

УДК 811.111'37'

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА КЛАСИФІКАЦІЯ БІЗНЕС-ВИРАЗІВ
АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Нузбан Олександра Василівна,
кандидат філологічних наук, асистент
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
м. Чернівці, Україна

У статті пропонується лексико-семантична класифікація бізнес-виразів із врахуванням їхнього функціонального аспекту. Одиницями аналізу виступають: англійські ідіоми, фразеологізми, сленгові вирази, лексичні одиниці нейтральної лексики та прислів'я. Дослідження здійснено на основі семантичного та прагматичного аналізів.

Ключові слова: бізнес-вирази, бізнес-спілкування, функціональний аспект, лексико-семантична група, понятійна сфера.

Предметом запропонованої розвідки є виявлення функціонального навантаження бізнес-виразів та систематизація їх за лексико-тематичними групами (далі ЛТГ). Відправною точкою нашого дослідження слугують ідеї Н. В. Зінукової про класифікацію бізнес-термінів за лексико-тематичними групами, а також праця Л. М. Коваль, О. А. Чаплик та С. Р. Масон, у якій було досліджено функціонування англійських бізнес-ідіом шляхом розподілу за тематичними підкласами.

Отже, метою нашого дослідження є спроба класифікувати бізнес-вирази на основі актуалізованих значень у вузьких контекстах, представлених у короткому словнику "Business English Vocabulary Builder". Словник містить лексичні одиниці різних рівнів лексики: англійські ідіоми, прислів'я, сленгові одиниці, фразові дієслова, фразеологізми та нейтральну лексику. Загальна кількість бізнес-виразів, відібраних для аналізу, складає 311 одиниць. Було здійснено семантичний аналіз з метою виявлення семантичного наповнення

досліджуваних одиниць, доповнений методом прагматичного аналізу – для з’ясування функціонального призначення бізнес-виразів. Розподіл здійснено із врахуванням саме функціонального аспекту (комунікативної мети) бізнес-виразу. Наприклад, *per talk* є промовою, яка здійснюється з метою підбадьорення та заохочення осіб працювати у команді. Відтак, вираз належить до ЛТГ “Encouraging and persuading others”.

У ході дослідження було сформовано такі ЛТГ бізнес-виразів:

1) “Money” (гроші), (12,5 %): *belt tightening* - reducing the budget when a business or government is suffering financial hardship (затягувати паски); *cash cow* – a business that brings in a steady income (дійна корова); *stinking rich* – to say in an informal and insulting way that somebody is very wealthy (гребти гроші лопатою);

2) “Assessing others” (оцінювання людей та об’єктів), (6,6 %): *bad egg* – someone who is untrustworthy, unreliable, or crooked (продажний); *diamond in the rough* – being generally of good character but imperfect in some small way (необроблений діамант);

3) “Keeping or revealing information” (збереження або розкриття інформації), (5,6 %): *backroom deal* – a decision or action that is made in secret (закулісна угода); *the cat’s out of the bag* – something that was previously a secret, becomes known by all (випустити кота з мішка);

4) “Failures and deficiencies” (невдачі та брак успіху), (5,6 %): *miss the boat* – being too slow that results in missing an opportunity (поїзд поїхав); *go down the drain* – about failed plans, actions, or processes that cannot be resolved or corrected (спустити /піти на дно);

5) “Strategies of behaviour” (стратегії поведінки), (5,2 %): *cave in* – to submit to pressure (прогинатися під когось); *hold your ground* – in a debate, means to not retreat or back down (твердо стояти на ногах);

6) “Mental activity” (розумова діяльність), (5,2 %): *blue-sky thinking* – without any limits or constraints placed on those doing the thinking and idea

generation (філософствувати над проблемою); *come to think of it* – to have a reflection upon something (лише подумай);

7) “Working on a project” (робота над проектом), (5,2 %): *test the waters* – to attempt to gauge the reaction or result of an idea before launching it completely to the target audience (закидати вудку); *fast track a project* – to allow it to skip certain steps or procedures, or complete them faster than usual (піти навпростець);

8) “Interacting with others” (співпраця між людьми), (4,9 %): *get off on the wrong foot with someone* – to begin a relationship or situation in an undesirable way (почати (стосунки) не з тієї ноги); *scratch one’s back* (із давньої поговірки “if you scratch my back, I’ll scratch yours” – рука руку миє; ти мені, а я - тобі) – suggests that a favour will be repaid from the person benefiting (виручати когось);

9) “Difficulties” (труднощі), (4,2 %): *feel the pinch* – to experience difficulty, especially of an economic sort (припікати, дослівно “відчути як щипає”); *bottleneck* – a single process within a procedure which creates difficulty for the entire outcome (стопор);

10) “Making a conversation” (ведення розмови), (3,2 %): *jump the gun* – start before you should (бігти попереду вагона; забігати наперед); *cut to the chase* – to get to the point of a conversation (перейти ближче до справи);

11) “Ending an activity”, (завершення діяльності), (2,9 %): *cash in your chips* – to refer to someone dying; to sell something for what you can get because you expect your value to fall (затягується петля); *put a lid on* – to stop it in its tracks and contain it (ставити крапку);

12) “Time period”, (часовий період), (2,9 %): *for the long haul* – to be involved in something for its duration, regardless of however long it takes (стільки потрібно буде); *the eleventh hour* – at the last moment possible or at the last opportunity available (в останній момент);

13) “Work, career” (робота і кар’єра), (2,2 %): *pink slip* – the dismissal of someone from their job or position; the term comes from using pink paper to print dismissal documents (звільнення з роботи/ посади, дослівно “рожевий

папірець”); *glass ceiling* – the intangible obstruction between a certain person or group of people and the upper level of career advancement (кар’єрний бар’єр, дослівно “скляна стеля”);

14) “Encouraging and persuading others” (заохочення та переконування), (2,2 %): *pep talk* – a speech given by a superior, with the aim to encourage their listeners to work together and do well (заохочувальне слово, бесіда); *talk somebody into something* – to convince them to do something that they were previously unwilling to do (схиляти на своє; умовляти);

15) “Wrong-doing” (неправильні дії, правопорушення), (2,2 %): *caught red-handed* – be caught in the act of doing something wrong (бути спійманим на гарячому); *pull the wool over someone’s eyes* – willfully deceive somebody by purposefully lying (замилувати очі);

16) “Having control” (вплив та контроль), (2,2 %): *corner the market* – have enough of a certain commodity in order to be able to control its price (створити монополію на ринку); *call the shots* – be in control of a situation (господар (пан, хазяїн) становища);

17) “Trends and changes” (тенденції і зміни), (1,9 %): *rock the boat* – disrupt the regular course of events and introduce new and often controversial elements (вводити нові правила); *jumping (or climbing) on the bandwagon* – start doing something that others are seen to be doing because it is popular or successful (ганятися за модою);

18) “Rules and regulations” (правила і норми), (1,9 %): *by the book* – to follow the rules and not deviate from any protocols (як книжка пише); *rule of thumb* – a generally accurate principle or guide (загальне правило).

Як засвідчують результати здійсненого аналізу, найбільшою за обсягом є ЛТГ “Money” (гроші), що складає 12,5 %. Це можна пояснити, з одного боку, досить затребуваною у бізнес-спілкуванні поняттєвою сферою “Гроші”. Крім того, ця ЛТГ є неоднорідною та містить наступні тематичні підгрупи: “pricing” (цінова політика), “payments” (платежі), “having lots of money” (бути

заможним), “having lack of money” (бути бідним), “making money” (заробіток грошей).

Наступною чисельною групою є ЛТГ “Assessing others” (оцінювання людей та об’єктів), на яку припадає 6,6 %. Вона охоплює підгрупи з позитивною, негативною та нейтральною оцінками. Як бачимо, давати оцінку людям та об’єктам предметної діяльності є досить типовим для бізнес-спілкування, відповідною є наявність мовних засобів у бізнес-лексиці.

Третє місце поділяють дві ЛТГ: “Keeping or revealing information” (збереження або розкриття інформації) та “Failures and deficiencies” (невдачі та брак успіху), складаючи 5,6% від загальної кількості одиниць аналізу. Бізнес-комунікація передбачає обіг інформації між її учасниками, а понятійна сфера “Поразка” є протилежною до сфери “Успіх”. Тобто, бізнес-спілкуванню властивий вимір крізь призму категорій “Успіх-Поразка”, причому згідно з проведеним дослідженням, бізнес-тезаурус англійської мови робить більший акцент на мовному вираженні останньої.

Отже, у результаті дослідження було виявлено 18 ЛТГ, які відображають важливість відповідних понятійних сфер у бізнес-спілкуванні англійською мовою. Акцентування на функціональній стороні бізнес-виразів є необхідним у зв’язку з прагматичними характеристиками бізнес-комунікації та врахуванням відповідної комунікативної мети слів та повідомлень.

Список літератури:

1. Зінукова Н. В. Лінгвістичні особливості змісту текстів англійської ділової мови. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки. 2021, № 1 (21), с. 176-186.
2. Коваль Л. М., Чаплик О. А., Масон С. Р. Використання ідіом у сучасному англійському діловому дискурсі. Науковий вісник НЛТУ України, Т. 30, № 3, 2020, с. 122-125.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Business English Vocabulary Builder. Jason Sullivan, Lingo Mastery, 2020, 170 p.