

## СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

***Н. А. Ирисмамбетова***

*кандидат филологических наук, доцент*

*Самарский филиал Московского городского педагогического университета*

*Самара, Россия*

*irismambetova@mgpu.ru*

Данная статья посвящена исследованию специфики употребления фразеологических единиц и особенностей их перевода в английском языке в сфере делового общения. Цель работы состоит в выявлении особенностей употребления фразеологизмов в профессиональной речи, особенностей перевода при деловой коммуникации, сравнительно-сопоставительный анализ их использования в английском и русском языках, в определении места их использования и их роли в установлении и поддержании речевого контакта. Достижение вышеуказанной цели предполагает рассмотрение способов перевода ФЕ на русский язык; установление наиболее продуктивных способов перевода ФЕ на основе статей бизнес-изданий. Основным исследовательским методом в работе является сопоставительный. Наряду с ним использовались приемы описательного метода: а) контекстуального анализа; б) наблюдения, обобщения и классификация анализируемого материала; в) количественных подсчетов. Статья вносит вклад в коммуникативно-функциональное описание речевой деятельности, уточняет социолингвистические аспекты общения в деловой сфере, материалы, результаты исследования могут быть использованы при дальнейшем изучении особенностей использования фразеологических единиц в английском языке, в практических курсах по лингвокультурологии и межкультурной коммуникации, а также в переводческой практике.

**Ключевые слова:** фразеологические единицы, деловое общение, перевод, эквивалент, аналог, калькирование, описательный перевод, комбинированный перевод.

## THE SPECIFICS OF THE FUNCTIONING OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN BUSINESS DISCOURSE

***N. A. Irismambetova***

*PhD in Philology, Associate Professor*

*Samara Branch of Moscow City University*

*Samara, Russian Federation*

*irismambetova@mgpu.ru*

This article is devoted to the study of the phraseological units use specifics and the features of their translation in English in the field of business communication. The purpose of the work is to identify the features of the use of phraseologisms in professional speech, the features of translation in business communication, a relatively comparative analysis of their use in English and Russian, as well as in determining the place of their use and their role in establishing and maintaining speech contact. Achieving the goal involves considering ways of translating FE into Russian; establishing the most productive ways of translating FE based on business articles. The main research method in the work is comparative. Along with it, the techniques of the descriptive method were used: a) contextual analysis; b) observations, generalizations and classification of the analysed material; c) quantitative calculations. The article contributes to the communicative-functional description of speech activities, clarifies the sociolinguistic aspects of communication in the business sphere, materials and research results can be used in further studying the features of the use of phraseological units in English, in practical courses in linguoculturology and intercultural communication, as well as in translation practice.

**Keywords:** phraseological units, business communication, translation, equivalent, analogue, translation loanword, descriptive translation, combined translation.

Современный мир быстро меняется, что находит своё актуальное отражение и в языке. Культурные и экономические отношения связывают все страны мира. Бизнес оказывает все возрастающее влияние на развитие международных отношений, что, естественно, выходит за рамки одной страны и приводит к необходимости межнациональных контактов в этой области.

Несмотря на различия в ценностных ориентирах каждого из существующих в данное время национальных сообществ, намечается тенденция к упрочению взаимовыгодных отношений. Коммуникация в сфере бизнеса, таким образом, укрепляет межнациональные связи и в результате этого становится важнейшим социокультурным фактором современности.

Изучение фразеологических единиц (ФЕ) как языковых единиц, наиболее ярко отражающих национальные особенности культуры народа – носителя языка, представляется важным в связи со стремлением к адекватному пониманию ментальности представителей данного народа на фоне развивающихся контактов в сфере бизнеса.

Материалами исследования послужили научные издания авторов Ахмановой О. С.<sup>1</sup>, Балли Ш.<sup>2</sup>, Казаковой Т. А.<sup>3</sup>, Карабан В. С.<sup>4</sup>, Кунина А. В.<sup>5</sup>, Пономаренко В. А.<sup>6</sup> и др.

Практическим языковым материалом исследования являются ФЕ, функционирующие в газетных статьях экономического содержания (*The Economist*, *The Financial Times*).

Предметом нашего исследования является анализ фразеологических единиц (ФЕ) деловой сферы английского языка с точки зрения структурно-семантического, когнитивного и прагматического подходов.

Определить семантические особенности и признаки фразеологизмов можно с точки зрения теории семантических полей лексических единиц, и в частности, семантических полей ФЕ деловой лексики. Для понимания значения языковой единицы требуется осознание его 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.

В современной лингвистике для семантического поля постулируется наличие общего семантического признака, объединяющего все единицы поля и выражаемого семой с обобщённым значением (архисемой), а также наличие дифференциальных признаков (от одного и более), по которым единицы поля отличаются друг от друга.

Поле имеет особую концентрическую структуру. Максимальное сосредоточение полеобразующих признаков происходит в ядре этой структуры, по мере отдаления от него наблюдается ослабление интенсивности этих признаков или выпадение некоторых из них из набора признаков, характеризующих ядерные компоненты поля. Граница между ядром и периферией является размытой, разные поля иногда взаимопересекаются, образуя так называемые зоны постепенных переходов.

В работе определено примерное процентное содержание ФЕ, объединённых общим понятием (архисемой), в составе всего корпуса наиболее употребительных фразеологических оборотов и выражений делового английского языка.

Исследуемые нами ФЕ языка делового общения были распределены в рамках четырёх основных фразеосемантических полей (ФСР):

---

<sup>1</sup> Ахманова 2004.

<sup>2</sup> Балли 1961.

<sup>3</sup> Казакова 2008.

<sup>4</sup> Карабан, Короткая 1973.

<sup>5</sup> Кунин 2005.

<sup>6</sup> Пономаренко 2012.

– фразеосемантическое поле ФЕ, объединённых понятием «**бизнес и управление**» (30 %): *to give cold shoulder* – проявлять равнодушие, пренебрежительно обходиться (*Germany gives Huawei a cold shoulder* (Financial Times. 2020. March 27). – Германия проявляет равнодушие к Huawei. (описательный перевод) или Германия оказала холодный приём Huawei. (подбор аналога).

– фразеосемантическое поле ФЕ, объединённых понятием «**денежные отношения**» (20 %): *to catch a cold* – терять деньги, столкнуться с проблемами (*Is the London property market finally about to crack? London house prices catch a cold*. (Financial Times. 2020. March 5) – Лондонский рынок недвижимости в конечном итоге рухнет? Цены на жильё в Лондоне стремительно падают).

– фразеосемантическое поле ФЕ, объединённых понятием «**покупка и продажа**» (20 %): *Under the hammer* – с молотка, быть проданным с аукциона (*Alfred Taubman's \$500m art trove goes under the hammer* (Financial Times. 2019. November 4) – Арт-коллекция Альфреда Таубмана за 500 миллионов долларов ушла с молотка).

– фразеосемантическое поле ФЕ, объединённых понятием «**экономические и производственные отношения**» (30 %): *The law of the jungle* – ситуация, в которой люди готовы навредить другим людям, чтобы добиться успеха (*One of Tony Blair's closest foreign political allies has warned Britain and America that they may live to regret unleashing the "law of the jungle" in international relations when China becomes the dominant world power later this century* (Financial Times. 2006. May 3) – Один из ближайших внешнеполитических союзников Тони Блэра предупредил Великобританию и Америку, что они могут жить, сожалея о том, что развязали «закон джунглей» в международных отношениях, когда Китай станет доминирующей мировой державой в этом столетии).

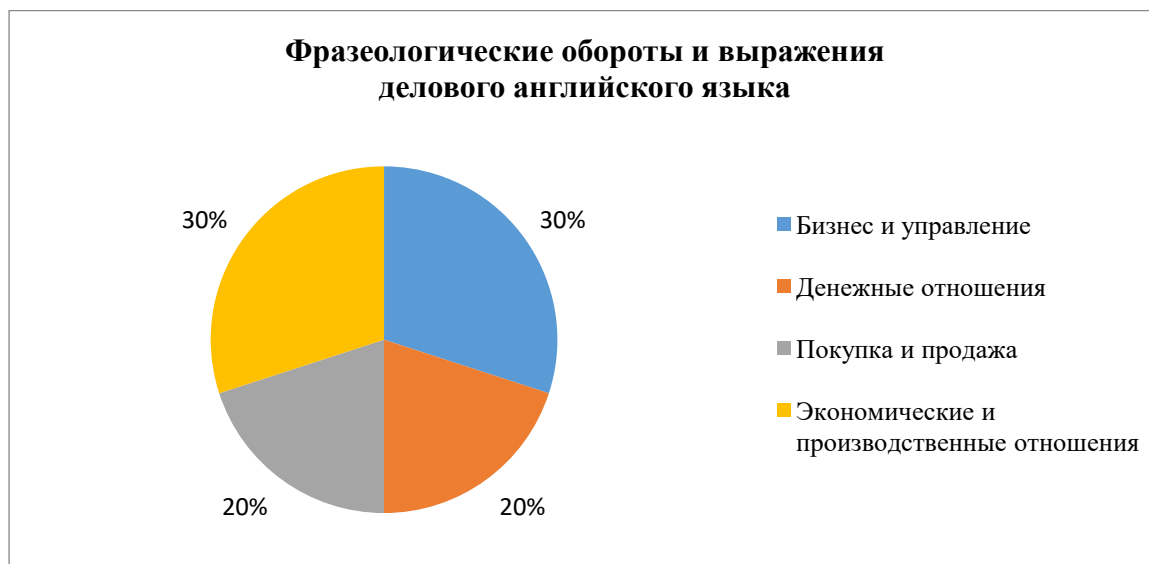


Рис. 1. Распределение ФЕ в рамках четырёх основных фразеосемантических полей (ФСП)

Одной из важных характеристик ФСП, как и семантического поля в целом считается возможность пересечения отдельных полей, приводящая к формированию так называемых переходных зон. У некоторых исследуемых нами ФЕ сложно определить принадлежность к одному отдельно взятому ФСП, часто их можно отнести к двум и более полям.

Устойчивое выражение *face value*, входящее в состав данной ФЕ, само имеет не одно значение, что даёт нам возможность отнести его как к фразеосемантическому полю ФЕ, объеди-

нённых понятием «денежные отношения», так и к фразеосемантическому полю ФЕ, объединённых понятием «покупка и продажа».

В первом случае словосочетание *face value* употребляется в значении ‘номинальная, нарицательная стоимость (монеты, банкноты, акции)’ ‘the value indicated on the face (as of a postage stamp or a stock certificate)’ (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/face%20value>):

(1) *Are EnQuest bonds, trading at half their face value, a buy for contrarian investors?* (Financial Times. 2015. January 23);

(2) *...Investors are not taking company pension liabilities at face value and adding up to 20 per cent more on to reported obligations, dragging down share...* (Financial Times. 2014. September 21);

(3) *...potential deal would involve selling the loans at a discount to their face value, exposing thousands of retail investors to losses, according to people familiar* (Financial Times. 2018. October 29).

Но намного продуктивнее употребляется данное словосочетание в составе фразеологического оборота "*take sth at face value*" в его значении «принимать что-л. за чистую монету». ‘the apparent value or significance’ (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/face%20value>). И его можно определить как относившийся к ФСП фразеологизмов, объединённых понятием «экономические и производственные отношения».

Примеры:

(1) *...investors know better than to take year end predictions from anyone at face value* (Financial Times. 2021. December 23);

(2) *...bank accepted information from the now-collapsed supply-chain finance firm “at face value”, while arguing that the British Business Bank “did not cast its...* (Financial Times. 2021. November 20);

(3) *Those who took League leader’s market-friendly language at face value left feeling burnt* (Financial Times. 2018. October 11);

(4) *‘At face value, these numbers are poor’: German retail sales slide ...in the methodology – rebasing and a change in weights – indicate that we should be extra careful, but taken at face value, these numbers are poor....* (Financial Times. 2018. April 3);

(5) *The problem with taking people at face value ...not only scientists who are wary of taking the world at face value. Poets too are wise on the subject. “You have to look...* (Financial Times. 2017. July 18);

(6) *The Fast Lane: Let’s take Bavarian dignity at face value* (Financial Times. 2015. May 15).

Таким образом, многие фразеологизмы, вне зависимости от причастности их к тому или иному ФСП, предполагают несколько значений, зачастую имеющих разную семантическую окраску. При переводе устойчивых сочетаний необходимым является признание особенностей контекста, в котором они употребляются.

Вместе с тем анализ языкового материала показывает, что словосочетание *face value* может употребляться в непрямом, переносном значении, и это переносное значение не зафиксировано еще ни в одном словаре.

Рассмотрим примеры.

(1) *Face value. What the boss looks like determines how he performs* (Economist. 2008. January 24). – Стоимость внешности вашего босса. То, как он выглядит, определяет, как он работает.

(2) *Face value: jewellery designers cheer demand for smileys. Pieces that feature the ‘symbol of happiness’ can broaden a brand’s appeal* (Financial Times. 2022. September 2). – Стоимость улыбки на лице: дизайнеры ювелирных изделий всячески стимулируют спрос на смайлики. Изделия с изображением ‘символа счастья” могут повысить привлекательность бренда.

В приведённых примерах словосочетание *face value* употреблено не в прямом, а в переносном значении. Хотя, принято считать, что язык деловой коммуникации не предполагает наличия эмоциональной лексики. Полагают, что язык делового общения буквален, а не метафоричен, что деловые люди, общаясь между собой, не используют идиоматические выражения, фразеологические обороты и другие выразительные средства языка. В свою очередь, образность речи субъекта, желающего косвенно выразить свои чувства, заставляет адресата думать логически, больше размышлять, чтобы понять смысл произнесённого. В речи деловых партнёров обнаруживается имплицитная информация, которую адресант часто заключает в общеизвестном метафорическом высказывании. Отличительной и значимой особенностью метафоры является, её способность формировать и вербализовать новые понятия в тех подсистемах языка, где установка на образность не является ведущей, в том числе в деловом дискурсе.

Анализ языкового материала показывает, что словосочетание *face value* довольно непродуктивно используется в качестве каламбура. Каламбур – фигура речи, состоящая в юмористическом (пародийном) использовании разных значений одного и того же слова или двух сходно звучащих слов<sup>7</sup>. В приведенном примере игра слов используется в качестве газетного заголовка. В каламбуре-заголовке, как в фокусе, собрано все идейное содержание статьи, выражен максимально точный замысел автора, а это, за отсутствием узкого контекста, чрезвычайно трудно передать при переводе. Понятие языковой игры объединяет в себе самые разные языковые явления, и в его рамках уточнения требует определение такого смежного приему каламбура явления, как морфологическая трансформация (контаминация). Контаминация определяется в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» следующим образом: «объединение в речевом потоке структурных элементов двух языковых единиц на базе их структурного подобия или тождества, функциональной или семантической близости»<sup>8</sup>. Контаминация предполагает одномоментную реализацию омонимичных, т. е. сходных по форме компонентов, которая, в конечном счете, вызывает определенный комический эффект. Рассмотрим пример:

*Ingram Pinn's illustration of the week: Face value Facebook's share price falls after the revelation of data leaks from 50m profiles* (Financial Times. 2018. March 23).

В приведенном примере обыгрывается усеченная форма слова *facebook* и существительное *face* в сочетании с существительным *value*. Каламбурная форма передачи мысли придаёт ей особую выразительность, эмоциональность и занимательность, усиливающие комический эффект.

Таким образом, фразеологизмы играют важную роль культурных стереотипов, являясь выражением культурных традиций и народной мудрости. Их понимание – важный аспект успешного межкультурного общения, играющего значимую роль в международном деловом сотрудничестве. В ходе исследования было замечено, что для более полного понимания семантики фразеологических единиц их следует объединить в семантические поля. Но некоторые ФЕ сложно определить принадлежность к одному отдельно взятому ФСП, часто их можно отнести к двум и более полям. Кроме того, многие фразеологизмы, вне зависимости от причастности их к тому или иному ФСП, предполагают несколько значений, зачастую имеющих разную семантическую и стилистическую окраску.

<sup>7</sup> Ахманова 2004, 183.

<sup>8</sup> Лингвистический энциклопедический словарь. URL: <http://slovar.cc/rus/lingvist/1465941.html>

### *Литература / References*

- Ахманова О. С.* Словарь лингвистических терминов. М., 2004.  
*Ahmanova O. S.* Slovar' lingvisticheskikh terminov [Dictionary of Linguistic Terms]. Moscow, 2004.
- Балли Ш.* Французская стилистика / перевод с фр. К. А. Долинина. М., 1961.  
*Balli Sh.* Frantsuzskaya stilistika [French stylistics] / Transl. from French by K. A. Dolinin. Moscow, 1961.
- Казакова Т. А.* Практические основы перевода. English ↔ Russian: учебное пособие. СПб., 2008.  
*Kazakova T. A.* Prakticheskie osnovy perevoda. English ↔ Russian [Practical Bases of Translation. English ↔ Russian]. Saint Petersburg, 2008.
- Карабан В. С., Короткая Л. Л.* Хрестоматия по введению и литературоведению. 2-е изд., доп. и перераб. Минск, 1973.  
*Karaban V. S., Korotkaya L. L.* Hrestomatiya po vvedeniyu i literaturovedeniye [Textbook on Introduction and Literary Criticism]. Minsk, 1973.
- Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 033200 (050303) Иностр. яз. 3-е изд., стер. Дубна, 2005.  
*Kunin A. V.* Kurs frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyka: ucheb. posobie dlya studentov vuzov, obuchayushchihsya po spetsial'nosti 033200 (050303) Inostr. yaz. [Course of Phraseology of Modern English: textbook. Manual for University Students Studying in the Specialty 033200 (050303) Foreign Language]. Dubna, 2005.
- Лингвистический энциклопедический словарь. URL: <http://slovar.cc/rus/lingvist/1465941.html> (дата обращения: 05.09.2022).  
Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. URL: <http://slovar.cc/rus/lingvist/1465941.html> (accessed: 05.09.2022).
- Пономаренко В. А.* Фразеология и деловой дискурс. Краснодар, 2012.  
*Ponomarenko V. A.* Frazeologiya i delovoy diskurs [Phraseology and Business Discourse]. Krasnodar, 2012.
- Шмельёва Е. С.* О понятии каламбура // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. № 19 (758). С. 110–120.  
*Shmelyova E. S.* O ponyatii kalambura [On the Concept of a Pun] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities]. 2016. No. 19 (758). P. 110–120.