

СЕКЦИЯ 2 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА И СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКОВ

ДЕЛОВАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИНГВОСОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ-МЕЖДУНАРОДНИКОВ

Артемова О. А., Белорусский государственный университет

Развитие научно-технического, экономического и культурного международного сотрудничества в условиях мировой интеграции и глобализации, потребность решать проблемы межкультурного общения представителей разных языковых сообществ вызывают необходимость знания делового английского языка как общепринятого средства общения, необходимого для большинства специалистов в области экономики. Изучение языка бизнеса не только упрощает процесс вхождения в профессионально-деловую сферу, в сферу трудоустройства в зарубежных и российских компаниях, но и, несомненно, способствует дальнейшему самообразованию и профессиональному совершенствованию студентов-международников. Более того, с каждым днем увеличивается спрос на специалистов, не только владеющих деловым английским языком, но и способных творчески подойти к решению важных задач в условиях культурного разнообразия, т. е. обладающих высокой лингвосоциокультурной компетенцией.

Лингвосоциокультурная компетенция включает три компонента:

- 1) знание о национально-культурных особенностях стран изучаемого языка, нормы речевого и неречевого поведения его носителей, умение строить свое поведение и коммуникацию с учетом этих особенностей и норм;
- 2) умение использовать разные коммуникационные роли, стратегии в условиях социального взаимодействия с людьми и окружающим миром;
- 3) способность осуществлять разные виды речевой деятельности и выбирать лингвистические средства в соответствии с местом, временем, сферой общения, адекватно социальному статусу партнера общения.

Одним из важнейших речевых средств формирования лингвосоциокультурной компетенции выступает фразеология. Как показывает наш опыт преподавания английского языка в сфере делового общения, этот пласт языка активно используется не только в художественном и публицистическом дискурсах, но и в сфере деловой коммуникации. Как известно, специфической особенностью деловой коммуникации является ее регламентированность, т. е. подчиненность установленным правилам и ограничениям. В связи с этим было бы разумно полагать, что для деловой коммуникации не характерна эмоциональная лексика, она буквальна и неметафорична. Тем не менее, деловой коммуникации, также как и другим типам дискурса, свойственна образность, метафоричность и эмоциональность. Об этом свидетельствуют разнообразные метафорические модели. Так, согласно результатам исследования Аренко, образной основой деловой фразеологии английского языка выступают следующие типы метафоры:

- 1) зооморфная метафора: *bear* («медведь» — дилер, играющий на бирже на понижение). На основе данных концептуальных метафор возник ряд фразеологических единиц: *bear raid/bear campaign* «налет медведей, активная продажа ценных бумаг (или товаров) определенного вида с целью сбивания их цен и последующей покупки на более выгодных условиях», *bear rumors* «тревожные слухи на бирже»;
- 2) военная метафора: *battle of the brands* «конкуренция существующих на рынке торговых марок»;
- 3) ориентационная метафора: *climb to the top of the career ladder* «высоко подняться по служебной лестнице».

Раскрытие внутренней формы фразеологических единиц при помощи их дословного перевода позволяет увидеть эти метафорические модели и облегчить процесс их запоминания.

Необходимо отметить, что фразеологический фонд делового английского языка — не застывший конгломерат. Он постоянно пополняется:

а) выражениями, свойственными лишь языку бизнеса и понятными узкому кругу специалистов: например, *free a stray* «счет заграничных операций в системе национальных счетов»;

б) фразеологизмами, заимствованными из общеразговорного английского языка: *to catch a cold* «потерять деньги в деловой сделке», *wear and tear* «уменьшение цен на грузовые машины из-за их старости или разрушения».

Постоянное пополнение делового фразеологического фонда новыми устойчивыми выражениями требует его четкой организации в процессе преподавания английского языка в сфере делового общения. В таком случае эффективным и полезным является подача устойчивых выражений в группах, объединенных одним семантическим признаком. Научной идеей подобного распределения идиом является положение о семантических полях как основной форме «упаковки» и «хранения» языковых единиц в памяти говорящего, которая позволяет обеспечить адекватную когнитивную обработку стандартных ситуаций. Разновидностью семантического поля во фразеологии выступает фразеосемантическое поле как «совокупность ФЕ (фразеологических единиц), относящихся к одной понятийной сфере и характеризующихся определенными системными отношениями между собой».

Тематическое распределение фразеологизмов облегчает усвоение материала и позволяет представить всю деловую фразеологию английского языка в виде стройной и четкой системы. В дальнейшем работа с группой фразеологических единиц определенной деловой тематики не вызывает трудностей. Рассмотрим алгоритм работы на примере тематической группы *Sales*.

- 1) презентация материала;
- 2) проверка понимания;
- 3) практика.

Безусловно, работа с деловой фразеологией, кроме традиционного подхода, предполагает использование разнообразного набора игровых методик запоминания: например, пантомима (*miming*), перевод (*translation*), толкование (*definition*), составление рассказа (*story-making*).

Все эти упражнения способствуют запоминанию фразеологических единиц, развитию разговорной речи и творческого мышления. Известно, что эмоциональный фактор играет важную роль в преподавании иностранного языка, поскольку эмоциональное восприятие учебного материала повышает эффективность обучения. В английской деловой фразеологии есть немало выражений, которые имеют интересную внутреннюю форму, создают комический эффект, раскрывают неожиданные стороны какого-либо понятия. Преподавателю необходимо обращать внимание на значение таких фразеологизмов, поскольку это способствует более быстрому усвоению фразеологического материала и создает позитивную атмосферу на занятии: например, *a fat cat* «большая шишка; человек, у которого много богатства и власти», *a business angel* «частный инвестор», *a little frog in the big pond* «незначительный человек в небольшой группе», *a real dog* «неудачный товар, коммерческий провал», *a bad egg* «бизнес-партнер, который не выполняет обязательства договора, или сотрудника фирмы, который постоянно обманывает руководство», *cash cow* «продукт компании, который приносит ей большой доход, но при этом не требует больших инвестиционных затрат», *hot potato* «щекотливый вопрос, вопрос, иметь дело с которым, сложно и неприятно».

Таким образом, деловая фразеология английского языка позволяет студентам-международникам расширить свой словарный запас, узнать о национально-культурных особенностях англоязычных стран, развить умение строить свое поведение и коммуни-

кацию с учетом этих особенностей, научиться осуществлять разные виды речевой деятельности с выбором лингвистических средств в соответствии с местом, временем, сферой общения, социальным статусом партнера. Все это способствует формированию у них лингвосоциокультурной компетенции.

ПЕРЕВОД ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫМ КОМПОНЕНТОМ

Большаков И. И., Белорусский государственный экономический университет

Каждая культура представлена своей языковой системой. Все существующие определения языка сходятся в понимании того, что его функционирование не может осуществляться вне культуры. Языковая система является одним из важнейших компонентов национальной культуры, формой проявления культурно-специфической деятельности человека.

Из всех уровней языковой структуры наиболее тесная связь языка и культуры проявляется на уровне фразеологии. Именно во фразеологических единицах (ФЕ) наиболее часто отражается видение мира, обычаи и верования, национальная культура и история народа.

В процессе вербальной коммуникации ФЕ принадлежит особая роль. Они не просто передают обычную информацию, но оказывают воздействие на чувства и воображение реципиента. Многие авторы специально насыщают свои произведения такими средствами, чтобы создать желаемый эффект. Соответственно, надлежащее воспроизведение ФЕ представляет собой одно из важнейших требований к переводчику. Сложность такой задачи заключается в том, что фразеологизмы сами по себе трудно поддаются переводу. Это связано с проблемой восприятия, понимания распознанной единицы, передачи ее экспрессивно-стилистической функции. Намного сложнее эквивалентный перевод оказывается в тех случаях, когда ФЕ отличаются национально-культурным своеобразием, имеют культурный компонент. Очевидно, что в этом случае абсолютно точный перевод становится невозможным из-за разных картин мира, существующих в языках. Передача таких устойчивых словосочетаний на другой язык требует особого подхода.

Возможности передачи фразеологизмов рассматриваются во многих теоретических работах по переводу (Я. И. Рецкер, В. Н. Комиссаров, А. Д. Швейцер, А. В. Фёдоров). Связанные с этим проблемы освещаются по-разному, рекомендуются различные методы перевода, встречаются несовпадающие мнения. Общим же является понимание того, что переводческая стратегия выбирается в зависимости от свойств ФЕ — степени их смысловой слитности, наличия или утраты ими своей внутренней формы, образности.

Вопросы перевода фразеологизмов подробно освещаются в книге В. Влахова и С. Флорина «Непереводимое в переводе». Авторы различают фразеологический (использование эквивалента и аналога) и нефразеологический (калькирование, лексический, описательный) переводы. Они не выделяют отдельно перевод фразеологизмов с культурной семантикой, но подчеркивают, что перевод подобных ФЕ и перевод реалий имеет некоторые общие критерии, так как национально-культурная специфика фразеологизмов часто определяется наличием именно этого компонента.

При переводе реалий существуют две основные трудности: 1) отсутствие соответствия в ПЯ и 2) необходимость передачи не только семантики реалии, но и ее коннотации. Поэтому среди различных средств целесообразно применять описательный перевод, перевод при помощи аналогов, калькирование и описательный перевод.

Необходимо подчеркнуть, что проблематика перевода фразеологических единиц с культурно значимым компонентом разработана пока недостаточно полно. Вместе с тем переводческая практика показывает, что культурные различия могут создавать значительно большие трудности при переводе, нежели разница в языковых структурах. В по-