

УДК 811.111-26

Андрійчук Марина,*Національний університет «Острозька академія»
(м. Острог, Україна)***АНГЛІЙСЬКА ФРАЗЕОЛОГІЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ
(НА МАТЕРІАЛІ ОНЛАЙН-ВИДАННЯ FINANCIAL TIMES 2016)**

*Тези присвячено дослідженню фразеології ділового спілкування. Головну увагу зосереджено на вивченні семантичного поля фразеологізмів (ФО) ділового мовлення та його класифікацій на матеріалі онлайн-видання *Financial Times* 2016. У дослідженні проаналізовано комунікативно-експресивну функцію ФО та їхню роль у відображенні англомовного ділового соціуму в мовленні.*

Ключові слова: *фразеологія, фразеологічна одиниця (ФО), ділове спілкування, ділове мовлення, емоційна насиченість, універсальність, семантичне поле.*

*Тезисы посвящены исследованию фразеологии делового общения. Главное внимание сосредоточено на изучении семантического поля фразеологизмов (ФЕ) деловой речи и его классификаций на материале онлайн-издания *Financial Times* 2016. В исследовании проанализированы коммуникативно-экспрессивная функция ФЕ и их роль в отражении англоязычного делового социума в речи.*

Ключевые слова: *фразеология, фразеологизм, фразеологическая единица (ФЕ) деловое общение, деловая речь, эмоциональная насыщенность, универсальность, семантическое поле.*

The research investigates the phraseology of business communication. The main focus is made on the study of the semantic field of phraseology of business language and its classifications. It is also analyzed the communicative and expressive function of phraseological units and their role in reflecting of the problems of the society in the business English speech.

Key words: *phraseology, idiom, phraseological unit, business communication, business language, emotional richness, versatility, semantic field.*

Фразеологія – багатий простір для досліджень. Світ фразеології сучасної англійської мови є надзвичайно великим, і кожен аспект його дослідження, безумовно, заслуговує уваги. За тисячі років історії англійської мови в ній утворилась велика кількість висловів, які вважали вдалими і влучними. Розробкою різних питань фразеології займалися як вітчизняні, так і зарубіжні мовознавці (В. Гак, Ф. Медведєв, Г. Крайчинська [2], А. Архангельська, С. Скорупка, А. Левицький та ін.). Так і виник особливий пласт мови – фразеологія, тобто сукупність усталених стійких, цілісних за складом і лексичним значенням висловів [3].

Мову ділового спілкування вважають досить консервативною й незмінною порівняно з іншими сферами мови. Однак останнім часом панує тенденція наближення тексту до читача задля кращого розуміння думки й привертання уваги, тобто відбуваються зміни лексичного складу в тому числі. Саме тому детальний розгляд окремих фразеологізмів ділового спілкування дозволить узагальнити лексико-стилістичну картину політико-ділових видань, зокрема *Financial Times* 2016. Неправильно вважати, що англійська фразеологія ділового спілкування позбавлена колоритності й багатогранності фразеологізмів. Навпаки, в англійську мову ділового спілкування увійшло багато унікальних фразеологічних одиниць (надалі ФО), пов'язаних саме з людиною в діловому світі, з різноманітними видами її діяльності, дій та ситуацій у різних сферах ділового спілкування [1].

Під час розробки практичної частини роботи було досліджено більше 2000 ФО, які використано в статтях онлайн-видання *Financial Times* 2016. Задля полегшення аналізу обрані англійські фразеологізми ділового спілкування було поділені на чотири групи:

- 1) англійські фразеологізми ділового спілкування на позначення понять «гроші, достаток»;
- 2) англійські фразеологізми ділового спілкування на позначення поняття «особа в діловому світі»;

3) англійські фразеологізми ділового спілкування на позначення поняття «політична ситуація»;

4) англійські фразеологізми ділового спілкування на позначення поняття «ділові стосунки».

До групи англійських фразеологізмів ділового спілкування на позначення понять «гроші, достаток» ми умовно відносимо ФО, які характеризують валюту; валютні процеси; матеріальний стан; дії та предмети, пов'язані з виготовленням, отриманням та переведенням коштів; відношення особи до грошей; дії, спрямовані на досягнення певного матеріально-грошового й кар'єрного статусу та інше. Наприклад, однією з інноваційних ФО в цій категорії можна назвати *monopoly money*. ФО застосовується у ситуації, коли монополія є торговою маркою гри, у якій ви купуєте нерухомість, використовуючи несправжні гроші. А отже *monopoly money* – це гроші, які мають малу цінність, або ж взагалі її не мають. Гра набула популярності протягом останніх десятиліть, а разом із цим у вжиток увійшла й ідіома. Говорячи мовою економіки, *monopoly money* – це гроші, які швидко знецінюються через гіперінфляцію [3].

Семантична група фразеологізмів на позначення поняття «особа в діловому світі» є досить кількісною, адже, незважаючи на офіційність сфери, людський фактор залишається. Наприклад: *an angel investor*, що означає «особа, яка інвестує компанію на ранніх фазах її розвитку», як от у такому реченні: *Ms. Masolova has co-founded 11 online ventures and is an active angel investor*. Вперше фразу було використано для опису багатих покровителів Бродвею, які тримали п'єси на сцені, незважаючи на відсутність прибутку [3; 4].

Англійські ФО ділового спілкування на позначення поняття «політична ситуація» репрезентують цілісну політичну картину світу. Їх семантика пов'язана з аргументуванням, точним і систематичним викладом політичних проблем з метою їх опису, з визначенням й поясненням явищ політично-суспільного життя, з передаванням знань щодо політичної ситуації, з ґрунтовним узагальненням політичного стану справ та інше. До прикладу ФО *a fourth estate* використовують для опису ЗМІ, особливо друко-

ваних медіа, коли говорять про очевидну потужну пропагандистські цілі або слабку здатність висвітлювати політичні питання. У статтях онлайн-видання *Financial Times* 2016 такий фразеологізм вживають у такому контексті: *None of our political writers ... takes notice of any more than three estates, namely, Kings, Lords, and Commons ... passing by in silence that very large and powerful body which form the fourth estate in this community ...* Походження ідіоми можна прослідкувати принаймні до Томаса Карлайла в першій половині XIX століття [3; 4].

Група фразеологізмів ділового спілкування на позначення поняття «ділові стосунки» містить у собі ФО (межі між групами різних семантичних полів є нечіткими), які можуть вживати для позначення якості, типу, виду та характеру міжособистісних приватних та офіційно-юридичних відносин. Наприклад: фразеологізм *to twist someone's arm* перекладають як «змусити або переконати когось». ФО вживають у такому контексті: *It tried to twist its arm to pay an «inexplicable» penalty and to make public admissions*. Здебільшого цей фразеологізм використовують у жартівливому контексті. У широкому вжитку з середини 1900-х років [3; 4].

Отже, як бачимо, фразеологізми ділового спілкування є невід'ємною частиною лексичного запасу ділового спілкування і слугують для позначення різноманітних явищ, осіб, процесів і стосунків, інколи вони набувають лаконічності й стилістичної стриманості. За таких умов можлива зміна відтінка семантичного значення. Крім того, серед досліджуваних фразеологізмів ділового спілкування є й такі, вживання яких на офіційному рівні є прийнятним і поширеним (*to make headway, at a premium, in arrears, out-of-pocket*). Опрацювавши фразеологічний матеріал бізнес-мовлення на прикладі онлайн-видання *Financial Times* 2016, можна зробити висновок, що ФО ділового спілкування можуть вживатися практично в будь-яких його проявах, тобто очевидна універсальність фразеологізмів як лексичного засобу. Окрім того, ФО привертають увагу респондента, «оживлюють» мову і спрощують процес донесення думки, як-от у статтях онлайн-видання *Financial Times*.

Література:

1. Василюк І. М. Фразеологізми як одиниці міжмовної комунікації / І. М. Василюк // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2004. – № 17. – С. 102–105.
2. Крайчинська Г. В. Роль загальної назви металевих грошових одиниць moneta / монета у мотивації значення фразеологічних одиниць // Rossica Olomucensia. – Olomouc (Чехія), 2011. – С. 39–44.
1. Cowie. A. P. Phraseology: Theory, Analysis and Applications. Oxford / A. P. Cowie. – Oxford : Oxford University Press, 2008. – P. 38–51.
2. Ammer C. The American Heritage Dictionary of Idioms / Christian Ammer. – Boston, New York, 2007. – 729 p.
3. World business, finance, and political news from the Financial Times – FT.com [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ft.com/home/europe>

УДК 81'373.2

Мартинюк Надія,*Національний університет «Острозька академія»**(м. Острог, Україна)***ОНОМАСТИЧНА ЛЕКСИКА В КАЗЦІ «ГОБІТ»****ДЖ. Р. Р. ТОЛКІСНА**

У статті проаналізовано семантико-морфологічні особливості антропонімів і топонімів на матеріалі твору англійської художньої літератури.

Ключові слова: *топонім, антропонім, семантико-морфологічне творення слів, ономастика.*

В статье проанализировано семантико-морфологические особенности антропонимов и топонимов на материале произведения английской художественной литературы.

Ключевые слова: *топоним, антропоним, семантико-морфологическое образования слов, ономастика.*

The semantic-morphological features of anthroponyms and toponyms on the material of English literature are analyzed.

Key words: *toponym, anthroponym, semantic-morphological word building, onomastics.*

Із середини ХХ століття почала розвиватися літературно-художня ономастика як окрема галузь ономастики. Крім того, нещодавно почав розвиватися новий жанр у літературі – фентезі. У жанрі фентезі письменники створюють нові світи й простори. У мові художнього тексту ономастична лексика займає лише 3% від загальної кількості слів, проте саме власні назви несуть найбільше семантичне навантаження. Дослідження англійського ономастикону відомої повісті-казці «Гобіт» дасть змогу виявити внутрішні закономірності семантико-морфологічних особливостей організації ономастичних систем вигаданих мов Дж. Р. Р. Толкіна