

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2024, Том 12, № 6 / 2024, Vol. 12, Iss. 6 <https://mir-nauki.com/issue-6-2024.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/61PDMN624.pdf>

5.8.1. Общая педагогика, история педагогики и образования (педагогические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Нейман, В. Л. Фразеологизмы в англоязычном деловом дискурсе / В. Л. Нейман // Мир науки. Педагогика и психология. — 2024. — Т. 12. — № 6. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/61PDMN624.pdf>

For citation:

Neiman V.L. Phraseological units in English business discourse. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2024;12(6): 61PDMN624. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/61PDMN624.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 1174

Нейман Власта Леонидовна

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия
Преподаватель кафедры «Английского языка и профессиональной коммуникации»

E-mail: vlastaneiman@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4909-3135>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=723419

Фразеологизмы в англоязычном деловом дискурсе

Аннотация. В данной статье рассматривается роль фразеологизмов в англоязычной деловой коммуникации. Актуальность исследования обусловлена потребностями современного высшего образования. В качестве исследовательской задачи автором статьи была предпринята попытка обосновать необходимость всестороннего изучения фразеологизмов студентами неязыковых вузов с целью последующего использования данных устойчивых лексических единиц в процессе деловой коммуникации. Практический смысл исследования состоит в рассмотрении и систематизации различных методических подходов. Статья раскрывает содержание понятий «фразеологизм» и «идиома». Автор ставит задачу проанализировать оправданность употребления ряда фразеологизмов, приведены примеры и рассмотрены подходы к преподаванию устойчивых выражений студентам экономических специальностей. Определена роль фразеологизмов в процессе формирования культуры делового общения. Особое внимание отведено анализу различных контекстов, предполагающих использование устойчивых выражений в деловом английском языке. В статье приведены взгляды исследователей в отношении использования фразеологизмов в бизнес-дискурсе. В ходе исследования предложены и структурированы разнообразные методические подходы для более эффективного обучения студентов. Автором делается вывод об обоснованности внедрения в учебный процесс разнообразных упражнений на отработку и закрепление изученного материала, приводятся примеры фразеологизмов, широко употребляемых в английском деловом общении. Статья обобщает практический опыт автора в сфере преподавания фразеологизмов студентам, обучающимся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент». Делается вывод о целесообразности всестороннего рассмотрения устойчивых выражений в рамках преподавания английского языка студентам экономических специальностей.

Ключевые слова: фразеологизм; идиома; фразеология; обучение; деловое общение; бизнес-дискурс; студент

Введение

История английского языка насчитывает сотни лет развития, совершенствования и эволюционных изменений. Необычайно красивый язык, используемый в повседневной жизни, обогатился множеством выразительных и эмоционально окрашенных фраз. Это разнообразие стало возможным благодаря формированию фразеологии — системы устойчивых словосочетаний, которые обладают своим собственным значением и не подвержены изменениям. В результате этого процесса возник уникальный языковой пласт, который отражает культурные и социальные реалии общества, а также эмоциональное восприятие мира его носителями. Таким образом, фразеология представляет собой уникальный объект разработки лингвокультурологической модели восприятия мира на другом языке. Фразеологизм стал важным элементом английского языка, способствующим его выразительности и глубине, а также служащим средством передачи культурного наследия.

Цели и задачи исследования

В данном исследовании автор преследует цель проанализировать закономерности использования фразеологизмов в деловой коммуникации на английском языке и определить наиболее релевантные методические подходы к преподаванию данного аспекта студентам экономических специальностей в ситуациях, когда английский язык не является профилирующим предметом и уровни владения иностранным языком у учащихся варьируются существенно.

Фразеологизм является неотъемлемой составляющей англоязычного межличностного делового общения. Данная специфика семантической области иноязычного бизнес-дискурса интересна и требует глубокого изучения, поскольку взаимодействие между участниками данного типа общения является основополагающим для успешного развития бизнеса.

В рамках данной статьи рассматриваются такие примеры делового дискурса, как бизнес-переписка, совещания, переговоры с целью заключения сделки и/или извлечения прибыли, презентации, семинары и т. д., включающие в себя как устную, так и письменную коммуникацию, использующую различные лексические средства. Очевидно, что в устной форме деловой коммуникации допустимы и активно используются образные выражения, в том числе фразеологизмы, то есть словосочетания, состоящие из лексических единиц, общий смысл которых не понятен человеку, не являющемуся участником конкретного делового дискурса. Значение фразеологизма структурируется не одним словом, а не менее, чем двумя лексическими компонентами.

В деловом общении на английском языке фразеологизмы играют значительную роль. Не вызывает сомнений, что бизнес определяет материальную и коммуникативную структуру общественной жизни, следовательно, он нашел свое естественное отражение во фразеологии.

В задачи исследования входит определение роли фразеологии в рамках современного иноязычного делового дискурса, обзор авторитетных источников, систематизация алгоритмов обучения фразеологизмам студентов экономических вузов.

Настоящее исследование актуально ввиду масштабной глобализации экономики и расширения взаимодействия между представителями различных стран. Студенты экономических специальностей, владеющие основами англоязычного бизнес-дискурса, в частности, фразеологизмами, получают уникальную возможность эффективно коммуницировать с представителями других культур и выстраивать на данной основе успешные деловые взаимоотношения. Владение идиомами позволяет не только обогатить иноязычный словарный запас, но и достойно презентовать свои идеи, проекты, с уверенностью рассуждать о

перспективах и тонкостях рабочих процессов в рамках делового общения. Обширный словарный запас позволяет сдавать на высокие баллы профильные международные экзамены, дающие старт для карьеры молодых специалистов и позволяющие более опытным сотрудникам продвигаться по служебной лестнице, успешно проходить собеседования, что, безусловно, способствует повышению собственной значимости и позволяет достигать высоких результатов.

Научная новизна исследования состоит в попытке всесторонне проанализировать и изучить различные методические подходы в преподавании фразеологизмов студентам экономических специальностей с целью более активного погружения в аутентичную языковую среду и последующего использования данных идиом в ходе деловой иноязычной коммуникации.

Практическая значимость статьи состоит в формировании у студентов понимания необходимости использования фразеологизмов в бизнес-дискурсе ввиду важности роли данных особых номинативных единиц словарного запаса языка как неотъемлемых составляющих такого вида коммуникации с представителями делового сообщества — носителями английского языка.

Теоретическая значимость работы заключается в возможности активного применения предложенных методических подходов к преподаванию фразеологизмов студентам экономических специальностей и последующего использования ими (студентами) идиом в англоязычном бизнес-дискурсе.

Обзор литературы

Беликова И.Ф. полагает, что «изучая язык, нельзя обойтись без знания его самобытной части лексики, созданной историей, опытом и культурой народа — фразеологии, которая делает язык ярким, живым, экспрессивным и дает возможность выразить и передать все богатство человеческих мыслей и чувств» [1, с. 1].

Фразеологизмы являются «живыми» единицами языка, которые формировались и развивались на протяжении многих поколений, отражая историю и менталитет народа. Несмотря на свою устойчивость, фразеологизмы строятся на основе грамматических правил, которые управляют сочетанием слов в языке.

А.В. Кунин полагает, что «важнейший источник фразеологизмов — профессиональная речь» [2, с. 32].

Фразеологизмы состоят из слов, которые подчиняются правилам языка, но их значение выходит за рамки простого сложения значений составляющих слов. Слово становится мощным средством общения, но оно также может стать причиной большого недоразумения, если оно неясно понимается одним из говорящих. Это касается особого слоя языка — фразеологии — набора устойчивых выражений с независимым значением.

Мочалина К.Н. полагает, что «существующие в отечественной лингвистической школе толкования понятия «фразеологизм» в большинстве случаев сводятся к следующему: фразеологизм (или фразеологическая единица) — это (относительно) устойчивое, воспроизводимое сочетание слов, обладающее (как правило) целостным значением» [3, с. 683].

Таким образом, можно определить фразеологию как характерную систему, отличающуюся следующими характеристиками:

- двусмысленностью;
- устойчивостью лексико-грамматического состава;

- устойчивостью придаваемого ему единого значения;
- стабильностью повторяемости речи.

Деловой мир активно осваивает устойчивые образные выражения, несмотря на их неопределенный или нестабильный характер, о чем свидетельствует сегодняшняя реальность. Яркость и выразительность делового общения достигается участниками коммуникативного процесса благодаря активному использованию фразеологизмов. Употребление образных выражений придает коммуникации особый эмоциональный фон и привлекательность.

Студенты вузов, ставящие перед собой цели дальнейшей профессиональной реализации, стремятся к развитию навыков и компетенций, необходимых для применения в ходе трудовой деятельности. Задача образовательного учреждения — предоставить по-возможности максимальный объем информации, которым обучающийся сможет грамотно распорядиться в дальнейшем.

В данной связи неразумно недооценивать роль и значение всестороннего изучения английского языка. Занятия на таких направлениях, как «Экономика» и «Менеджмент» предполагают погружение в среду обучения деловому дискурсу на высоком уровне, в особенности если речь идет о дискурсе на иностранном языке. Согласно Ахтаевой Л.А., «термин «дискурс» в современной лингвистике близок по смыслу к понятию «текст», однако дискурс подчеркивает динамический, разворачивающийся во времени характер языкового общения» [4, с. 1].

Зиновьева Э.А. заявляет, что «одной из категорий в классификации фразеологизмов бизнес-дискурса являются устойчивые выражения, свойственные лишь языку бизнеса и понятные узкому кругу специалистов, например: «blue collar» (дословно «синий воротничок») — рабочий класс; «eager beaver» (дословно «нетерпеливый бобёр» — трудоголик; «white collar» (дословно «белый воротничок») — офисный работник» [5, с. 57].

В группах студентов со слабым и средним уровнем подготовки целесообразно делать акцент на изучение грамматических структур с постепенным включением профильной лексики и фразеологизмов, в то время как в группах более высокого уровня можно активнее использовать фразеологизмы в устной и письменной речи. Хорошим подспорьем для преподавателя могут стать не только учебные пособия, но и всевозможные онлайн-ресурсы, разработанные с целью изучения и закрепления лексического материала, такие как Quizlet. На занятиях целесообразно тренировать разнообразные навыки устной речи, например, диалоги, монологи, ролевые игры, обсуждать различные бизнес-модели, презентации, новости, деловые прогнозы, устраивать дискуссии и прочее.

Активное использование фразеологизмов в монологической и диалогической речи, чтение и анализ экономической литературы, просмотр и последующее обсуждение новостей в рамках занятий по иностранному языку с целью более глубокого погружения в профессиональную лексику способствует развитию навыков уверенного и свободного общения и лучшего понимания аутентичной речи.

Согласно Г.М. Гуревичу «для усвоения студентами межкультурной речевой коммуникации необходимо введение в учебные материалы фразеологических единиц, отражающих национальный менталитет» [6, с. 76].

Одним из источников обогащения английского, как и любого иного языка, отражающего присущее данному языковому сообществу определенное видение и восприятие окружающего мира, его идентичность, исторически сложившиеся традиции, присущий лишь данному народу культурный код, является фразеология, как раздел языкознания, изучающий существующие в языке готовые словарные единицы для определения различных явлений, событий и предметов.

Эти устойчивые выражения пополняют, эмоционально и красочно обогащают язык фразеологизмами, которые употребляются в предложении как его неделимая составляющая.

Общеизвестно, что языковое знание человека измеряется его способностью понимать значения образных выражений и эффективно использовать их в своей речи. Владение учащимися устойчивыми фразами свидетельствует о продвинутой языковой компетенции.

С учетом вышеизложенного представляется целесообразным обучить студентов грамотному употреблению фразеологизмов с учетом определенного контекста и целей дискуссии.

Системное изучение фразеологии способствует более глубокому пониманию культурных особенностей и духовных ценностей страны изучаемого языка. Фразеологизм как структурная единица лексико-семантической системы языка характеризуется особой устойчивостью и воспроизводимостью — в ходе коммуникации фразеологизмы не формируются, а используются в готовом виде как целостные выражения с фиксированным составом и смыслом.

Сизова Я.Н. полагает, что фразеологизм, или фразеологическая единица, также идиома — устойчивое сочетание, выполняющее функцию отдельного слова, употребляющееся как некоторое целое, не подлежащее дальнейшему разложению и обычно не допускающее внутри себя перестановки своих частей [8].

Рассуждая о целесообразности включения идиом в учебный процесс, следует подчеркнуть важность всестороннего изучения грамматических основ данного аспекта языка. Идиома — это сочетание языковых единиц в предложении, характерным признаком которых является присутствие в них не всегда понятных слов или форм, образующих их целостность и выразительность. Идиоматические выражения являются узконаправленным аспектом фразеологии в отличие от пословиц, афоризмов, крылатых выражений и т. д. Учитывая, что английская лингвистика объединяет все устойчивые выражения термином «идиома», данный термин считается идентичным термину «фразеологизм». Включение в обучающий процесс устойчивых словосочетаний позволит обогатить дискурс, сделать его более презентабельным и уверенным.

По мнению Есиной И.Ю., «пошаговая работа с наличием разнообразных заданий формирует у обучающегося последовательность действий (от восприятия готовой информации от преподавателя, ее осмысления и дальнейшей фиксации)».

Следует подчеркнуть, что владение идиомами предполагает понимание особенностей иноязычной коммуникации, проявление должного пиетета и искреннего расположения к участникам дискуссии — носителям языка и представителям иной культуры и менталитета.

В рамках данного исследования целесообразно привести ряд примеров, которые находят свое отражение в современном англоязычном деловом общении. Особый интерес представляют идиомы, используемые в финансовой среде.

Петрушова Е.В. полагает, что к «фразеологизмам, которые проливают положительный свет на деньги, относятся следующие: — «white (honest) money» — белые (честные) деньги — честно заработанные деньги», «bull-market» — бычий рынок. Означает рынок с тенденцией к повышению акций, когда в экономике все замечательно, люди находят работу, валовой внутренний продукт растет, акции растут; фразеологизмы с отрицательной тенденцией — «bear market» — медвежий рынок. Означает рынок с тенденцией к снижению акций, когда акции падают, используя технику, называемую короткими продажами; «fat cat» — «денежный мешок»; «cats and dogs» — кошки и собаки — акции компаний, которые участвуют в малоизвестных бизнес-репетициях и торгуются на спекулятивной основе; «lame duck» —

хромая утка — компания или бизнесмен, испытывающий финансовые трудности; «to smell a rat» — почуять неладное — значит выявить кого-то, кто был нелоялен по отношению к вам или обманул вас» [9, с. 3].

Согласно Хайруллиной Р.Х., «структурно-грамматическая организация фразеологической системы языка непосредственно связана с особенностями грамматической организации свободных сочетаний слов» [10, с. 106].

Выводы

Все вышесказанное дает возможность сделать следующие выводы: современные студенты, мечтающие о блестящей карьере в международном бизнесе, должны быть готовы к тому, что изучение английского языка — это не только рутинное выполнение лексических и грамматических упражнений. Важно понимать нюансы, которые делают общение богатым и естественным.

Фразеологизмы в экономическом дискурсе — это не просто стилистическое украшение речи, а мощный инструмент, отражающий глубокие культурные, этические и даже психологические аспекты экономической деятельности. Они служат лаконичному и образному выражению сложных экономических явлений, превращая абстрактные понятия в легко усваиваемые метафоры. Эта система знаков, встроенная в экономический контекст, позволяет участникам коммуникации быстро и эффективно обмениваться информацией, показывая не только экономическую, но и оценочную составляющую описываемого явления.

Следует также отметить, что изучение фразеологизмов, устойчивых словосочетаний с переносным значением, становится ключевым моментом для будущих участников бизнес-коммуникации. Эти выражения, которые нельзя перевести дословно, являются своеобразными «ключами» к пониманию тонкостей делового общения в англоязычных странах. Фразеологизмы помогают понять скрытые смыслы, что особенно важно при ведении переговоров или взаимодействии с контрагентами. Например, «to get the ball rolling» не просто означает «начать работу», но подчеркивает необходимость активных действий и проявления инициативы. «To think outside the box» — это не просто «придумать нестандартное решение», но и призыв к творческому подходу и готовности идти против общепринятых шаблонов. Изучение фразеологизмов помогает студентам выйти за рамки стандартного английского языка, разобраться в контексте и уловить невысказанные смыслы. Это позволит им увереннее чувствовать себя в международной бизнес-среде, строить доверительные отношения с коллегами и партнерами и достигать успеха в своей карьере. Помимо упомянутых выше фразеологизмов существуют целые «классические» коллекции выражений, которые широко используются в бизнес-среде. Например, «to be on the same page» означает «быть на одной волне», «to burn the midnight oil» — «работать до поздней ночи», «to hit the ground running» — «сразу же взяться за работу». К примеру, выражение «to break the bank» буквально переводится как «сломать банк» и обозначает ситуацию, когда человек или организация тратит впустую слишком много денег. Это может привести к серьезным последствиям для финансовой стабильности как отдельных людей, так и крупных компаний. Например, представьте себе инвестиционный фонд, который решает вложить крупную сумму в стартап с многообещающей идеей. Ожидания высоки, и инвесторы надеются на быстрый рост и значительную прибыль. Однако, несмотря на все усилия, стартап не оправдывает ожиданий: продукт не находит спроса, а команда не справляется с задачами. В результате фонд теряет свои вложения, и выражение «сломать банк» становится вполне актуальным, подчеркивая, как неудачные инвестиции могут разрушить финансовую стабильность.

Знание фразеологизмов не только способствует лучшему пониманию английского языка, но и позволяет продемонстрировать свой профессионализм в глазах участников переговорного процесса.

В процессе обучения идиомам целесообразно предложить студентам список фразеологизмов и попросить их дать им толкование, использовать словарь фразеологизмов для поиска информации об их происхождении и их синонимах, антонимах и особенностях употребления, предложить студентам данные устойчивые выражения и попросить их проанализировать их структуру (составные части, грамматические особенности) и семантику (значение), наконец, предложить студентам создать свои фразеологизмы, используя известные фразеологические модели. Данный методический подход направлен на стимулирование интеллектуальных и аналитических способностей учащихся и совершенствование коммуникативной компетенции.

Дополнительно в рамках занятий следует использовать различные вспомогательные материалы, такие как кейсы, ролевые игры, презентации, диалоги, круглые столы и т. д. с моделированием деловых игр и ситуаций и одновременным включением фразеологизмов в процесс коммуникации.

Изучение фразеологии в экономическом дискурсе — это ключ к пониманию не только экономических процессов, но и культурных кодов, регулирующих экономическое поведение и взаимодействие людей в сфере экономики. Исследование данной области позволяет глубже понять социокультурные факторы, влияющие на экономические решения и формирование экономической политики. Анализ фразеологических единиц также помогает выявить скрытые стереотипы и представления, связанные с экономикой, что способствует более адекватному восприятию и анализу экономических явлений.

Детальное внимание к фразеологизмам представляется важным и интересным аспектом в рамках обучения студентов экономических специальностей, так как это не только путь к обогащению словарного запаса и расширения кругозора, но и к развитию уверенности в себе в процессе делового иноязычного общения. Данный подход придаст коммуникации яркость и образность, выразительность и необычайное языковое изящество. В условиях динамичного развития, расширения сфер бизнеса и интенсивного взаимодействия подобные навыки будут способствовать укреплению взаимоотношений между партнерами в современном обществе, где важнейшую роль играет финансовая составляющая, позволяющая обеспечивать как отношения внутри бизнес-сообщества, так и в повседневной жизни людей. В связи с этим крайне важно изучение фразеологизмов в финансово-экономической сфере студентами финансово-экономических вузов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беликова И.Ф. Роль фразеологизмов в лексической системе языка. Гуманитарный вестник, 2013, вып. 7. URL: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/pedagog/engped/90.html>.
2. Кунин А.В. Фразеология современного английского языка. — М.: Изд-во Международ. Отношения, 1972. — 288 с. — URL: https://djvu.online/file/3ilpG7P_BMCQOw (дата обращения: 19.11.2024).
3. Мочалина К.Н. К определению понятия «Идиома» в отечественной и зарубежной лингвистике / К.Н. Мочалина [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-idioma-v-otechestvennoyi-zarubezhnoy-lingvistike> (дата обращения: 17.10.2024).

4. Ахтаева, Л.А. Научный дискурс как специфическая разновидность дискурсивной деятельности / Л.А. Ахтаева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2010. — № 7(18). — С. 144–150. — URL: <https://moluch.ru/archive/18/1785/> (дата обращения: 25.11.2024).
5. Зиновьева Э.А., Серых К.Д., Федькина Е.С., Романов А.В. Английская фразеология в деловой коммуникации // Гуманитарные научные исследования. 2023. № 5 [Электронный ресурс]. URL: <https://human.snauka.ru/2023/05/55400> (дата обращения: 21.06.2024).
6. Гуревич Г.М. Фразеология на уроках японского языка // Иностранные языки в школе. 2006. № 3. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=jxtkip> (дата обращения: 03.08.2024).
7. Сизова, Я.Н. Идиомы и фразеологизмы в английском языке / Я.Н. Сизова, Н.И. Кулькова. — Текст: непосредственный // Юный ученый. — 2021. — № 1(42). — С. 16–18. — URL: <https://moluch.ru/young/archive/42/2226/> (дата обращения: 10.11.2024).
8. Ессина И.Ю. Применение объяснительно-иллюстративного метода при изучении фразеологизмов / И.Ю. Ессина, Э.В. Семенова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2022. — № 2(116). — URL: <https://research-journal.org/archive/2-116-2022-february/primeneniye-obyasnitelno-illyustrativnogo-metoda-pri-izuchenii-frazeologizmov> (дата обращения: 08.12.2024). — doi: 10.23670/IRJ.2022.116.2.082.
9. Петрушова Е.В. Фразеологическая терминология в английском деловом дискурсе / Е.В. Петрушова // Russian Linguistic Bulletin. — 2023. — № 9(45). — URL: <https://rulb.org/archive/9-45-2023-september/10.18454/RULB.2023.45.5> — DOI: 10.18454/RULB.2023.45.5 (дата обращения: 21.06.2024).
10. Хайруллина, Р.Х. Структура фразеологизма как отражение грамматического строя языка / Р.Х. Хайруллина, Г.Р. Галиева // Преподаватель XXI век. — 2007. — С. 106–111. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-frazeologizma-kak-otrazhenie-grammaticheskogo-stroya-yazyka/viewer> (дата обращения: 03.08.2024).

Neiman Vlasta Leonidovna

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

E-mail: vlastaneiman@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4909-3135>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=723419

Phraseological units in English business discourse

Abstract. This article examines the role of phraseological units in English business communication. The relevance of the research is determined by the needs of modern higher education. As a research task the author of the article attempted to substantiate the need for a comprehensive study of phraseological units by students of non-linguistic universities with the aim of subsequent use of these linguistic stable units in the process of business communication. The practical point of the article lies in the consideration and systematization of various methodological approaches. The article reveals the content of the concepts of «phraseological unit» and «idiom». The author sets the task of analyzing the justification for the use of a number of phraseological units, provides examples and examines approaches to teaching set expressions to students majoring in Economics. The role of phraseological units in the process of forming a culture of business communication is determined. Particular attention is paid to the analysis of various contexts that involve the use of fixed expressions in business English. The article presents the views of researchers regarding the use of phraseological units in business discourse. In the course of the study various methodological approaches for more effective teaching of students were proposed and structured. The author concludes that it is reasonable to introduce various exercises to practice and consolidate the material studied into the educational process and provides examples of phraseological units widely used in English business communication. The article summarizes the author's practical experience in teaching phraseological units to students majoring in Economics and Management. The conclusion is made about the advisability of a comprehensive consideration of set expressions in the context of teaching English to students majoring in Economics.

Keywords: phraseological unit; idiom; phraseology; education; business communication; business discourse; student