

введении временного придаточного предложения с союзами *wenn, sooft*; однородные члены предложения, связанные соединительным союзом *und*, разделительным союзом *oder*, бессоюзной связью.

Использование функционально-семантического подхода обеспечивает интегративное исследование равноуровневых языковых средств при передаче итеративного значения.

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ АББРЕВИАТУРЫ В ТЕКСТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Костерова Н. А., Чернецкая Н. И., Белорусский государственный университет

Прогрессирующее развитие международных контактов и связей в политике, экономике, культуре обуславливает последовательную ориентацию методики обучения иностранным языкам на реальные условия коммуникации. Стремление к коммуникативной компетенции предполагает не только владение соответствующей иноязычной техникой, но и усвоение большого объема неязыковой информации. Коммуникация между общающимися может достичь своей цели только в том случае, если собеседники равны в плане обладания «фондом общих знаний». Общие знания участников общения называются фоновыми знаниями. Фоновые знания — это социокультурные сведения, характерные лишь для определенной нации или национальности, освоенные и отраженные в языке данной национальной общности. Только при наличии фоновых знаний возможна межкультурная коммуникация. Действительно, вы навряд ли поймете юмор следующего строгого предупреждения, появившегося в одной из типографий Миннеаполиса (США) «*Where there's smoke, there's fire*», если вы не знаете оригинальной английской половицы «*Where there's smoke, there's fire*».

Межкультурная коммуникация невозможна без изучения языковых единиц, наиболее ярко отображающих национальные особенности культуры народа — носителя языка и среды его существования.

В число лексических единиц, обладающих ярко выраженной национальной культурной семантикой входят названия: 1) реалий — обозначения предметов и явлений, характерных для одной культуры и отсутствующих в другой; 2) коннотативной лексики, т. е. слов, совпадающих по основному значению, но различающихся по культурно-историческим ассоциациям; 3) фоновой лексики, которая обозначает предметы и явления, имеющие аналоги в сопоставляемой культуре, но различающиеся по национальным особенностям функционирования, формы, предназначения предметов.

Страноведческий подход включает в себя и лексический фон, и национальную культуру, и национальные реалии. Е. М. Верещагин и В. Т. Костомаров утверждают, что все уровни языка культураносны. Преподавателю иностранного языка всегда следует делать акцент на лексику со страноведческим компонентом (фоновую и безэквивалентную в терминологии вышеназванных Е. М. Верещагина и В. Т. Костомарова).

Каковы в этом плане возможности преподавателя курса «*Business English*». Популярный курс «*Market leader*» часто предлагает при изучении разных аспектов бизнеса отрывки популярной англоязычной периодики. Удачным дополнением может служить рубрика «*Business*» в британской газете «*The Times*», дающая представление о положении дел и современных тенденциях в общественной и экономической жизни. Данные статьи предназначены не только для специалистов, но и для широкого круга английских читателей и имеют глубокий историко-культурный пласт фоновых знаний.

В данной статье нам хотелось остановиться на одном из аспектов фоновых знаний в области экономики, а именно широко употребляемых аббревиатур в названиях организаций, хорошо известных англоязычному читателю. Именно известность в самых широких кругах позволяет авторам публикаций использовать аббревиатуры, без указания полного названия и уточнения, чем именно данная организация занимается.

Предлагается следующий список наиболее используемых англоязычных аббревиатур, встречающихся в рубрике «*Business*».

1. *EEC — European Economic Community*. Международная организация, образованная в соответствии с римским договором 1957, целью которой является экономическая интеграция.
2. *EEOC — Equal Employment Opportunity Commission*. Федеральное агентство по борьбе с дискриминацией при найме на работу в США.
3. *FDIC — Federal Deposit Insurance Corporation*. Федеральное агентство по страхованию вкладов, созданное американским конгрессом для поддержания экономической стабильности в стране.
4. *FDA — Food and Drug Administration*. Управление по контролю пищевых продуктов и лекарственных препаратов. Один из федеральных исполнительных департаментов США. Агентство Министерства здравоохранения и социальных служб.
5. *FRS — Federal Reserve System*. Федеральная резервная система — центральная банковская система США, отвечающая за денежно-кредитную политику, контроль и регулирование банковских учреждений, поддержание стабильной финансовой системы и предоставление финансовых услуг депозитным учреждениям и правительству США.
6. *HMRC — Her Majesty's Revenue and Customs*. Отдел правительства Великобритании, отвечающий за сбор налогов, выплату некоторых государственных пособий и такой режим экономического регулирования, как минимальная заработная плата.
7. *IMF — International Monetary Fund*. Международный валютный фонд, заявленной целью которого является содействие международному экономическому сотрудничеству, международной торговле, стабильности обменного курса. По состоянию на апрель 2012 г. — 188 члена.
8. *IRS — International Revenue Service*. Налоговая служба правительства США.
9. *NLRB — National Labour Relation Board*. Национальный совет по трудовым отношениям. Независимое агентство правительства США, ответственное за проведение выборов в профсоюзные представительства, за расследование и устранение нарушений трудового законодательства.
10. *SEC — Securities and Exchange Commission*. Комиссия по ценным бумагам и биржам, агентство правительства США.
11. *UBS — Union Bank of Switzerland*. Банк, который слился позднее с организацией Swiss Bank Corporation. Крупнейший швейцарский конгломерат, предоставляющий финансовые услуги по всему миру.

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ АНТОНИМО-МОТИВАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ

Крот Л. Г., Минский государственный лингвистический университет

Мотивированность слова обнаруживается в итоге его соотношения с другими словами. Отсюда — отношениями мотивации, или мотивационными отношениями, являюся отношения лексических единиц, выявляющие мотивированность слова.

Мотивационные отношения слов являются одним из видов системных отношений в лексике наряду с синонимами, антонимами, вариантными отношениями и другими типами отношений.

Предлагаемое сообщение направлено на анализ связи антонимии и явления мотивации слов в современном английском языке.

Актуальность темы исследования определяется общетеоретической значимостью антонимических отношений в системе языковых связей и ее недостаточной разработанностью в мотивационном аспекте. Материалом для исследования послужила лексико-семантическая группа прилагательных, характеризующих человека в современном английском языке, отобранных путем сплошной выборки из антонимических одноязычных словарей — общим объемом 105 антонимических пар.

Когда мы говорим о том или ином лексическом явлении, то под этим имеется в виду форма обнаружения, проявления того или иного отношения слов в совокупности присутствующих этому типу отношений свойств, сущностных характеристик. Так, явление ан-