

Дергун Т. В.,

Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, м. Ніжин

СЕМАНТИКА ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ В АНГЛОМОВНИХ ЖУРНАЛЬНИХ СТАТТЯХ ДІЛОВОЇ ТЕМАТИКИ: КОГНІТИВНО-РИТОРИЧНИЙ АСПЕКТ

У розвідці доведено, що в англomовних журнальних статтях фразеологічні одиниці зображують ділову сферу в ракурсі силових відношень, за яких успішні учасники бізнесу представлені як Агоніст, тобто фокальна сила, із тенденцією до руху. Відсутність успіху й занепад суб'єктів діяльності співвідносяться з Агоністом або Антагоністом, схильними до спокою чи переміщення ВНИЗ.

Ключові слова: англomовний журнальний дискурс, статті ділової тематики, фразеологічна одиниця, Агоніст, Антагоніст.

В статтє доказано, что в англomовных журнальных статтєях фразеологические единицы представляют деловую сферу в ракурсе силовых отношений, при которых успешные участники бизнеса изображаются как Агонист, то есть фокальная сила, с тенденцией к движению. Отсутствие успеха и упадок субъектов деятельности соотносятся с Агонистом или Антагонистом, склонными к покою или перемещению ВНИЗ.

Ключевые слова: англomовный журнальный дискурс, статьи деловой тематики, фразеологическая единица, Агонист, Антагонист.

The paper reveals that in English magazine articles phraseological units represent business sphere from the perspective of force interaction relating successful participants to Agonist, i.e. a focal force, with a tendency to motion. Absence of success and decline of business participants correlate with an Agonist or an Antagonist with a tendency towards rest or DOWNWARD motion.

Key words: English magazine discourse, phraseological unit, articles on business, Agonist, Antagonist.

Важливість фразеологізмів в англomовних журнальних статтях зумовлюється тим, що вони оцінюють події, створюють образи за рахунок своєї внутрішньої форми і викликають емоційне ставлення до повідомлення [2, с. 10], тому фразеологічні одиниці (ФО) слугують засобами сугестії та переконання читачької аудиторії. ФО відіграють важливу роль у статтях ділової тематики в рубриках *Business Matters*, *Wealth Matters*, *Global Investor* і *Economy* в журналі *Newsweek* [див. напр. *Newsweek* 27.09.2010]. Оскільки призначення журналів не обмежується висвітленням новин, а й полягає у здійсненні впливу на аудиторію, переконуванні її сприймати описувані події очима журналіста, написання статті підпорядковується класичній риторичній моделі текстобудови, яка включає інвенцію, диспозицію, елокуцію, запам'ятовування і відтворення [1, с. 22]. З етапом інвенції співвідносять вибір тематики, з диспозицією – послідовність викладу змісту, елокуція розглядається як словесна орнаментация, пов'язана з добром номінативних засобів [1, с. 22], серед яких вагоме місце посідають ФО. Тому метою цієї розвідки є дослідження того, як ФО характеризують в англomовному журнальному дискурсі ділову сферу. З цією метою використовуємо когнітивно-риторичний підхід, який, з одного боку, пов'язує елокутивне вживання ФО з етапами інвенції й диспозиції, а з іншого враховує їхній зв'язок із концептуальними структурами. Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань: виявлення інвентивного підґрунтя вживання ФО в статтях ділової тематики через виокремлення позначених ними базових концептів бізнесу; визначення елокутивної ролі фразеологізмів, пов'язаної з етапом вербальної репрезентації складників ділової сфери.

Для реконструкції інвентивного етапу вживання ФО, який передує номінативному утіленню теми статті, семантику ФО пояснюємо за допомогою елементарних доконцептуальних структур сенсомотрного походження – образ-схем і сило-динамічних відношень. Образ-схеми, що формуються під впливом рухів тіла у просторі, операцій з об'єктами і перцептивних взаємодій [7, с. 29], є основою для організації знань про світ і забезпечують його розуміння [9, с. 215]. Залучення дослідницького апарату образ-схем визначається тим, що вони охоплюють широкий спектр досвідних структур, які забезпечують розуміння більш абстрактних сфер [6, с. 113]. Образ-схемну методику доповнюємо даними теорії силової динаміки, яка репрезентує взаємодію Агоніста як фокальної сили й Антагоніста, який долає схильність Агоніста чи поступається їй [11, с. 413], що відзначаються внутрішньою тенденцією до руху чи спокою. Відмінність між двома групами відношень полягає у тому, що силова динаміка відтворює внутрішній стан суб'єкта, а образ-схеми відбивають міжсуб'єкту, або ситуативну, взаємодію референтів [4, с. 102].

Сило-динамічні й образ-схемні відношення пояснюють ділові стосунки, котрі в англomовній традиції покриваються поняттям *business*, яке охоплює діяльність, спрямовану на заробляння грошей через виробництво чи продаж товарів, або надання послуг (the activity of making money by producing or buying and selling goods, or providing services) [8, с. 187]. Бізнес вписується у структуру більш загальної активності, а тому включає суб'єкт, об'єкт, ціль, що визначається мотивами, засоби, результат і сам процес діяльності [3, с. 633]. Ці самі компоненти визначають класифікацію ФО, які в статтях ділової тематики позначають суб'єктів, об'єкти, відношення між ними, їхні стани, процес діяльності і результат.

У статтях про бізнес ФО не позначають окремих суб'єктів бізнесу, натомість характеризують різні стани учасників діяльності й відношення між ними. Стани у діловій сфері зображені як бідність (*to live from hand to mouth, bread line*) і незбалансованість (*out of whack*). Перебування у стані бідності відбивають фразеологізми, які позначають різну траєкторію. Коротку траєкторію демонструє ФО *to live from hand to mouth* "жити голодаючи, ледь перебиватися", де прийменник *from* указує на початкову, а прийменник *to* на кінцеву точки, які

пов'язують руки (*hand*) і рот (*mouth*), тобто все, що людина заробляє, вона з'їдає, напр., *Although many poor live hand to mouth, they've participated in rising living standards* [Newsweek 7.06.2010, 23]. У наведеному реченні перебування в бідності зображується як рух малозабезпечених (*poor*) короткою траєкторією, суть якої у проїданні заробленого. Навпаки, траєкторію із багатьма проміжними точками заради отримання харчів репрезентує ФО *bread line* “черга безробітних за безкоштовним харчуванням”, де компонент *line* відбиває чергу, котру необхідно подолати, щоб отримати їжу, напр., *The Depression conjures images of lines of grim-faced men and women, waiting on bread lines and work lines, or “Orkies” trekking glumly from their desiccated farms to California in scenes from Steinbeckian squalor* [Newsweek 27.04.2009, 50]. У наведеному прикладі довга траєкторія задоволення потреби у харчуванні співвідноситься з чергою людей (*men and women*), які утворюють багато проміжних точок, котрі необхідно подолати, щоб дістатися цілі, що символізує труднощі із забезпеченням життя.

Незбалансованість стану об'єктів у бізнесі репрезентована ФО *out of whack* “не в порядку, не ладиться”, коли частини механізму не функціонують правильно разом (the parts are not working together correctly) [8, с. 1749], де заперечення *not* указує на відсутність РІВНОВАГИ об'єктів, утвореної силовими векторами і точкою, віссю або площиною, навколо яких симетрично розподіляються сили [7, с. 85], напр., *The fundamentals – default rates, employment, and year-over-year trends – remain cloudy. And one of the most vital fundamentals, the ratio between supply and demand, is still out of whack* [Newsweek 24/31.08.2009, 22]. У наведеному прикладі незбалансованість між забезпеченням (*supply*) і попитом (*demand*), позначена ФО *out of whack* як одна з причин економічної кризи.

ФО на позначення ділових відношень указують на три різновиди стосунків. Міжсуб'єктні відношення утілюються як перцептивний контакт (*face to face*) і силова взаємодія (*tug of war*). Перцептивний контакт учасників ділової сфери представлений ФО *face to face* “віч-на-віч, дуже близько”, семантика якої спирається на відношення БЛИЗЬКО – ДАЛЕКО, що відбиває відстань спостерігача від об'єктів [4, с. 38], напр., *In the U.S., it has been lobbying Washington about the economic impact of corporate meetings, fighting back with surveys showing the importance of face-to-face business meetings while offering innovative promotions* [Newsweek 11/18.05.2009, 67]. У наведеному уривку ФО *face to face* указує на близьку фізичну відстань між партнерами, що відбиває сприяння впровадженню інновацій (*innovative promotions*).

Силові відношення учасників бізнесу позначені ФО *tug of war* “сутичка, конкурентна боротьба”, яка відбиває взаємодію суб'єктів однакової сили, адже у складі ФО *tug of war* на однакову потужність джерела і цілі ПРОТИДІЇ вказує іменник *war*, тобто боротьба між двома чи більше країнами або протидіючими групами (*fighting between two or more countries or between opposing groups*) [8, с. 1728], де сема *fighting* “бій” активує відношення ПРОТИДІЇ, напр., *Let's say, you give birth in a hospital. We'll figure out what the average cost is, and instead of having a tug of war over \$50, the differences will cancel each other out* [Newsweek 7.12.2009, 56]. У наведеному уривку однакова потужність конкурентів – лікарні, позначеної займенником *we*, і пацієнтами, відображена ФО *tug of war*, а неможливість визначення переможця у протистоянні за гроші інтригує читачів.

Суб'єктно-об'єктні відношення включають підгрупи на позначення впливу сильного суб'єкта на слабкий об'єкт (*to pull the trigger on, take possession of*) і нульових відношень (*to have nothing to do with, to get out of hand*). Відмінність у зображенні сильного й слабого учасників ділової сфери, репрезентована фразеологізмами *to pull the trigger on* “пускати в хід, приводити в рух” і *to take possession of* “заволодіти чим-небудь”, полягає у різній складності дій. У складі ФО *to take possession of* сполучення дієслова *to take* з іменником позначає дію [8, с. 1574], тобто репрезентує Агоніста, схильного до привласнення об'єктів, а дієслово *to pull* у складі ФО *to pull the trigger on* “тягнути” указує на відношення ПРИТЯГАННЯ, апелюючи до досвіду руху цілі за джерелом [7, с. 47], напр., *There are traditionally two kinds of gold investors: speculators and hoarders. The first group trades on the future market which establishes the price of gold. The money they make – or lose – usually has nothing to do with taking possession of gold [...] their gold acquisitions are blips on computer screen* [Newsweek 16.03.2009, 25]. У наведеному прикладі фразеологізми *to take possession of* і *to have nothing to do with* зображують спекулянтів (*speculators*) як Агоністів зі схильністю до привласнення нереалізованого золота, створюючи у читача враження домінування спекулянтів. Натомість, складніший спосіб взаємодії відбиває домінування джерела ПРИТЯГАННЯ як засобу ініціації руху, тобто обігу металу, напр., *“Back in November, when the credit crisis really started getting out of hand, people started to pull the trigger on gold,” says Scott Thomas* [Newsweek 16.03.2009, 23]. У наведеному прикладі ФО *to pull the trigger on* подає відношення сильного суб'єкта, позначеного у тексті іменником *people*, співвідносного з джерелом ПРИТЯГАННЯ, яке зумовлює рух цілі – золотих запасів (*gold*), що створює у читачів враження контролю над ресурсами.

Нульові відношення між суб'єктами й об'єктами позначені ФО *to have nothing to do with* “не мати нічого спільного з” і *to get out of hand* “вийти з-під контролю”: у складі першого звороту на тенденцію Агоніста до спокою вказує заперечення *nothing*, котре свідчить про відсутність зв'язку між суб'єктом і об'єктом, а ФО *to get out of hand* завдяки компонентам *to get out* “виходити з кімнати чи будівлі” (*to leave a room or building*) [8, с. 640] за рахунок семи *to leave* демонструє схильність до руху, який призводить до втрати взаємодії і характеризує відношення негативно, напр., *There are traditionally two kinds of gold investors: speculators and hoarders. The first group trades on the future market which establishes the price of gold. The money they make – or lose – usually has nothing to do with taking possession of gold [...] their gold acquisitions are blips on computer screen* [Newsweek 16.03.2009, 25]. У наведеному уривку ФО *to have nothing to do with* зображує інвесторів як Агоніста з тенденцією до спокою, що указує на відсутність відношень між золотом (*gold*) як Антагоністом. Натомість, відсутність взаємодії внаслідок поширення кризи відбивається ФО *to get out of hand*, що вказує на втрату притягання, позначеного іменником *hand*, напр., *“Back in November, when the credit crisis really started getting out of hand, people started to pull the trigger on gold,” says Scott Thomas* [Newsweek 16.03.2009, 23]. У наведеному

урижку тексту ФО *to get out of hand* зображує відсутність взаємодії, утіленої у впливі людей на кредитну кризу (*the credit crisis*), котра неконтрольовано поширюється, набуваючи негативного характеру.

Об’єкти ділової сфери відображає ФО *hot money* на позначення “грошей, які часто переводяться з країни в країну заради отримання прибутку” (*money that is frequently moved from one country to another in order to make a profit*) [8, с. 743], де сема *to move* указує на рух, а прикметник *hot* акцентує підвищення температури, що може бути результатом швидкого переміщення, напр., *First, emerging nations should know that capital controls rarely work; indeed, they often exacerbate the problems of hot money because traders bet on the fact that currencies artificially kept down by governments will eventually rise and thus flood these markets with even more hot capital* [Newsweek 29.11.2010, 6]. У наведеному прикладі ФО *hot money* характеризує гроші як гарячий референт, який не можна втримати в руках, тобто контролювати, тому молоді держави (*emerging nations*) зображені як неспроможні регулювати наплив грошей, що подає країни негативно.

Наступна група одиниць представляє процес діяльності (*to make money, to save something for a rainy day*). Відмінності між одиницями на позначення процесу фінансової діяльності полягають у тому, що ФО *to make money* “заробляти гроші” акцентує власне процес, а *to save something for a rainy day* “відкладати на чорний день” відбиває спрямованість на кінцевий результат, напр., *Take the videogame market. The companies behind Wii, PlayStation, and Xbox never made much money in China because pirates copied the games and sold black-market versions at a fraction of their real cost* [Newsweek 7.06.2010, 4]. У наведеному прикладі ФО *to make money* характеризує процес заробляння грошей компаніями по виробництву відеоігор (*the companies*) через співвіднесення цих фірм з Агоністом, схильним до дії, позначеної ФО *to make money*, проте заперечна обставина часу *never* указує на те, що фокальний елемент не реалізує свою тенденцію, зображуючи процес як невдалий. Про спрямованість процесу на результат у складі ФО *to save something for a rainy day* “відкладати на чорний день” сигналізує сполучення *for a rainy day*, а дієслово *to save* указує на Агоніста, схильного до руху, який характеризується позитивно, адже спрямовується на забезпечення коштами, напр., *The money they make – or lose – usually has nothing to do with taking possession of gold ... their gold acquisitions are blips on computer screen. Hoarders are different. They buy gold, the real stuff, and save it for a rainy day* [Newsweek 16.03.2009, 25]. У наведеному прикладі спрямованість процесу накопичення золота на результат зображується ФО *to save something for a rainy day* через співвіднесення накопичувачів (*hoarders*) з рухомим Агоністом, а золота (*gold*) з Антагоністом у спокої, що створює у читачів враження непохитності цього дорогоцінного металу.

Результат бізнесової діяльності представлений ФО як позитивний (*to reap the benefit of something*) або негативний (*to lose one’s shirt i to fall victim to*). Позитивні результати у діловій сфері утілюються в семантиці ФО *to reap the benefit of something* “пожинати плоди” за допомогою дієслова *to reap*, що указує на Агоніста з тенденцією до руху, характеризуючи позначуваного суб’єкта позитивно іменником *benefit* “користь, благо”, напр., *But with the coastlines rebuilt for travelers and the government closing in on the Tamil Tigers on their last sliver of land in the northeast, a country that has long lived on the edge is hoping, finally, to reap the benefits of tourism* [Newsweek 11/18.05.2009, 60]. У наведеному прикладі ФО *to reap the benefit of something* подає позитивні результати діяльності уряду Шрі-Ланки (*country*) через співвіднесення його з Агоністом, схильним до руху, відображеним у семантиці ФО *to reap the benefit of something*.

Відмінності між одиницями на позначення негативного результату полягають у співвіднесенні з Агоністом з тенденцією до спокою і падінням. У складі ФО *to lose one’s shirt* “розоритися” дієслово *to lose* указує на Агоніста з тенденцією до спокою, напр., *While most long-term investors lost their shirts during the Great Panic of 2008, high-frequency traders posted huge profits* [Newsweek 7.06.2010, 43]. У наведеному уривку негативний результат довгострокового інвестування зображується через співвіднесення інвесторів (*long-term investors*) з Агоністом, схильним до спокою. Водночас, дієслово *to fall* у складі звороту *to fall victim to* “пасти, зробитися жертвою” відсилає до образ-схеми ВЕРТИКАЛЬ, указуючи на рух УНИЗ, що свідчить про негативний результат діяльності, напр., *It is no coincidence that some of the dirtiest industrial operations are falling victim to the global recession* [Newsweek 16.03.2009, 20]. У наведеному реченні негативний результат відбивається описом падіння промислового виробництва (*industrial operations*), яке концептуалізується як рух УНИЗ.

Таким чином, в англomовних статтях ділової тематики інвентивний аспект уживання фразеологізмів полягає у зображенні суб’єктів і об’єктів ділової діяльності через їх взаємовідношення; процесу діяльності як руху, і способів її здійснення; результату, який зумовлює задовільний чи негативний стан суб’єктів і об’єктів бізнесу. Елокутивна роль ФО утілюється позитивним чи негативним представленням учасників, за рахунок співвіднесення з Агоністом з тенденцією до руху, що відбиває сприяння іншим чи забезпечення власної діяльності, а негативно зображені компоненти бізнесу репрезентовані як схильні до спокою або переміщення УНИЗ. Перспективою подальших розвідок є дослідження функціонування фразеологізмів у структурі англomовних журнальних статей.

Література:

1. Безменова Н. А. Очерки по теории и истории риторики / Н. А. Безменова. – М. : Наука, 1991. – 215 с.
2. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика фразеологизмов (лингвокультурологический аспект) : автореф. дисс. ... докт. филол. наук : спец. 10.02.19 / Ковшова М. Л. ; Ин-т языкознания РАН. – Москва, 2009. – 48 с.
3. Огурцов А. П. Деятельность / А. П. Огурцов, Э. Г. Юдин // Новая философская энциклопедия в 4-х томах. – М. : Мысль. – 2010. – Т. 1. – С. 633–634.
4. Потапенко С. І. Вербальні ефекти публічного виступу: когнітивно-риторичний ракурс (на матеріалі інавгураційних звернень Барака Обами і Віктора Януковича) / С. І. Потапенко // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія. – 2011. – Том 14, № 1. – С. 102-108.

5. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти / С. І. Потапенко : [монографія]. – Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с.
6. Gibbs R. W., Jr. The fight over metaphor in thought and language / R. W. Gibbs // *Figurative Language and Thought*. – Oxford : Oxford University Press, 1998. – P. 88-118.
7. Johnson M. The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason / M. Johnson. – Chicago; L. : The Univ. of Chicago Press, 1987. – 233 p.
8. Longman Exams Dictionary. – Harlow : Longman, 2007. – 1833 p.
9. Oakley T. Image schemas / T. Oakley // *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics* [Ed. : D. Geeraerts and H. Cuyckens]. – Oxford : Oxford University Press, 2007. – P. 214-235.
10. Oxford Idioms Dictionary for Learners of English. – Oxford : Oxford University Press, 1993. – 678 p.
11. Talmy L. Force Dynamics in Language and Cognition // *Concept Structuring Systems* / L. Talmy. – Cambridge (Mass.) : The MIT Press, 2000. – Vol. 1. – P. 409-470.