

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БИЗНЕС-ИДИОМ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ

Идиомы являются отражением культурного богатства народа, его ценностей, норм, включают в себя мифологические и религиозные представления людей. Они возникли много лет назад и все еще продолжают появляться в языке. Идиомы активно используются людьми в речи в различных сферах: экономике, политике, бизнесе, пиаре и т.д. С каждым годом словарь идиом пополняется, а это значит, что сфера исследования идиом не стоит на месте и развивается. Возникают определенные трудности при переводе идиом, т.к. идиомы из сферы бизнеса будут совсем непонятны людям, изучающим идиомы в других сферах.

Анализ литературы по проблеме использования идиом в бизнес-сфере позволил установить, что они могут выполнять следующие функции: описание своего мнения или указание на отсутствие конкретики в речи говорящего; значение порицания или наказания; описание успеха или неудачи; описание эмоционального накала в речи и указание на интенсивность обсуждения; характеристика допущенной оплошности или просчета.

Проанализировав фразеологизмы, относящиеся к бизнес-сфере, мы пришли к выводу, что их можно разделить 4 основных фразео-семантических поля (ФСП): 1) ФСП, фразеологизмы которого объединены под общим понятием «бизнес и управление»: *buck a (the) trend* – ‘достичь успеха в своем деле’; 2) ФСП, объединенные под общим понятием «денежные отношения»: *money for jam* – ‘легко доставшиеся деньги’; 3) ФСП, фразеологизмы для применения в теме «Покупка и продажа»: *loss leader* – ‘товар, продаваемый с убытком для привлечения покупателей’; 4) ФСП, фразеологизмы которого объединены под общим понятием «экономические и производственные отношения»: *sail close to the wind* – ‘предпринимать рискованные шаги’.

При переводе бизнес-идиом с английского языка на русский встречаются некоторые трудности. Для точной передачи на переводящий язык используются следующие способы: подбор фразеологического эквивалента (*to break one's word* – ‘нарушить свое слово’), подбор фразеологического аналога (*to keep a project under wraps* – ‘держат проект в секрете’), дословный перевод (калькирование: *a black market* – ‘черный рынок’) и описательный перевод (*a crunch time* – ‘небольшой период времени, во время которого нужно успеть достичь определенного результата’).

Результаты исследования показали, что основные трудности, которые возникают при переводе идиом, заключаются в полном отсутствии аналога в языке перевода; наличии аналогичных по смыслу, но различных по сфере употребления и оттенку звучания идиом в языке перевода (например, идиома в одном языке может иметь положительную коннотацию, а ее аналог в другом языке – отрицательное значение); а также в общем различии в контексте, частотности, приемлемости употребления и т.д. тех или иных оборотов в разных языках – то, что называется культурной спецификой.