

REFERENCES

1. Demyankov, V.S. (1994). Kognitivnaya lingvistika kak raznovidnost' interpretiruyushchego podkhoda [Cognitive linguistics as a kind of the interpreting approach]. *Voprosi Yazikoznaniya*, 4, 17-33.
2. Zherebilo, T.V. (2010). *Slovar' lingvisiceskikh terminov* [Dictionary of linguistic terms]. 5th ed.
3. Kuhn, Chr. (2010). Berufsorientierter Fremdsprachenunterricht. *Deutsch lohnt sich. DaF/DaZ in Schule, Studium und Beruf*, 85-92.
4. Marcus, Gary F. (2001). *The Algebraic Mind: Integrating Connectionismus and Cognitive Science (Learning, Development and Conceptual Change)*. Cambridge MA: MIT Press.

УДК 811.111

Е.А. Девяткина

Российский университет дружбы народов

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (В СФЕРЕ БИЗНЕСА)

В данной статье рассматривается значимость эмоционально-оценочной лексики в формате делового общения. Доказывается возможность присутствия подобной лексики в сфере бизнеса. Рассмотрены идиоматические единицы. 100 идиом, выбранных из словаря, соответствуют по форме тем, которые употребляются в газетах *Mirror* и *The Economist*.

Ключевые слова: деловая коммуникация, бизнес, общение, устная и письменная коммуникация, эмоционально-оценочная лексика, идиомы.

UDC 811.111
E.A. Devyatkina
Peoples' Friendship University of Russia

**EMOTIONALLY APPRAISED VOCABULARY IN THE
BUSINESS COMMUNICATION
(IN THE FIELD OF BUSINESS)**

This article deals with the importance of emotionally appraised vocabulary in the business communication. The possibility of using this vocabulary in the field of business is proved. Some idiomatic units are covered. 100 idioms chosen in the dictionary correspond to those used in the Newspapers: Mirror and The Economist.

Key words: business communication, business, oral and written communication, emotionally appraised vocabulary, idioms.

Введение

Деловая коммуникация – один из самых массовых видов общения людей в современном обществе. Она настолько тесно вошла в нашу жизнь, что без нее сложно обойтись, например, в экономической, правовой или дипломатической сферах, которые показывают характер отношений между коммуникантами [1, с.23].

Умение успешно вести переговоры, верно составлять деловой документ и многое другое на сегодняшний день уже стало, практически, неотъемлемой частью деятельной культуры человека-профессионала. Нередко уровень профессионального общения и правильного составления того же делового письма является показателем состоятельности компании в плане ее компетентности по тому или иному вопросу.

Необходимо иметь сведения о принципах делового

общения и уметь пользоваться определенными навыками для достижения высокой результативности в любом виде деятельности, которая связана с деловой сферой.

Культура делового общения содействует установлению и развитию отношений сотрудничества и партнерства между коллегами, руководителями и подчиненными, партнерами и конкурентами, во многом определяя их (отношения) эффективность [5; 6; 9].

"Бизнес - это умение общаться с людьми"

Особенностью делового общения является его подчиненность уже установленным правилам и ограничениям, т.е. его регламентированность. Такие правила и ограничения определяются формой и типом делового общения, степенью официальности, а также необходимыми целями и задачами. Еще одной отличительной особенностью являются национально-культурные традиции и нормы поведения.

Вышеперечисленные требования фиксируются и оформляются в виде делового протокола. Например, правила письменного общения могут определяться специальными документами (регламентами). Так, в организации могут быть установлены правила, касающиеся внешнего вида делового письма, характера обращений к адресату, принятые языковые формулы и т.д.

Устное общение определяется деловой культурой организации, системой ее традиций. Другая особенность делового общения — строгое соблюдение ролевого амплуа участников, т.е. что в общении учитываются роли, определяемые статусом работников в организации.

Следующей особенностью деловой коммуникации является более строгий отбор используемых речевых средств в процессе общения.

Например, для делового общения характерен официально-деловой стиль изложения, использование

большого объема профессиональных терминов.

Возможно, стоит выделить в самостоятельную особенность деловой коммуникации нейтральный тон изложения и использование нейтрально-окрашенной лексики. [2, с. 58]

Но несмотря на то, что деловая коммуникация не отличается эмоциональностью, в настоящее время все чаще встречаются тексты, выступления важных людей, в которых одну из ключевых ролей играет образность [3; 4; 7; 8; 10; 16]. В этом случае образность помогает дать объяснение научных терминов, которые, безусловно, обладают особой спецификой.

Материалы

Эмоционально-оценочная лексика в деловой коммуникации может встречаться в разных видах. Однако одним из популярных являются идиомы.

Таким образом, цель данной работы – рассмотреть наиболее употребляемые идиомы, которые используются в сфере бизнеса.

Что такое идиома?

Идиома – оборот речи, употребляющийся как некоторое целое, не подлежащий дальнейшему разложению и обычно не допускающий внутри себя перестановки [11; 13; 15].

В качестве материалов исследования были взяты аутентичные тексты за период 2010-2015 гг. из:

- The Economist [12],
- Mirror [14].

Также был использован словарь идиом [11].

Всего было отобрано и проанализировано 100 идиоматических выражений.

Результаты

Для примера возьмем некоторые из обработанных идиоматических выражений.

accept an offer

- to agree to an offer or proposal

I accepted the offer to buy my car.

across the board

- including everyone or everything

The computer company decided to give the workers an across-the-board increase in their salary.

bounce a check

- to write a check in which you do not have enough money in your bank account

The young man bounced a check when he tried to pay his rent.

boys in the backroom

- a group of men making decisions behind the scenes

The boys in the backroom told us that the factory will close next year.

break even

- to have expenses equal to profits

After three months the company was able to break

even and begin to make a profit.

carry the day

- to win complete support

The manager's idea carried the day and everyone supported him with enthusiasm.

circulate the agenda

- to distribute a list or other information about what will be discussed in a meeting

The company circulated the agenda for the meeting last week.

cut back

- to use fewer or less of something

The company has been cutting back on entertainment expenses recently.

cut one's losses

- to do something in order to stop losing additional money or time etc.

We should sell the old machinery soon and try to cut our losses.

defeat a motion

- to defeat an idea or

proposal in a meeting
We easily defeated the motion to change the dates for next year's convention.

drop the price (of something)

- to lower the price of something
We dropped the price of our product during the negotiation.

fair play

- equal and correct action toward someone, justice
The company has a reputation for fair play when they are bargaining with their employees.

fill the bill

- to be just what is needed
The new machine should fill the bill for what we need to finish the job.

follow-up meeting

- a meeting where you discuss previous business
We will have a follow-up meeting to discuss the new product.

gain ground

- to go forward, to make progress
Our company is gaining ground in its attempt to be the best in the industry.

get a break

- to get an opportunity or good deal
We were able to get a break on the price of the paint and we saved much money.

go belly up

- to go out of business because of financial problems
The small computer company went belly up several months ago.

go over the books

- to check and analyze the accounting records of a company
We hired an outside accountant to go over our books.

have one's finger in the pie

- to be involved in something, to receive money for something

The new manager has his finger in the pie of many small businesses.

have the floor

- to have permission to speak in a meeting
The president had the floor for almost an hour during the meeting.

heads will roll

- someone will be punished
Heads will roll when our boss learns about the money that we have lost.

in the black

- to be successful, to be making money, to be profitable
The new company has been in the black for many years.

in the red

- to be losing money, to be unprofitable
The company has been in the red since the price of oil began to rise rapidly.

ink a deal

- sign a contract
The company inked a deal to

buy the new product.

jack up the price of (something)

- to make a price higher
The steel company will jack up the price of steel at the beginning of the year.

jump off the shelves

- to sell very well
The new children's toy is jumping off the shelves.

keep track of (something)

- to keep a count or record of something, to stay informed about something
We are trying to keep track of the number of visitors to our store.

a kickback

- an amount of money that is paid illegally for favorable treatment
The construction company was giving kickbacks to the local politicians.

launch a product

- to introduce a new product to consumers
The company will launch

their new product next month.

lead time

- the amount of time between the placing of an order and the receipt of the goods that you have ordered, the time available to prepare for something

The lead time to get a book published is very long.

There was not much lead time to prepare for the advertising campaign.

line of products

- a group or category of products that are similar to each other

Our company will introduce a new line of products in the autumn.

liquid assets

- property or belongings that can easily be converted into cash

The company sold some of its liquid assets in order to raise cash.

make money hand over fist

- to make money fast and in

large amounts

The small ice cream shop is making money hand over fist this summer.

mean business

- to be serious

Our boss means business when he tells everyone to work harder.

move a product

- to sell a product

We should have no trouble to move the new product.

on credit

- without paying cash

We usually buy most of our furniture on credit.

on the market

- available for sale

There are many good cameras on the market now.

overnight (something)

- to send a document or package somewhere for delivery the next day

We decided to overnight the new contract to our supplier.

pay off

- to succeed, to yield good results

I hope that our plans for the new business will pay off.

put (something) on hold

- to postpone a project

The construction company put the project on hold while they looked for more money.

pyramid scheme

- a pyramid scheme is a business model where people get money for enrolling other people into the scheme - the people at the top of the pyramid will make much money because the people at the bottom of the pyramid are investing money in the scheme - pyramid schemes are usually illegal and eventually collapse and destroy themselves because they do not provide a service or make a product

*Several people went to jail because of the illegal pyramid scheme.
Many people lost money*

when the pyramid scheme that they had invested in collapsed.

red tape

- rules and regulations that seem unnecessary (often from the government)

There is much red tape when you try to start up a new business.

Robert's Rules of Order

- the official book of guidelines and rules about how to conduct a meeting.

We always use Robert's Rules of Order when we have a meeting.

roll out a product

- to release a product for sale
The company will roll out their new computers soon.

rule (someone) out of order

- to rule that someone is not following the rules of a meeting

The chairwoman ruled the salesman out of order when he began to speak at the meeting.

second a motion

- to formally agree with a proposal in a meeting
I seconded the motion to start one hour early every morning during the summer.

slash prices

- to reduce prices significantly
The store is slashing prices on the new computers.

slice of the action

- a share in the activity or the profits of something
The government wanted a slice of the action from the new businesses.

stand adjourned

- to be dismissed or to end (used for a meeting)
"This meeting now stands adjourned."

strike while the iron is hot

- to take advantage of an opportunity
I plan to strike while the iron is hot and apply for the job quickly.

table a discussion

- to postpone a discussion until a later time
We tabled the discussion about the salary issue until the next meeting.

take a nosedive

- to collapse, to decrease in value
The stock market took a nosedive when the earnings of the oil company decreased.

take a pay cut

- to accept a decrease in one's salary
The telephone workers were forced to take a pay cut after the strike.

throw cold water on (something)

- to discourage or forbid something
The manager threw cold water on our plan to close the factory for one week in August.

turn a profit

- to make a profit
The supermarket has been

turning a profit since it opened.

turnover (of workers)

- the rate at which employees join and leave a company

The turnover of workers in the new restaurant is very high.

word-of-mouth advertising

- orally from one person to another, a form of advertising where a satisfied customer tells friends about a particular product

The new shampoo is doing very well because of word-

Выводы

Таким образом, можно сказать, что несмотря на то, что язык деловой коммуникации не предполагает наличия в нем эмоционально-окрашенной лексики, невозможно в нем не использовать эмоциональные выражения. Нужно сразу отметить, что эмоции не могут быть представлены эксплицитно, даже путем идиоматических выражений, они будут представлены имплицитно.

of-mouth advertising.

work out (a problem)

- to solve a problem, to provide the details of something

I spent the weekend trying to work out the budget estimates for next year.

write off (a debt/loan)

- to remove a debt/loan from a business record, to cancel a debt

It was impossible for the bank to collect the money so they were forced to write off the loan.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение. М., 2005. С. 23.

2. Гольдштейн Н., Мартин С., Чалдини Р. Психология убеждения. 50 доказанных способов быть убедительным. 2015, С. 58.
3. Гоулстон М. Я слышу вас насквозь. Эффективная техника переговоров. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. 272 с.
4. Литвинов А.В. Оценочность делового текста // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2014. № 4. С. 258-262.
5. Малюга Е.Н. Некоторые особенности речевого поведения в официально-деловом стиле // Вестник Бурятского государственного университета. 2011. № 11. С. 81-85.
6. Малюга Е.Н. Развитие теории межкультурной деловой коммуникации в современном языкознании // Вестник Бурятского государственного университета. 2013. № 11. – С. 35-40.
7. Пономаренко Е.В. О функциональной самоорганизации речевых средств в английском деловом дискурсе // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. 2013. № 5 (106). С. 80-84.
8. Пономаренко Е.В., Харьковская А.А. Риторическое воздействие как фактор межнационального делового общения // Язык и коммуникация в современном поликультурном социуме: сборник научных трудов. М.: Трансарт, 2014. С. 111-117.
9. Харьковская А.А. Business English: Учеб. пособие для индивидуальной работы по деловому английскому языку студентов 4 курса специальности «Англ. филология» / А.А. Харьковская, Н.В. Ильичева. Самара: Самар. гос. ун-т, 2004.
10. Храмченко Д.С. Ирония в английском деловом дискурсе: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2010.
11. Oxford Dictionary of Idioms, Second Edition.
12. <http://www.economist.com/>

13. <http://www.kinglishschool.com/idiom.htm>
14. <http://www.mirror.co.uk/>
15. <http://www.usingenglish.com/reference/idioms/>
16. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. (2012). Business English and Functional Linguistics: Teaching Practical English in Perfect Harmony with Theory. *ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation. Conference Proceedings*. Madrid: International Association of Technology, Education and Development, IATED. P. 4524-4529.

REFERENCES

1. Baeva, O. A. (2005). *Oratorskoje iskusstvo i delovoe obshhenie* [Eloquence and business communication]. Moscow, 23.
2. Gol'dshtejn, N., Martin, S., & Chaldini, R. Psihologija ubezhdenija. (2015). *50 dokazannyh sposobov byt' ubeditel'nym*. [Psychology of persuasion. 50 proved ways to be persuasive], 58.
3. Goulston, M. (2011). *Ja slyshu vas naskvoz'*. *Jeffektivnaja tehnika peregovorov*. [I can hear you through. An effective method of negotiation]. M.: Mann, Ivanov & Ferber.
4. Litvinov, A.V. (2014). Ocenochnost' delovogo teksta [Evaluativity of business text], *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija)*, 4, 258-262.
5. Malyuga, E.N. (2011). Nekotorye osobennosti rechevogo povedenia v ofitsial'no-delovom stile [Some peculiarities of verbal behavior in the formal business style]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 11, 81-85.
6. Malyuga, E.N. (2013). Razvitie teorii mezhhkul'turnoy delovoy kommunikatsii [Intercultural business communication theory development in the modern

- linguistics]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, № 11, 35-40.
7. Ponomarenko E.V. (2013). O funktsional'noy samoorganizatsyi rechevykh sredstv v angliyskom delovom discourse [About functional self-organization of verbal means in English business discourse]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta, Humanities series*, N 5 (106), 80-84.
 8. Ponomarenko, E.V., & Kharkovskaya, A.A. (2014). Ritoricheskoe vozdeistvie kak faktor mezhnatsional'nogo delovogo obshchenia [Rhetoric impact as a factor of international business communication]. *Iazyk i kommunikatsia v sovremennom polikul'turnom sotsiуме: sbornik nauchnykh trudov*, 111-117.
 9. Kharkovskaya, A.A., & Ilyicheva, N.V. (2004). *Business English: uchebnoe posobie dl'a individual'noy raboty po delovomu angliiskomu iaziku dl'a studentov 4 kursa special'nosti "Angliiskaya filologia"*. Samara: Samar. Gos. Un-t.
 10. Khranchenko, D. (2010). *Ironia v angliiskom delovom diskurse* [Irony in English Business Discourse]. Avtoref. ... kand. filol. n., M.
 11. Oxford Dictionary of Idioms. (2000). Second Edition.
 12. Mirror. (2015). Retrieved from <http://www.mirror.co.uk/>
 13. Economist. (2015). Retrieved from <http://www.economist.com/>
 14. Kinglish Scholl. (2015). Retrieved from <http://www.kinglishschool.com/idiom.htm>
 15. Using English. (2015). Retrieved from <http://www.usingenglish.com/reference/idioms/>
 16. Ponomarenko, E.V., Malyuga, E.N. (2012). Business English and Functional Linguistics: Teaching Practical English in Perfect Harmony with Theory. *ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and*

Innovation. Conference Proceedings. Madrid: International Association of Technology, Education and Development, IATED. P. 4524-4529.

УДК 811.111

А.Д. Кизирия

Российский университет дружбы народов

**ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ ГЛАГОЛОВ СО ЗНАЧЕНИЕМ
ОБМАНА И ЖУЛЬНИЧЕСТВА В АНГЛИЙСКОМ
ЯЗЫКЕ**

В статье анализируются функционально-семантические характеристики глаголов со значением обмана и жульничества. Автор выявляет 48 единиц рассматриваемой лексико-семантической группы и выделяет их дифференциальные признаки с помощью метода компонентного анализа. Делается вывод о наиболее употребительных глаголах и самых частотных типах дискурса. Выявляются типы переноса значения, действующих у некоторых глаголов исследуемой группы, и делаются выводы о причинах их «узкого» употребления. Обозначаются дифференциальные семантические признаки, актуализированные в большинстве проанализированных единиц.

Ключевые слова: глаголы, функционально-семантические характеристики, лексико-семантическая группа, дифференциальные признаки, компонентный анализ.