

11. Landar H. Language and Culture / H. Landar. – New York : Oxford University Press, 1966. – 288 p.
12. Lovett I. After Students' Hazing-Related Deaths, Fraternity Eliminates Tradition of Pledging / Ian Lovett // The New York Times. – March 10, 2014.
13. Moore A. S. Pledge Prep / Abigail Sullivan Moore // The New York Times. – July 16, 2012.
14. Schwarz A. Sorority Anti-Rape Idea : Drinking on Own Turf / Alan Schwarz // The New York Times. – January 19, 2015.
15. Svrluga S. U-Va.'s sorority sisters ordered to stay home Saturday night for their own safety – while fraternity brothers party / Susan Svrluga // The Washington Post. – January 27, 2015.

УДК 372.881.111.1

**I. Ю. Афоніна,**

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ДІЛОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

*Стаття присвячена аналізу структурно-семантичних особливостей фразеологічної термінології ділової англійської мови. Представлено аналіз проблеми ідіоматичності у термінологічній номінації та семантико-номінативних особливостей термінів фразеологічного характеру, їх відмінностей від фразеологічних одиниць загальнолітературної мови. Розглянуто механізм формування семантики термінів-ідіом. Розглянуто концепцію фразеологізма як семантичного явища та його лексичні пласти: спеціалізовані фразеологізми, галузеві термінологічні фразеологізми, загальноживані фразеологізми. Представлено групу фразеологічних одиниць, галузеві ідіоми, які позначають поняття, що відносяться до різних професійних сфер. Розглянуто терміни-фразеологізми з точки зору їх структурної побудови: двоскладні ідіоматичні словосполучення, ідіоматичні вирази зі структурою простого речення. Представлено аналіз семантичних процесів, які призводять до формування значення термінів-ідіом. Наведено приклади метафоричних транспозицій, метонімічного переосмислення. Дж. 8.*

**Ключові слова:** фразеологічна термінологія, лексична одиниця, ідіома, семантичне переосмислення, двокомпонентні фразеологічні терміни, метафоричне переосмислення, семантичний перенос, семантична трансформація.

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ ДЕЛОВОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

*Статья посвящена анализу структурно-семантических особенностей фразеологической терминологии делового английского языка. Представлен анализ проблемы идиоматичности в терминологической номинации и семантико-номинативных особенностей терминов фразеологического характера, их отличий от фразеологических единиц общелитературного языка. Рассмотрены механизм формирования семантики терминов-идиом. Рассмотрена концепция фразеологизма как семантического явления и его лексические пласты: специализированные фразеологизмы, отраслевые терминологические фразеологизмы, общеупотребительные фразеологизмы. Представлена группа фразеологических единиц, отраслевые идиомы, которые обозначают понятия, относящиеся к различным профессиональным сферам. Рассмотрены термины-фразеологизмы с точки зрения их структурного построения: двусоставные идиоматические словосочетания, идиоматические выражения со структурой простого предложения. Представлен анализ семантических процессов, которые приводят к формированию значения терминов-идиом. Приведены примеры метафорических транспозиций, метонимического переосмысления. Ист. 8.*

**Ключевые слова:** фразеологическая терминология, лексическая единица, идиома, семантическое переосмысление, двухкомпонентные фразеологические термины, метафорическое переосмысление, семантический перенос, семантическая трансформация.

## STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF PHRASEOLOGICAL TERMINOLOGY IN BUSINESS ENGLISH

*The article is dedicated to the analysis of structural and semantic features of phraseological terms in Business English. The analysis of problems as for idiomatic issue in terminological nomination as well as semantic and nominative features of the terms of idiomatic nature, their differences from idioms of the common language has been presented. The mechanism of formation term-idioms' semantic has been shown. An idiom concept has been considered as semantic phenomenon and its lexical layers: specialized phraseologisms, phraseological branch terminology, commonly used phraseologisms. Group of phraseologisms, branch idioms denoting concepts related to various professional fields has been represented. Timing-phraseologisms considered in terms of their structural construction: two-part idiomatic phrases, idiomatic expressions with simple sentence structure. The analysis of semantic processes that lead to the formation of the meaning of terms, idioms has been considered. Examples of metaphorical transpositions, methonimic rethinking have been illustrated. Sources 8.*

**Key words:** phraseological terminology, lexical unit, idioms, semantic reconsideration, two-timing phraseology, metaphorical rethinking, semantic transfer, semantic transformation.

**Постановка проблеми.** Проблема термінологічної номінації завжди привертала пильну увагу лінгвістів, що зумовлено, з одного боку, спільністю законів утворення та функціонування лексики термінологічної та лексики загальнолітературної, а з іншого – бажанням виявити словотворну специфіку термінології.

Разом з тим недостатньо дослідницької уваги приділяється проблемі ідіоматичності у термінологічній номінації. Спостереження над конкретними терміносистемами показують, що ідіоматичність притаманна термінам більшою мірою, ніж це прийнято вважати [1, с. 5]. Вкрай актуально видається необхідність теоретичного осмислення семантичних процесів, що лежать в основі формування термінологічного значення у фразеології, виявлення семантико-номінативних особливостей термінів фразеологічного характеру та їх відмінностей від фразеологічних одиниць загальнолітературної мови.

**Аналіз наукових досліджень та публікацій.** Об'єктом нашого дослідження є терміни-фразеологізми ділової англійської мови. Лексичні одиниці подібного типу досі не були предметом спеціального лінгвістичного дослідження. Необхідність подібного дослідження видається очевидною не лише в теоретичному відношенні, оскільки сприяє подальшій розробці загальної теорії фразеологічної номінації та її приватного прояву в термінологіях. Усвідомлення механізму формування семантики термінів-ідіом має велике практичне значення, оскільки сприяє вірному «прочитанню» терміна і адекватному його перекладу, а також оптимізації процесу навчання професійній лексиці.

Необхідно відзначити, що в основу дослідження покладена концепція фразеологізма як семантичного явища, «який виник на основі цілісного образного переосмислення словесного комплексу – прототипу, який і призвів до формування

особливої мовної одиниці, що володіє, однак, цілісним переносним значенням» [4, с. 57]. До термінів-фразеологізмів ми відносимо ідіоматичні словосполучення з повним або частковим лексико-граматичним переосмисленням, що входять до його складу. Дані мовні утворення знаходяться на перетині термінології та фразеології. Виступаючи в якості мовних позначень спеціальних наукових понять і предметів професійної діяльності, терміни-фразеологізми задовольняють основним вимогам ідіоматичності в рамках фразеологічної концепції А.В. Куніна [3]. Для них характерна семантична транспозиція, стійкість, неможливість побудови за породжуючою моделлю змінного сполучення слів, відтворюваність – прояв стійкості в мові. Фразеологічні одиниці подібного типу становлять невід’ємну і необхідну частину ділової англійської мови, що підтверджується аналізом сфери фіксації (лексикографічними джерелами) і сфери функціонування лексики бізнесу (наприклад, навчальними посібниками).

**Мета статті** – визначити структурно-семантичні особливості фразеологічної термінології ділової англійської мови.

Основні матеріали дослідження, обґрунтування отриманих наукових результатів. У нашій картотеці виявилось 230 термінів-ідіом, витягнутих методом суцільної вибірки зі словників «The Penguin Dictionary of Economics» [6] і «Longman Business English Dictionary» [8], а також навчального посібника «Market Leader» [7]. Генеральним завданням дослідження є вивчення специфіки плану вираження і плану змісту фразеологічного фонду ділової англійської мови.

При вивченні термінологічних фразеологізмів з семантико-номінативної точки зору відзначаємо їх неоднорідний склад, в якому виразно виділяються наступні лексичні пласти:

- 1) спеціалізовані фразеологізми, створені виключно у сфері бізнесу для позначення специфічного поняття;
- 2) галузеві термінологічні фразеологізми, запозичені з інших професійно-лексичних систем;
- 3) загальноживані фразеологізми.

Співвідношення цих пластів у розглянутій лексичній системі нерівнозначно. Очевидно, що основу цієї системи становлять вузькоспеціальні фразеологічні одиниці, створені на базі загальноживаних слів для найменування специфічних понять і предметів розглянутої професійної галузі: **white knight** (букв. «білий лицар» – дружній інвестор, який робить нову, більш вигідну, пропозицію про поглинання компанії, вже є об’єктом спроби ворожого поглинання), **poverty trap** (букв. «капкан бідності») – дилема, часто стоїть перед сім’ями, які отримують допомогу по різним соціальним програмам), **dirty float** (букв. «брудне плавання») – курс валют, який визначається ринком, але з частковим втручанням уряду), **currency snake** (букв. «валютна змія») – зміна валютного курсу в рамках встановлених меж) та ін.

Наступну групу фразеологічних одиниць утворюють галузеві ідіоми, які позначають поняття, що відносяться до різних професійних сфер, але які також функціонують у комерційній практиці. Так, у словниковому складі сфери бізнесу представлена спортивна термінологія (**plain sailing** – букв. «рівне плавання»: легке завдання; **a level playing field** – букв. «рівне ігрове поле»: ситуація, в якій всі мають рівні шанси на успіх), військова термінологія (**to stick to your guns** – букв. «дотримуватися своєї зброї»: відстоювати свою точку зору; **to hit your targets** – букв. «влучити в ціль»: досягти мети), морська термінологія (**on an even keel** – букв. «на рівний кіль»: безперешкодна робота), професійні вирази з області азартних ігор (**to come up trumps** – букв. «вийти козирем»: показати хороші, несподівані результати; **to hit the jackpot** – букв. «зірвати банк»: досягти успіху) та ін.

У процесі запозичення фразеологізмів-деріватів можуть у деяких випадках зазнавати процес семантичного переосмислення, пор., напр.: **blue chip** (в області азартних ігор «блакитна фішка») – першокласна акція, купівля якої має мінімальний ризик; **to move the goalposts** (в спортивній сфері «рухати ворота») – міняти цілі і рішення.

Далі йдуть загальноживані фразеологізми, що входять в основний словниковий фонд мови, які функціонують у сфері бізнесу, як правило, не зазнаючи додаткових семантичних перетворень (**white elephant** – букв. «білий слон»: обтяжливе майно; **red tape** – букв. «червона стрічка»: бюрократія та ін.).

Гетерогенність термінологічних фразеологізмів в семантико-понятійному відношенні, на нашу думку, – риса не випадкова. Вона обумовлена особливим характером взаємодії лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, що визначають розвиток і функціонування лексики бізнесу. З одного боку, основний лексичний фонд в порівнянні з кількістю понять, що існують у вузькоспеціальної сфері, надзвичайно обмежений і часто фразеологізму, вже закріпленому за певним поняттям, присвоюється нове, «спеціальне» значення. З іншого боку, специфіка бізнесу як самостійної професійної діяльності характеризується незамкнутим, відкритим характером, прилученням до неї дуже широкого кола людей різного віку і професій, тісним зв’язком з різними галузями практичної діяльності, а також наявністю ряду подібних характеристик із зазначеними раніше професійними сферами: високим ступенем ризику, азарту, конкуренцією, жорсткими правилами поведінки.

У структурному плані відзначається перевага двокомпонентних фразеологічних термінів (*pump priming, window dressing, sinking fund, карпет bomb, back door, bear run, white knight, concert party, bottom fisher, milk round* та ін.). Терміни-фразеологізми характеризуються різноманітністю своєї структурної побудови. Двоскладні ідіоматичні терміни утворені в основному за субстантивною синтаксичною моделлю N + N (*bear hug, bottom fisher, concert party, dawn raid, milk round, poison pill, safety net* і ін.) та атрибутивною моделлю Adj + N (*back door, blue book, blind call, fat cat, green shoots, random walk, red ink, naked writer* та ін.). Крім того, зустрічаються дієслівні конструкції V + (prep) + N (*lose ground, come under the hammer* та ін.) та нечисленні адвербіальні поєднання Adv + N (*below the line, across the board*).

Серед трикомпонентних словосполучень найбільшого поширення отримують дієслівні конструкції з компонентами різної частино-мовленнєвої належності (*control the purse strings, talk at cross purposes, get straight to the point, fight a running battle* та ін.). Далі за ознакою згасання частотності йдуть субстантивні сполучникові конструкції N + and + N (*cap and collar, wheeling and dealing, rank and file, leads and lags, mover and shaker, naming and shaming*) та атрибутивні моделі (*dead cat bounce, blue chip company, single tax party*). Найменш поширеними є безприменникові та безсполучникові конструкції субстантивного типу N + N + N (*life boat operation*).

Аналіз синтаксичної структури дозволив виявити ідіоматичні вирази зі структурою простого речення: *the axe falls, the bubble bursts, bad money drives out good*.

Далі розглянемо семантичні процеси, які призводять до формування значення термінів-ідіом. Одним з найпоширеніших механізмів створення фразеологічних термінів є метафоричне переосмислення загальноживаних слів, що входять до складу фразеологічної одиниці, на основі функціональної подібності, релевантної для сутнісної характеристики позначуваного поняття. Однак при співвіднесенні переносних значень що входять до складу фразеологізму одиниць з їх прямими, термінологічними значеннями ми відзначаємо неоднорідний пласт лексичних утворень, побудованих на даній мотиваційно-семантичній основі. Серед них виділяються мотивовані фразеологізми, що зберігають достатньо прозору внутрішню форму, що не дозволяє сприймати їх в повному відриві від слів і понять, які послужили основою для перенесення. Розглянемо як приклад термін **cash cow** – букв. «грошова корова»: продукт, що користується попитом, тобто

приносить дохід. Перенесення назви з денотата загальноовживаного визначаємого слова *cow* на денотат терміна *cash cow* заснований на схожості дій. Загальним для обох дій, тобто їх семантичним інваріантом, є «те, що приносить щось приємне». Значення прототипу *cow* конкретно, а значення фразеологізму абстрактно, оскільки відноситься до різних об'єктів, здатним приносити прибуток.

Аналогічний семантичний перенос спостерігаємо в терміні **invisible hand** (букв. «невидима рука» – ринковий механізм, що здійснює регулювання господарства в умовах вільної конкуренції з теорії Адама Сміта). В даному випадку при формуванні переосмисленого термінологічного значення актуалізується одна з сем, що входять в структуру прямого номінативного значення, а саме асоціативна сема базового денотата: «те, що контролює, тримає у своїй владі».

Функціональна схожість лежить в основі семантичних трансформацій

і в ряді інших термінів: **lifeboat operation** (букв. операція «рятувальний човен» – операція з порятунку близьких до банкрутства компаній), **captain of industry** (букв. «капітан промисловості» – директор компанії), **credit freeze** (букв. «заморожування кредиту» – припинення видачі позик) та ін. Як бачимо, ступінь ідіоматизації в наведених тут і вище прикладах незначна, що обумовлено, на наш погляд, використанням одного з компонентів у його прямому значенні: *cash, invisible, operation, industry, credit*. У досліджуваному матеріалі близько 70% термінів-фразеологізмів являють собою словосполучення з частковим переосмисленням компонентного складу.

Наступну групу представляють терміни-фразеологізми, побудовані на аналогічній метафоричній основі, які однак володіють «затемненою» внутрішньою формою. Відновлення мотивації таких одиниць представляється утрудненою. Наведені нижче приклади ілюструють це положення: **poison pill** (букв. «отруєна пігулка» – будь-які методи боротьби з ворожим поглинанням компанії), **golden parachute** (букв. «золотий парашут» – велика грошова компенсація, видана керівнику вищої ланки корпорації при виході на пенсію або при звільненні), **carpet bomb** (букв. «бомбити по килиму» – посилати рекламний матеріал великій кількості людей в районі), **milk round** (букв. «об'їзд розвізником молока» – щорічне відвідування університетів працівниками відділів кадрів великих компаній, що підбирають для своїх фірм випускників) та ін. В термінологічному відношенні одиниці подібного типу не можуть бути розділені на складові частини. У структурі цих словосполучень немає термінологічно самостійних компонентів або слів, використовуваних в їх прямому значенні. Створення термінологічних комплексів з переосмисленням слів-компонентів є більш рідкісним випадком фразеологічної номінації в термінології, що обумовлено підвищеним ступенем семантичної абстрактності і видаленням від денотата.

Ряд термінів-фразеологізмів являють собою метафоричні транспозиції на основі зовнішньої схожості: **crown jewels** (букв. «коштовності корони») – найбільш привабливі складові частини корпорації), **roller coaster** (букв. атракціон «гірки») – підвищення і зниження цін акцій, валюти тощо протягом короткого періоду часу). Вважається, що такі терміни характеризуються підвищеною образністю, яка, на наш погляд, усвідомлюється тільки в плані діахронії. У синхронному ж аспекті показання терміни являють собою стерті метафори, що втратили свою початкову виразність внаслідок частого вживання в професійній сфері. Розглянуті лексичні одиниці є єдиними позначеннями спеціальних понять, які виконують не емоційно експресивну функцію, характерну для фразеологічних одиниць загальнолітературної мови, але номінативно-дефінітивну. Показово, що розглянуті нами терміни в спеціалізованих галузевих словниках не укладаються в лапки і не супроводжуються стилістичними позначками, що вказує на їх конотації і обмеження у сфері застосування, а це вже свідчить про повноправний термінологічний статус подібних одиниць. Крім того, ряд термінів подібного походження демонструє широкі комбінаторні можливості, що виражаються в участі при побудові багатоконпонентних словосполучень: *blue chip stock, blue chip company, crown jewels defense*. Наведені приклади свідчать про стійкі традиції вживання даних метафоричних термінів, які втратили свою етимологічну образність в мовленні фахівців розглянутої професійної сфери.

Метафоричні переноси демонструють наступні категорії загальноовживаної лексики: зооніми (**shark repellent** – букв. «відлякувач акул»: заходи щодо захисту компанії від недружного поглинання); **dead cat bounce** – букв. «стрибок дохлого кішки»: різке зростання ціни фінансового активу після періоду її істотного зниження), найменування професій (**bottom fisher** – букв. «рибалка на дні»: інвестор, що купує ті цінні папери, курс яких досяг «дна»); **category killer** – букв. «категоріальний вбивця»: дешевий спеціалізований магазин, що торгує товарами тільки однієї групи за зниженими цінами, витісняючи конкурентів), найменування одягу (**cap and collar** – букв. «кепка і комір»: умова кредиту з плаваючою процентною ставкою, за яким вона не може перевищити певного максимуму і опуститися нижче обумовленого мінімуму).

Метонімічні переосмислення представлені в нашому матеріалі в основному в найменуваннях днів тижня (**Marlboro Friday** – 2 квітня 1993 р. – день, коли ціна сигарет Мальборо була знижена з метою збільшити їх продаж; **Black Monday** – 19 жовтня 1987р. – день фінансової кризи на світовому фондовому ринку; **Black Thursday** – 24 жовтня 1929р. – день, коли відбулося різке падіння курсу акцій на Уолл-стріт) і колірних позначеннях (**red ink** – фінансова заборгованість; **green audit** – перевірка впливу діяльності компанії на навколишнє середовище; **white-collar worker** – «білий комірць» – людина, що працює в офісі; **blue-collar worker** – «синій комірць» – виробничий робітник).

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1) Особливий характер взаємодії лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів зумовив різноспрямовану, трикомпонентну структуру фразеологічного фонду сфери бізнесу в семантико-номінативному плані.

2) Структурні особливості термінів-фразеологізмів демонструють тенденцію до формування двокомпонентних словосполучень за поширеною загальномовною субстантивною і атрибутивною моделлю.

3) У семантико-мотиваційному аспекті відзначається перевага метафорично похідних термінів-фразеологізмів, побудованих на основі взаємної функціональної схожості.

#### Література:

1. Банкова О. К. Терминологическое значение в английской фразеологии (проблемы формирования и функционирования). АКД / О. К. Банкова. – М. : Просвещение, 1989. – 196 с.
2. Гвоздарев Ю. А. Основы фразеобразования / Ю. А. Гвоздарев. – Ростов н/Д, 1987. – 203 с.
3. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунину – М. : Смысл, 1996. – 245 с.
4. Сологуб Ю. П. Контрастивная фразеология / Ю. П. Сологуб // Филологические науки. – 1998. – № 4. – С. 12–16.
5. Шейнин И. Р. Роль идиоматики в терминологической номинации. АКД / И. Р. Шейнин – М. : Просвещение, 1999. – 167 с.
6. Bannock, Graham. The Penguin Dictionary of Economics. 1987.
7. Cotton, David; Falvey, David; Kent, Simon. Market Leader. Upper Intermediate. Pearson Education Limited, 2001.
8. Longman Business English Dictionary. – 2004.