

Н.В. Кузнецова

Тверской государственной университет, магистрант

Научный руководитель: д.фил.н. В.А. Миловидов

РЕЧЕВАЯ ИДИОМАТИЗАЦИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ НА АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Современный мир стремительно изменяется, что находит своё актуальное отражение в языке. Культурные и экономические взаимоотношения связывают воедино все страны мира. Бизнес оказывает все возрастающее влияние на развитие интернациональных отношений, что, безусловно, выходит за рамки одной страны и приводит к необходимости межнациональных контактов в данной области.

Несмотря на различия в ценностных ориентирах каждого из существующих в данное время народов, намечается тенденция к упрочнению выгодных взаимоотношения. Коммуникация в сфере бизнеса, таким образом, усиливает межнациональные связи и вследствие этого становится важнейшим социокультурным фактором современности.

Язык является основным «орудием» коммуникации между бизнес-компаниями, относящимся к разным культурам. Однако языки могут значительно отличаться друг от друга по своему строю. Кроме того, определенная сфера коммуникации формирует свои нормы и правила использования языковых средств.

З. И. Гурьева видит различия между языками, обусловленных различием культур, прежде всего как в лексике в целом, так и во фразеологии [Гурьева 2003: 174].

Изучение фразеологических единиц (ФЕ) как языковых единиц, наиболее ярко отражающих национальные особенности культуры народа-носителя языка, представляется важным в связи со стремлением к адекватному взаимопониманию на фоне развивающихся контактов в сфере бизнеса. Фразеологические единицы как весьма эффективный инструмент общения, с одной стороны, способствуют оптимизации коммуникации, так как, кроме способности к передаче предметно-логической информации, имеют сильный потенциал эмоционального воздействия. С другой стороны, в силу асимметрии фразеологических систем ФЕ трудно передаются перекодировке, переводу как инструменту достижения взаимопонимания.

Фразеологическая единица – сложное явление с множеством характеристик. По этой причине их нужно выделить и структурировать. Существует большое количество различных классификаций, составленных разными учеными и основанных на разных принципах.

Согласно предложенной А. В. Куниным классификации, ФЕ образуют две основные группы в соответствии с характером их функционирования в речи. Номинативные единицы называют предметы, явления, свойства и могут иметь различную структуру (a bitter pill to swallow; a wolf in sheep's clothing; a cock-and-bull story; to stir up a hornets' nest; much cry and little wool; to call a spade a spade; etc.). Номинативно-коммуникативные ФЕ осуществляют функции усиления речи и часто бывают, близки к междометиям, несмотря на разнообразие структурных типов (as hell; birds of a feather; this cat won't jump; the fat's in the fire; etc.) [Кунин 1974: 86].

Фразеологический фонд языка можно представить в виде семантической структуры, имеющей собственное ядро и периферию. В.В. Виноградов в своём определении противопоставляет ФЕ свободным словосочетаниям. Он считает, что ФЕ являются «устойчивые словесные комплексы, противопоставленные свободным синтаксическим сочетаниям как готовые языковые образования, не создаваемые, а лишь воспроизводимые в речи» [Виноградов 1977: 112]. Виноградов называет такие единицы фразеологическими сращениями [Виноградов 1977: 124]; в англистике был принят термин, предложенный Н. Н. Амосовой, — идиомы (mare's nest — nonsense; spill the beans — reveal a secret). По терминологии В. В. Виноградова, фразеологические единицы, которые сохраняют прямое значение одного из компонентов — это фразеологические единства; согласно терминологии Н. Н. Амосовой — фраземы (husband's tea — very weak tea; dressed up to the nines — dressed to perfection) [Амосова 1978: 68].

Понимание фразеологических единиц и толкование значения данных устойчивых сочетаний невозможны без анализа их семантической структуры, знания их семантических особенностей и признаков.

Известно, что для понимания значения языковой единицы необходимо осознание её позиции в соответствующем поле, а также позиции других единиц, входящих в данное поле. Для более полного понимания семантики исследуемых в настоящей работе фразеологических единиц их, по нашему мнению, следует объединить в соответствующие семантические поля.

Предметом исследования в теории поля в современной лингвистике являются группы языковых единиц. Данные группы могут объединиться на основе общности выражаемого ими значения, т.е. семантический принцип объединения, либо на основе общности выполняемых ими функций, или функциональный принцип.

Рассматривая фразеологический состав лексики английского и русского языка, примем, вслед за В.А. Пономаренко, в качестве основного понятие «фразео-семантическое поле» (ФСП), синонимом является «поле фразеологических единиц» (ПФЕ). Номенклатура единиц, формирующих

эти поля в разных языках, помогла бы переводчику преодолевать трудности, сопряженные с переводом ФЕ, оптимизировала бы как процесс перевода, так и саму бизнес-коммуникацию.

Исследуемые нами фразеологические единицы английского и русского языка были распределены по четырём основным ФСП: ФСП, объединённое на основе общего понятия «бизнес и управление», ФСП, объединённое на основе общего понятия «финансовые отношения», ФСП, объединённое на основе общего понятия «покупка и продажа», ФСП, объединённое на основе общего понятия «экономические отношения» [Пономаренко 2007: 93].

Фразео-семантическое поле ФЕ, объединённых понятием «бизнес и управление»:

- buck the trend – достичь успеха в своём деле, в то время как у других компаний дела идут плохо;

“Britain will buck the global recessionary trend next year with growth of around 1.1. pc” [Longman Business English Dictionary 2007: 61].

«В следующем году Великобритания преодолеет всемирную (глобальную) тенденцию к спаду производства, достигнув процентного роста в 1,1 %»

- climb to the top of the career ladder – высоко подняться по служебной лестнице, т.е. достичь самых высоких ступеней в должностной иерархии;

“A quick climb to the top can be trying—and not everyone wants to make the trek in a conventional way” [Longman Business English Dictionary 2007: 78].

«Быстрый подъём по карьерной лестнице может быть изнурительным – и не все хотят пройти эту тропу традиционным способом».

- head-hunting – поиск квалифицированных специалистов с целью найма на работу;

“The president of the company sent a committee to the colleges and universities to do some head-hunting – we hope he finds some young talent” [Longman Business English Dictionary 2007: 86].

«Президент компании послал в университеты комиссию для отбора людей на работу – надеемся он найдёт молодые таланты».

Фразео-семантическое поле, объединённое понятием «финансовые отношения»:

- cash cow – «денежная корова»: надёжный источник денег; удачное инвестирование; бизнес (или продукт известной торговой марки), дающий непрерывный приток денег; доходная компания;

“Apple TV is a huge cash cow, which is why Apple is in no rush to make

it better” [Ferguson].

«Телевизоры компании Apple являются надёжным источником денег, и именно поэтому данная компания не спешит их улучшать».

- keep books / accounts – вести счета;

“There have been 978 murders since 1993, when the state began to keep account of victims of femicide, according to Juarez daily El Diario” [Ferguson].

«По словам Хуарес из еженедельной газеты “El Dario” государство стало вести подсчёт убитых женщин начиная с 1993г., всего произошло 978 убийств».

- marry money – жениться на богатой, выйти замуж за богатого;

“I would describe Kerry as someone who used celebrity to marry money, similar to what Elen Barkin did” [Ferguson].

«Я бы описала Керри, как девушку, которая воспользовалась своим статусом знаменитости, чтобы выйти замуж за богатого».

Фразео-семантическое поле, объединённое понятием «покупка и продажа»:

- bargain price / bargain-basement price – (очень) низкая цена (стоимость), выгодная покупателю;

“Consumers want top quality pants, but they want them at bargain prices” [Longman Business English Dictionary 2007: 54].

«Потребителям нужны краски высокого качества, но покупать их они желают по низким ценам».

- buy a pig in a poke / bag – купить «кота в мешке», провести сделку или бартер вслепую;

“House purchasers must satisfy themselves through legal advisers or surveyors that they are not buying a pig in a poke” [Longman Business English Dictionary 2007: 62].

«Покупатели домов должны обратиться к консультантам по правовым и земельным вопросам, чтобы убедиться в том, что не покупают «кота в мешке».

- be out of pocket – быть в убытке, поистратиться, потерять, прогадать;

“If you pick elite Stanford, for instance, you'll be out of pocket an average of \$225,000 in tuition and the salary you would have made during the two years in school” [Fletcher].

«Если вы, например, выбираете престижный Стэнфорд, то в среднем потеряете 225,000\$ на обучение и зарплату, которую бы получили за эти два года учёбы».

Фразео-семантическое поле, объединённое понятием «экономические и производственные отношения»:

- iron out – договориться, достичь соглашения; улаживать, сглаживать;

“We iron out our disagreements” [Литвинова 1984: 216].

«Мы уладили наш спор».

- beat (flog) a dead horse – заниматься бесполезным делом, зря тратить силы, попусту стараться; стремиться оживить угасший разговор, пропавший интерес к чему-л.;

“Most Americans aren’t financially prepared to retire. To cite the data yet again is to beat a dead horse” [Fletcher].

«Большинство американцев не могут по финансовым причинам уйти на пенсию. Но отсрочивание выхода на пенсию является бессмысленным делом».

- back pedal (over) – пойти на попятую;

“Even former Homeland Security chief Tom Ridge was forced to back-pedal over the TIPS organization, saying, “The last thing we want is Americans spying on Americans.” [Fletcher].

«Даже бывший начальник национальной безопасности Том Ридж был вынужден пойти на попятую от организации “TIPS” телефонной службы корпорации Intel, сообщив: «В последнюю очередь мы хотим, чтобы американцы следили за американцами».

В своем исследовании мы выяснили, что в английском языке преобладает поле «бизнес и управление» (30%) и «экономические отношения» (30%). ФСП «финансовые отношения» составили 20%, поле «покупка и продажа» также составили 20%.

При анализе ФЕ русского языка чаще всего встречались единицы, относящиеся к ФСП «бизнес и управление» (30%) и «экономические отношения» (30%). ФСП «финансовые отношения» (20%) и «покупка и продажа» 20%. Таким образом, несмотря на всю специфику английских и русских ФЕ, между соответствующими ФСП в этих языках установилась определенная симметрия.

Проведённый нами анализ практического языкового материала демонстрирует то, что деловой язык достаточно метафоричен и идиоматичен в силу характеризующих его индивидуальных показателей, к которым мы относим эмоциональный, а, следовательно, и индивидуально-человеческий фактор. Исчисление ФЕ, а также составление двуязычных словарей ФЕ, применяемых в бизнес-коммуникации могло бы улучшить процессы, протекающие в данной области. Универсальность ФЕ сферы делового общения есть результат и доказательство взаимопроникновения языков и культур, хотя в целом ФЕ обладают культурно-национальной спецификой, добавляя экспрессивность деловому дискурсу и позволяют экономить время за счет семантической плотности.

ЛИТЕРАТУРА

Ferguson T. W. Who's mentoring whom? / T. W. Ferguson // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.com/forbes/1997/0519/5910252a.html> (дата обращения: 27.01.2019).

Fletcher A. M. Congressional leaders hammer out deal to allow pension plans to cut retiree benefits / A. M. Fletcher // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.washingtonpost.com/business/economy/congressional-leaders.html> (дата обращения: 27.01.2019).

Longman Business English Dictionary (2 edition) / Pearson Education Limited – London, 2007. 594 p.

Алехина А.И. Идиоматика современного английского языка. Мн.: Вышш. школа, 1982. 279 с.

Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. Л.: ЛГУ, 1978. 208с.

Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: Избранные труды. М.: Наука, 1977. 312с.

Виноградов В.В. Современный русский язык. М.: Учпедгиз, 1938. 24 с.

Гурьева З.И. Речевая коммуникация в сфере бизнеса: к созданию интегративной теории (На материале текстов на русском и английском языках): дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2003. 146 с.

Кунин А.В. Английская фразеология (теоретический курс) М.: Высшая школа, 1974. 268 с.

Леонович О.А. Идиомы английского языка: учеб. пособие / ред. А. Ф. Артёмова. М.: Вышш. Шк., 2004. 199 с.

Литвинова. М.Д., Кунин. А. В Англо-русский фразеологический словарь (АРФС). М.: Рус. Яз., 1984. 644 с.

Пономаренко, В. А, Фразеологические единицы в деловом дискурсе (на материале английского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. 213 с.

Сергеева В. С. Бизнес-словарь: англо-русский и русско-английский. М.: ЮНВЕС, 2003. 678 с.