У сучасну епоху глобалізації та цифрової інтеграції англійська мова стала міжнародною мовою бізнесу, науки та технологій. Міжкультурна комунікація потребує не лише засвоєння граматики та словникового запасу, але й розуміння деяких мовних явищ, як-от ідіоми. Бізнес-ідіоми – це усталені вирази, які використовуються у професійному спілкуванні для стислого та креативного донесення складних ідей, вони відіграють важливу роль у формуванні ефективної комунікації між людьми з різних країн і культур.

Актуальність проблеми. Дослідження семантичних особливостей бізнес-ідіом є важливим завданням, оскільки це допомагає поглибити розуміння міжкультурної комунікації, покращити мовні навички та підвищити ефективність ділової комунікації в нашій світовій спільноті. Англійські ідіоми широко використовуються в діловому спілкуванні для передачі складних ідей лаконічно й образно. Вивчення семантики допомагає виявити приховані значення ідіом, дозволяє уникнути непорозумінь і сприяє точності спілкування. Англійська мова є мовою міжнародного бізнесу, тому знання окремих фраз є важливим для побудови партнерства в різних культурних контекстах. З теоретичного погляду вивчення семантики ідіом розширює наші знання з когнітивної лінгвістики, зокрема про способи образного мислення та мовної концептуалізації бізнес-процесів. Це дозволяє глибше зрозуміти, як мова відображає та формує професійний досвід. Ділова мова змінюється та розвивається разом із розвитком технологій. Вивчення сучасних семантичних особливостей дає змогу відстежувати ці зміни й адаптувати мовні ресурси. У цьому контексті вивчення бізнес-ідіом набуває нині великого значення. Бізнес-ідіоми не отримали належної уваги в лінгвістичних дослідженнях, а їхні семантичні особливості не були проаналізовані на належному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення семантичних особливостей англійських бізнес-ідіом є важливим напрямом

сучасної лінгвістики. Науковці зосереджують увагу на багатозначності, метафоричності та специфічності ідіом у діловому дискурсі. Згідно з роботою Г. Скуратівської, нові бізнес-ідіоми формуються під впливом економічного, культурного та технологічного розвитку [1]. Н. Іщук і О. Квасницька вивчали структурну та функціональну роль ідіом у діловому контексті [2]. І. Міщинська розглядала відбиття ідіомами специфічних для бізнесу культурних і семантичних нюансів [3]. М. Нельсон досліджував, як ідіоми передають відтінки значень і семантичні зв'язки в бізнес-контекстах [4]. З. Грдлічкова розглядає ідіоми як інструменти зв'язності та управління дискурсом у діловому спілкуванні англійською мовою та досліджує, чи мають ідіоматичні вирази унікальні семантичні репрезентації порівняно з їхніми синонімами [5; 6]. Науковці Н. Писарська, А. Гомон, М. Заверющенко аналізують специфіку використання англійських економіко-технічних фразем у діловій комунікації. Автори досліджують основні тенденції, класифікації та семантичні особливості цих фразем, а також уживання неологізмів у сучасній діловій англійській мові [7]. Переклад англійських бізнес-ідіом є складним завданням через їхню культурну специфіку й образність. Н. Пільгуй і А. Доля проаналізували способи перекладу таких ідіом і розглянули переклад відносними еквівалентами як найбільш прийнятний спосіб збереження семантики [8]. Семантичні особливості англійських бізнес-ідіом потребують комплексного підходу до їх аналізу. Основні проблеми пов'язані з багатозначністю, культурною специфікою та введенням нових термінів у діловий дискурс. Подальші дослідження мають бути спрямовані на систематизацію бізнес-ідіом.

Мета статті – зробити аналіз семантичних особливостей бізнес-ідіом в англійській мові. Сформульована мета передбачає розв'язання низки конкретних завдань: відстежити методом суцільної вибірки та дослідити англійські ідіоми, які стосуються бізнес-тема-

тики; визначити їхні семантичні особливості; сформулювати висновки та пропозиції щодо подальших досліджень в обраному напрямі.

Результати. На думку таких учених, як Н. Писарська, А. Гомон, М. Заверюченко, «англійська мова не даремно позиціонується як «ідіоматична мова», адже вона фактично перевантажена усталеними висловлюваннями, численними прислів'ями, приказками й афоризмами. Кожна ідіома має свою історію походження та цілком логічне пояснення» [7, с. 24].

Н. Євтушенко зазначає, що «ідіоми є важливою частиною мови, а також вони впливають на мовний потенціал. Ідіоматичні одиниці сприяють збагаченню та розширенню культурної спадщини. Завдяки метафоричній ідіоматичній конструкції мова стає колоритною і передає всі тонкощі не тільки ментальності, але й багатовікової спадщини народу, що відображає людський досвід пізнання навколишнього середовища» [9, с. 39].

Л. Коваль, О. Чаплик, С. Масон наголошують, що ділова англійська та загальна англійська мова мають набагато більше спільного, коли йдеться про ідіоми, вирази та фрази. Письмова мова ділового спілкування не є наповненою ідіоматичними виразами, тоді як усне ділове спілкування допускає можливість уживання ідіом не тільки для того, щоб донести необхідну інформацію, але й для створення атмосфери реального спілкування. Правильне використання ідіом занурює співрозмовника в атмосферу англійського життя загалом і бізнесу зокрема, сприяє встановленню більш неформального контакту між партнерами.

Вивчення мови бізнесу сприяє комплексному розумінню англійської мови, оскільки міжмовна комунікація є складним багатоаспектним процесом, що передбачає одночасну взаємодію елементів різного ступеня комунікативної спрямованості, структурно-семантичної складності та змістовної експлікації комунікативних одиниць [10, с. 123].

Бізнес-стиль визначається як система взаємопов'язаних мовних елементів, яка спрямована на виконання визначеної комунікативної функції, насамперед інформативної. Деякі обмеження у граматиці призводять до компресії мовних елементів. У граматиці компресія виражається у вилученні службових слів, у спрощеному вживанні часових

форм і в лаконічних конструкціях. У лексиці також є свої особливості: деякі слова розкривають більшу полісемію, ніж ту, що зареєстрована у словниках [8, с. 64].

Англомовний бізнес-дискурс виступає міжособистісною комунікацією, специфіка, структура та функції якої зумовлені діловими стосунками людини. Характерними ознаками такої бізнес-комунікації є чіткість побудови текстів, точність уживання термінів і термінологічних сполучень. Функціонування фразеологізмів відіграє роль смислових маркерів сучасних процесів суспільно-економічного та політично-ділового життя. Доцільно назвати чинники, що впливають на вибір фразеологізмів як мовних засобів для побудови ділової комунікації: бажання уникнути надмірної експресивності; прагнення запобігти непорозумінням у розмаїтті комунікативних ситуацій [11, с. 119].

Англомовні бізнес-ідіоми виступають невід'ємною складовою частиною ділового мовлення англійської мови, широко застосовуються в комунікації між її носіями. Водночас їхня метафорична природа та культурна специфіка створюють значні труднощі для розуміння носіями інших мов. Ці мовні одиниці яскраво ілюструють взаємозв'язок мови з концептуальними метафорами та світоглядними уявленнями. Англомовні бізнес-ідіоми є динамічним феноменом, який безперервно розвивається, відображає трансформації в економічній, технологічній і культурній сферах. Їх дослідження дає змогу не лише фіксувати ці зміни, але й аналізувати, як лексика англійської мови інтегрує соціально-економічні процеси у свої структури.

У результаті проведеного дослідження семантики проаналізованих бізнес-ідіом було визначено шість основних тематичних груп.

1. Ідіоми про гроші та фінанси. Ідіома *cut corners* (економити) попереджає про ризики економії на якості заради зниження витрат. «Зрізати кути» – означає скорочення зусиль або витрат, що може призвести до недоліків. Ідіома *money talks* (гроші, які мають вплив або владу) використовується для підкреслення впливу грошей на рішення. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в уявленні грошей як здатних «говорити», що символізує їхню силу впливу. Ідіома *nest egg* (заощадження на майбутнє) зазначає важливість збережень для майбутніх потреб. Гніздо з яйцем уособлює

безпеку й очікування майбутньої вигоди. Ідіома **penny pincher** (скнара) застосовується для опису людей, які надмірно економлять. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в підкресленні надмірного бажання заощадити на дрібницях і навіть незначних коштах, що відображає схильність людини зосереджуватися на фінансових деталях. Ідіома **throw money down the drain** попереджає про марні витрати. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що гроші, кинуті в каналізацію, символізують витрату без користі. Ідіома **cash cow** використовується для опису стабільного фінансового успіху. «Дійна корова» символізує джерело постійного прибутку, як корова, що регулярно дає молоко. Ідіома **money doesn't grow on trees** (гроші важко заробити; їх немає в надлишку) пояснює необхідність економії. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що гроші не є природним ресурсом, який легко отримати. Ідіома **make a killing** (зірвати куш) означає можливість заробити значну суму грошей за короткий час, ця ідіома підкреслює фінансовий успіх. Ідіома походить від мисливської метафори «вдале полювання».

2. Ідіоми про переговори та домовленості. Ідіома **go back to the drawing board** (почати спочатку, переглянувши стратегію) мотивує переглянути план і розпочати з початку після невдачі. Дошка для креслення символізує етап планування, а повернення до неї означає перезапуск, переглядання стратегії. Ідіома **give and take** (взаємні поступки) описує компроміс у переговорах. Баланс «дати і взяти» символізує рівноцінний обмін поступками. Ідіома **move the goalposts** (змінювати умови чи цілі під час процесу) попереджає про несправедливість у зміні правил під час процесу. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що зміщення воріт у спорті ускладнює досягнення мети, що аналогічно зміненим умовам угоди. Ідіома **play hardball** (діяти жорстко під час переговорів) описує агресивний стиль переговорів для досягнення цілей. Гра із жорстким м'ячем символізує жорсткість у підходах. Ідіома **seal the deal** вказує на успішне завершення угоди. «Запечаткування» угоди як символ її остаточного підтвердження. Ідіома **get down to brass tacks** (перейти до конкретики) підштовхує до обговорення суті справи. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що латунні цвяхи символізують основні деталі чи сутність.

3. Ідіоми про роботу в команді. Ідіома **on the same page** (на одній хвилі) забезпечує єдність розуміння між учасниками команди. Бути на одній сторінці книги означає синхронізованість у мисленні. Ідіома **pull your weight** (робити свій внесок) мотивує виконувати свою частину роботи. «Тягнути свою вагу» асоціюється з рівномірним розподілом зусиль у команді. Ідіома **burning the midnight oil** (працювати допізна) показує важливість наполегливої роботи для досягнення результату. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що масляна лампа, яка горить вночі, символізує тривалу працю. Ідіома **the ball is in your court** вказує на те, хто відповідає за наступний крок. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що в тенісі м'яч на стороні суперника означає, що тепер хід за ним. Ідіома **pick up the slack** (заповнити прогалини) відображає важливість підстраховки в команді. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що «підтягнути провисання» у роботі – це образ додаткового зусилля. Ідіома **be on the same wavelength** (на одній хвилі) демонструє необхідність спільного розуміння всередині колективу. Переносне значення цієї ідіоми полягає в тому, що хвиля представляє одну частоту думки.

4. Ідіоми про успіх і невдачі. Ідіома **hit the ground running** (взятися до справи) показує ефективний і швидкий старт проєкту. Образ бігуна, який одразу починає рух після старту, символізує активний початок. Ідіома **miss the boat** (упустити шанс) попереджає про ризик втрати можливості. Переносне значення цієї ідіоми полягає в тому, що упущення корабля символізує втрату шансу на подорож. Ідіома **sink or swim** (діяти на свій ризик, без підтримки) заохочує до самостійного вирішення проблем. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що або плавати, або тонути – символ боротьби за виживання. Ідіома **back to square one** (повертатися на круги своя) вказує на необхідність почати з початку після провалу. Переносне значення цієї ідіоми полягає в тому, що повернення до першого квадрата гри означає старт із нуля. Ідіома **climb the corporate ladder** (підніматися кар'єрними сходами) описує кар'єрний прогрес. «Драбина» символізує підйом на вищі посади. Ідіома **throw in the towel** (визнати поразку, здатися) підкреслює завершення марної справи. Похо-

дить із боксу, де кинутий рушник означає капітуляцію. Ідіома *a sinking ship* (бізнес чи проєкт, що швидко йде до провалу) описує ситуації, коли варто вийти зі справи. Метафоризація проходить через образ корабля, який тоне та який вже неможливо врятувати.

5. Ідіоми про конкуренцію. Ідіома *cutthroat competition* (нешадна конкуренція) показує жорсткість конкурентного середовища. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що «різати горло» передає безжалісність у боротьбі. Ідіома *dog-eat-dog world* (закон джунглів) описує жорстокий і конкурентний світ. Переносне значення цієї ідіоми полягає в тому, що собаки, що борються одне з одним, уособлюють конфлікт. Ідіома *level playing field* (умови, де всі мають рівні шанси) вказує на необхідність створення рівних умов. У грі, що проводиться на ігровому полі, наприклад у регбі, одна команда мала б несправедливу перевагу, якби поле мало нахил. Оскільки на деяких реальних ігрових полях справді є ухили, команди зазвичай змінюють кінці ігрового поля в перерві між таймами. Тобто рівне поле гри означає чесні умови для всіх учасників. Ідіома *be ahead of the pack* (бути на крок попереду) підкреслює важливість залишатися лідером серед конкурентів. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що «попереду зграї» вказує на конкурентну перевагу. Ідіома *up the ante* (піднімати ставки) заохочує до підвищення стандартів. У покері гравці можуть збільшити свої ставки на столі, поклавши перед собою велику суму грошей. Це збільшення ставок може привести до більшої інтриги та напруженості у грі, а також потенційно вищих виплат для переможця. У цій ідіомі підвищення ставок ілюструє збільшення ризиків і винагород. Ідіома *go for broke* (іти ва-банк) мотивує ризикнути всім для великих виграшів. Метафоричне значення полягає в тому, що ця ідіома походить від азартних ігор, де люди ставлять усі свої гроші в надії виграти більше.

6. Ідіоми про рішення та планування. Ідіома *bite the bullet* (проковтнути гірку пілюлю) заохочує ухвалити важке, але необхідне рішення. До розвитку анестезії солдатам іноді доводилося кусати свинцеві кулі зубами, щоб витримати біль під час операції. Згодом уже цей вислів став використовуватися в переносному значенні для опису того, хто сміливо й рішуче стикається зі складними

чи неприємними ситуаціями. Кусання кулі асоціюється з терпінням болю під час важких випробувань. Ідіома *touch base* (зв'язатися з кимось для обговорення деталей) підкреслює важливість підтримки зв'язку. База означає кожен з чотирьох точок у кутах «ромба» у бейсболі, до яких гравець повинен дістатися, щоб забити гол. У переносному значенні база в бейсболі символізує контрольні точки комунікації. Ідіома *step up to the plate* підштовхує до прийняття відповідальності. Вираз походить із мови бейсболу, де «тарілка» – це гумова плита в одному з кутів ромба, на якій стоїть відбивач, коли відбиває м'яч. Метафоричне значення цієї ідіоми полягає в тому, що в бейсболі вихід на подачу символізує готовність діяти. Ідіома *call the shots* показує важливість ухвалення рішень. У таких іграх, як більярд, гравець, який «призначає удар», вирішує і оголошує, яку кулю він має намір забити в лузу. Із часом фраза «керувати ударами» зі специфічного більярдного виду спорту цілком перетворилася на метафоричний вираз, який використовується для опису того, хто контролює ситуацію або ухвалює важливі рішення в будь-якій ситуації. Ідіома *keep your eye on the ball* заохочує зосередженість на цілях. Ця фраза виникла у спорті, зокрема в іграх із м'ячем, де гравців просили «не спускати очей з м'яча». Стеження за м'ячем у спорті символізує увагу до важливого.

Фразеологічний фонд ділового мовлення зазнає постійних змін. Сфері бізнесу належить важливе місце у світовому інформаційному просторі, вона набирає все більших обертів. Глобалізація та прагнення до новизни сприяють утворенню різноманітних інновацій, зокрема і фразеологічних [11, с. 120].

Висновки. У результаті проведеного дослідження семантичних особливостей англomовних бізнес-ідіом було визначено шість основних тематичних груп, які відображають ключові аспекти ділового спілкування. Ідіоми про гроші та фінанси показують наскільки важливо бути стабільним у фінансах і дбайливо поводитися з ресурсами в бізнесі. Вони відображають прагматичний характер ділових відносин і увагу до прибутковості й витрат. Ідіоми про переговори та домовленості підкреслюють стратегічну роль комунікації, компромісів і укладання угод для досягнення взаємовигідних

результатів. Ідіоми про роботу в команді відображають необхідність ефективної співпраці, колективної відповідальності та координації зусиль для досягнення спільної мети. Ідіоми про успіх і невдачі акцентують увагу на досягненнях і ризиках. Ідіоми про конкуренцію демонструють змагальний характер бізнесу та необхідність стратегічних дій у конкурентному середовищі. Нарешті, ідіоми про рішення та планування підкреслюють велике значення стратегіч-

ного мислення та управлінських рішень для досягнення результатів. Отже, бізнес-ідіоми є репрезентацією ключових концептів і цінностей, які лежать в основі ділової комунікації, що робить їх важливим інструментом для ефективного спілкування в міжнародному бізнес-контексті. Перспективи подальшого дослідження можуть бути зосереджені на компаративному аналізі бізнес-ідіом української та англійської мов для покращення міжкультурної взаємодії.

Література:

1. Скуратівська Г. Формування навичок використання нових фразеологічних одиниць англійської мови студентами економічних спеціальностей. *Наукові записки Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова*. Серія «Педагогічні науки». 2018. Вип. 138. С. 192–198. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzped_2018_138_27.
2. Ishchuk N., Kvasnytska O. English idioms in workplace discourse: functional, semantic and structural features. *Лінгвістичні студії*. 2024. № 47. С. 83–100. <https://doi.org/10.31558/1815-3070.2024.47.7>.
3. Mishchynska I. Lexical composition of business English: characteristic features. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2024. № 1 (25). С. 112–120. <https://doi.org/10.32782/2617-3921.2024.25.112-120>.
4. Nelson M. Semantic associations in Business English : A corpus-based analysis. *English for Specific Purposes*. 2006. № 2. Vol. 25. P. 217–234. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2005.02.008>.
5. Hrdličková Z. Idiomatic Expressions in the Context of Business English. *Hradec králové journal of anglophone studies*. 2017. № 1. Vol. 4. P. 74–84. URL: https://pdf.uhk.cz/hkjas/pi/pdf/vol4nr1_2017.pdf.
6. Hrdličková Z. Business, Academic and General English Idioms and Their Synonyms. *At the crossroads: Papers on language and culture in the 20th and 21st centuries*. 2021. P. 37–51. URL: http://wydawnictwo.ans-ns.edu.pl/images/pdf/At_the_crossroads_2021.pdf.
7. Писарська Н., Гомон А., Заверюченко М. Специфіка вживання англійських економіко-технічних фразем у діловій комунікації. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 2. Вип. 21. С. 23–27. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.2.4>.
8. Пільгуй Н., Доля А. Особливості перекладу бізнес-ідіом в англійському економічному дискурсі. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Серія «Актуальні проблеми розвитку українського суспільства». 2016. № 13 (1185). С. 63–66. URL: <http://aprus.khpi.edu.ua/article/view/71424>.
9. Євтушенко Н. Структурно-семантичні особливості ідіоматичних одиниць англійської і української мов. *Актуальні питання іноземної філології*. 2022. № 16. С. 38–43. <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-6>.
10. Коваль Л., Чаплик О., Масон С. Використання ідіом у сучасному англійському діловому дискурсі. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2020. Т. 30. № 3. С. 122–125. <https://doi.org/10.36930/40300321>.
11. Ріба-Гринишин О., Кривда С. Функціонально-семантичний аспект дослідження фразеології в англійському діловому дискурсі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». 2019. Т. 30 (69). Ч. 2. № 4. С. 118–121. <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2019.4-2/23>.

References:

1. Skurativska, H. (2018). Formuvannia navychok vykorystannia novykh frazeolohichnykh odynyts anhliskoi movy studentamy ekonomichnykh spetsialnostei [Development of skills of using new phraseological units of English by students of economic specialties]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu im. M.P. Drahomanova. Seriiia "Pedahohichni nauky"*, 138, 192–198. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzped_2018_138_27 [in Ukrainian].
2. Ishchuk, N., & Kvasnytska, O. (2024). English idioms in workplace discourse: functional, semantic and structural features. *Linhvistychni studii*, 83–100. <https://doi.org/10.31558/1815-3070.2024.47.7>.
3. Mishchynska, I. (2024). Lexical composition of business English: characteristic features. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii*, 25, 112–120. <https://doi.org/10.32782/2617-3921.2024.25.112-120>.

4. Nelson, M. (2006). Semantic associations in Business English: A corpus-based analysis. *English for Specific Purposes*, 25 (2), 217–234. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2005.02.008>.
5. Hrdličková, Z. (2017). Idiomatic Expressions in the Context of Business English. *Hradec králové journal of anglophone studies*, 1 (4), 85–94. URL: https://pdf.uhk.cz/hkjas/pi/pdf/vol4nr1_2017.pdf.
6. Hrdličková, Z. (2021). Business, academic and general English idioms and their non-idiomatic synonyms. *At the crossroads: Papers on language and culture in the 20th and 21st centuries*, 37–51. URL: http://wydawnictwo.ans-ns.edu.pl/images/pdf/At_the_crossroads_2021.pdf.
7. Pysarska, N., Homon, A., & Zaveriushchenko, M. (2022). Spetsyfika vzhyvannia anhlomovnykh ekonomiko-tekhnichnykh frazem u dilovii komunikatsii [Specificity of the using English economic and technical phrases in business communication]. *Zakarpatski filolohichni studii*, 2 (21), 23–27. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.2.4> [in Ukrainian].
8. Pilhui, N., & Dolia, A. (2016). Osoblyvosti perekladu biznes-idiom v anhlomovnomu ekonomichnomu dyskursi [Peculiarities of translating business idioms in English economic discourse]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI". Serii "Aktualni problemy rozvytku ukrainskoho suspilstva"*, 13 (1185), 63–66. Retrieved from <http://aprus.khpi.edu.ua/article/view/71424> [in Ukrainian].
9. Yevtushenko, N. (2022). Strukturno-semantychni osoblyvosti idiomatychnykh odynts anhliskoi i ukrainskoi mov [Structural and semantic features of idiomatic units in English and Ukrainian]. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii*, 16, 38–43. <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-6> [in Ukrainian].
10. Koval, L., Chaplyk, O., & Mason, S. (2020). Vykorystannia idiom u suchasnomu anhliskomu dilovomu dyskursi [The use of idioms in modern English business discourse]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 30 (3), 122–126. <https://doi.org/10.36930/40300321> [in Ukrainian].
11. Riba-Hrynyshyn, O., & Kryvda, S. (2019). Funktsionalno-semantychnyi aspekt doslidzhennia frazeolohii v anhliskomu dilovomu dyskursi [The functional and semantic aspect of the study of phraseology in English business discourse]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Serii "Filolohiia. Sotsialni komunikatsii"*, 4(2), 118–121. <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2019.4-2/23> [in Ukrainian].