

Д.М. Дружиловска

Некоторые характеристики языковых метафор во фразеологии делового общения на материале русского и польского языков¹

В статье рассматриваются особенности языковых метафор, на которых построены фразеологические единицы (далее ФЕ) делового общения русского и польского языков. Определяются понятия языковой метафоры, ФЕ, делового общения. Исследуются семантические, структурные, видовые свойства языковых метафор, а также механизмы метафорического моделирования. Цель исследования — выявить характеристики метафор, на которых построены ФЕ в сфере делового общения русского и польского языков.

The article is devoted to the peculiarities of linguistic metaphors providing the grounds for idiomatic expressions in Russian and Polish business communication. The concepts of linguistic metaphor, idiomatic expression, business communication are defined. The semantic, structural and typical characteristics of linguistic metaphors are studied, as well as mechanisms of metaphorical simulation. The purpose of the research is to identify the features of the metaphors on which the idiomatic expressions in Russian and Polish business communication are based.

Ключевые слова: языковая метафора; фразеологическая единица; деловое общение.

Keywords: linguistic metaphor; idiomatic expression; business communication.

Вданной статье представлены результаты исследования, направленного на выявление свойств метафорического переноса и выделение основных характеристик функционирования метафор во фразеологии делового общения.

Цель исследования предполагала выполнение следующих задач:

- 1) определение понятия языковой метафоры, определение её функций и видов;
- 2) определение понятий «деловое общение» и «фразеологическая единица» (ФЕ);
- 3) лексикографический анализ;
- 4) классификация фразеологического материала;
- 5) анализ семантических, структурных, видовых свойств языковых метафор, а также механизмов метафорического моделирования в рассматриваемых фразеологических единицах.

¹ Автор получила стипендию Национального центра научных исследований (Польша) на финансирование работы над кандидатской диссертацией (решение номер DEC-2014/12/T/HS2/00432 от 01.07.2014).

Метафора (от *греч.* *metaphorá* — перенос) — это троп или механизм речи, состоящий в употреблении одного слова, обозначающего какой-то предмет, явление, для наименования или характеристики другого предмета, явления, т. е. в переносе значения, по какому-то сходству [9: с. 296]. Сходство касается не только значений слов, но и сопоставляемых фрагментов внеязыковой действительности [12: с. 357].

Выделяются две основные разновидности метафоры: *литературная*, или *поэтическая*, *метафора* и *языковая метафора*². Оба вида метафоры похожи по механизмам формирования и структуре, но отличаются степенью оригинальности: поэтический перенос характеризуется необыкновенностью: чем он оригинальнее, тем заметнее индивидуальный характер писателя. Языковая метафора, в свою очередь, должна быть общепонятной и известной [8: с. 187].

Языковые метафоры могут реализоваться в виде одного слова (например, о храбром человеке говорят *лев*), фразеологического оборота или фразы. Таким образом они формируют фразеологическую систему языка³. Со временем языковые метафоры становятся общепонятными, они лексикализируются, расширяют сферу сочетаемости, в конечном счёте — стираются, т. е. переносное значение не воспринимается, а метафора становится конвенциональным, часто — идиоматическим — словосочетанием [8: с. 187].

Среди тенденций, проявляющихся в образовании натуральной метафоры, можно выделить *анимизацию*, *антропоморфизм*, *зооморфизм* [8: с. 189].

Метафора является одним из трёх основных способов пополнения словарно-запаса языка. Когда в окружающей действительности обнаруживается новое явление, требуется слово для его обозначения: неологизм (лексический или фразеологический), заимствование, или неосемантизм, т. е. слово, уже существующее в языке, но приобретающее новое значение. В случае использования неосемантизма действует механизм метафоризации [12: с. 356]. Соответственно можно говорить о номинативной (идентифицирующей, классифицирующей) функции метафоры. К другим функциям метафоры принадлежат характеризующая и экспрессивная функции.

Традиционно в стилистике выделяют несколько основных типов переноса, к которым принадлежат: *перифраза*, *метонимия*, *синекдоха*, *гипербола*, *эвфемизм*.

Исследуя тему языковых метафор во фразеологии делового общения, необходимо прежде всего дать определение термину *деловое общение*: «Профессионально-деловое общение в широком смысле представляет собой профессиональную коммуникативную форму деятельности. <...> Деловое общение — это сложный многоплановый процесс установления и развития профессиональных

² Языковая метафора называется также *натуральным переносом*, *лексической*, *мёртвой*, *окаменевшей*, *стёртой метафорой* (ср., например: *Розенталь Д.Э., Теленкова М.А.* Словарь-справочник лингвистических терминов. М.: Просвещение, 1985; *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1969).

³ О метафорической мотивации во фразеологии пишет А.М. Левицки: ср. «*Motywacja globalna frazeologizmów. Znaczenie przenośne, symboliczne i stereotypowe*» в: *Lewicki A.M.* Studia z teorii frazeologii. Łask: Leksem, 2003. С. 275–289.

и деловых контактов между людьми, осуществляемое знаковыми средствами взаимодействие субъектов, которое продолжается потребностью в совместной деятельности и включает в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека и оказание влияния на него» [10: s. 47]. Следует обратить внимание на тот факт, что под понятием делового общения нельзя подразумевать деловой стиль: он является лишь одной из форм делового общения, наряду с устной деловой речью, административно-деловым жаргоном и др. [10].

Как русскими, так и польскими лингвистами (В.В. Виноградов, Н.М. Шанский, А.И. Смирницкий, В.П. Жуков, А.В. Кунин, Н.Н. Амосова; Ст. Скорупка, А.М. Левицки, П. Мюльднер-Нецковски, В. Хлебда и др.), разработано много фразеологических концепций. В настоящей статье под ФЕ вслед за В.Н. Телля понимается не являющаяся словом языковая единица, воспроизводимая в готовом виде. Учёный называет ФЕ все сочетания слов, воспроизводимые в речи в соответствии с узусом употребления. Среди ФЕ можно выделить разные классы (идиомы, фразеологические сочетания, пословицы и поговорки, речевые штампы, клише, крылатые выражения), которые объединяют два признака: несколькословность (раздельнооформленность) и воспроизводимость [11: s. 58].

Как показало проведенное нами исследование во фразеологии делового общения, как в польском, так и в русском языке можно обнаружить все виды метафор, выделяемые в традиционной стилистике:

1. Виды метафор

1.1. эвфемизмы: *консультирование и помощь в развитии карьеры / zwolnienie monitorowane; przerwy w pracy, zakłócenia w pracy* (забастовка); *poprawa struktury cen, zmiana struktury cen, regulacje cen, ruch cen* (повышение, рост цен); *przejściowe trudności* (экономический кризис);

1.2. гиперболы: *дать по шанке / wylecieć na zbity pysk* (наказать, лишить должности); *выбросить на улицу, выкинуть на улицу / wyrzucić na ulicę / wyrzucić na bruk* (уволить с работы); *оказаться на улице / очутиться на улице / znaleźć się na ulicy, znaleźć się na bruku* (потерять работу); *море товаров* (изобилие товаров);

1.3. перифразы: *алмазный король* (глава фирмы, производящей алмазы); *бензиновый король* (глава крупной топливной компании); *водочный король* (глава фирмы, производящей водку); *барон прессы / король печати (прессы) / газетный король* (глава крупной издательской фирмы); *меховой король* (глава крупной фирмы, производящей меховые изделия); *компьютерный король* (глава крупной компьютерной компании); *нефтяной король* (глава крупной нефтяной компании); *обувной король* (глава крупной обувной фирмы); *стальной барон* (глава крупной сталелитейной компании); *король дыма/табачный король* (глава крупной табачной фирмы); *бумажный король* (глава крупной фирмы, производящей бумагу); *пушечный король / торговец смертью / фабрикант смерти* (глава крупной фирмы, производящей оружие); *химический король* (глава крупной химической компании); *король рекламы* (известный специалист по связям с общественностью); *обувная империя* (крупная обувная фирма); *табачная империя* (крупная табачная фирма);

1.4. метонимия: *белый воротничок / biały kołnierzyk* (сотрудник среднего звена, занимающийся умственным трудом); *синий / голубой воротничок / niebieski kołnierzyk* (работник, принадлежащий к рабочему классу, представители которого, как правило, заняты физическим трудом); *розовый воротничок / różowy kołnierzyk* (секретари, машинистки, телефонистки и т. п.); *зеленый воротничок / zielony kołnierzyk* (сотрудники, работающие в сферах, учитывающих экологические проблемы); *золотой воротничок / złoty kołnierzyk* (высококвалифицированные учёные и специалисты, обладающие предпринимательскими навыками использования своих профессиональных знаний); *коричневый воротничок* (работники сферы обслуживания); *серый воротничок* (работники отраслей социальной инфраструктуры); *рабочие руки / ręce do pracy*.

Через языковые метафоры во фразеологии реализуется оценочное отношение говорящего к описываемой ситуации. Ярким примером такой оценки являются ФЕ, обозначающие ситуацию увольнения с работы. В зависимости от точки зрения, т. е. с позиции увольняемого сотрудника или увольняющего работодателя, можно использовать ФЕ: в русском языке — *выбросить / выкинуть на улицу, оказаться / очутиться на улице*, в польском языке — *wylecieć na zbity pysk, wyrzucić na ulicę/bruk, znaleźć się na ulicy/bruks*; увольняющий, с целью смягчения отрицательной коннотации, сопровождающей лишение работы сотрудника, может говорить о *консультировании и помощи в развитии карьеры* (в русском языке) и *zwolnieniu monitorowanym* (в польском языке). В первом случае употребляются гиперболы, во втором — эвфемизмы.

Похожая ситуация наблюдается в случае перифрастических ФЕ, определяющих забастовку в польском языке. Её можно определить при помощи эвфемизмов: *przerwy w pracy, zakłócenia w pracy* или гиперболы: *bojkot pracy* (лексема *bojkot* имеет явно отрицательные коннотации, усиливающие негативное впечатление о забастовке).

Метафоры, на которых базируются ФЕ делового общения, выполняют номинативную, характеризующую и экспрессивную функции.

2. Функции метафоры

2.1. номинативная функция метафоры: *медвежья объятия / niedźwiedzi uścisk, misiowy uścisk* (обращение одной компании к правлению другой компании, указывающее на готовность приобрести её акции); *наблюдатель за акулами* (фирма, специализирующаяся на предупреждении попыток поглощения её компаний-клиентов другими («акулами»), а также на анализе торговли акциями компании-клиента);

2.2. характеризующая функция метафоры: *свободный мир / общество благоденствия / общество равных возможностей / свободное общество* (капиталистическое общество); *охотник за головами / талантами / łowca głów*; *шаман продаж / szaman sprzedaży* (успешный представитель по продажам); *свободный копьеносец / wolny strzelec* (человек, выполняющий работу без заключения долговременного договора с работодателем, нанимаемый только для выполнения определённого перечня работ); *anioł biznesu* (частный инвестор, вкладывающий деньги в инновационные проекты (стартапы))

на этапе создания предприятия в обмен на возврат вложений и долю в капитале);

2.3. экспрессивная функция: *лежачая фирма* (убыточное предприятие) (а также: *лежачий колхоз / совхоз*: об убыточном сельскохозяйственном / производственном объединении); *набивать себе карман* (быстро и обычно нечестным путём обогащаться); *дать / взять на лапу / dać / wziąć w łapę* (дать / получить взятку).

Можно выделить несколько метафорических моделей, на которых строятся ФЕ делового общения.

3. Метафорические модели

3.1. Антропоморфные метафоры

3.1.1. метафоры, использующие элементы одежды: *белый воротничок / biały kołnierzyk* (сотрудник, занимающийся умственным трудом); *синий / голубой воротничок / niebieski kołnierzyk* (работник, принадлежащий к рабочему классу, представители которого, как правило, заняты физическим трудом с почасовой оплатой); *розовый воротничок / różowy kołnierzyk* (секретари, машинистки, телефонистки и т. п.); *зелёный воротничок / zielony kołnierzyk* (сотрудники, работающие в сферах, учитывающих экологические проблемы); *золотой воротничок / złoty kołnierzyk* (высококвалифицированные учёные и специалисты, обладающие способностями использовать профессиональные знания); *коричневый воротничок* (работники сферы обслуживания); *серый воротничок* (работники отраслей социальной инфраструктуры); *набивать себе карман* (быстро и обычно нечестным путём обогащаться); *голубая пуговица* (стажёр на бирже); *кредит галстук-бабочка* (кредит с плавающей ставкой, по условиям которого все проценты сверх определённого уровня выплачиваются по истечении срока всего кредита); *покупка на шурке* (покупка ценных бумаг с минимальным доходом);

3.1.2. соматическая метафора

руки — *перейти из рук в руки / przechodzić z rączki do rączki* (непосредственно и быстро что-то переходит от одного к другому при срочном платеже наличными); *из первых рук / z pierwszej ręki* (непосредственно); *из вторых / третьих рук / z drugiej / trzeciej ręki* (через ряд посредников); *нагреть руки* (быстро и обычно нечестным путём обогащаться); *рабочие руки / ręce do pracy*; *дать / взять на лапу / 1) dać / wziąć w łapę*; 2) *przetawiać do czyjejś ręki* (дать / взять взятку);

мозг — *мозговой штурм / мозговая атака / burza mózgów* (групповое обсуждение с целью выдвижения идей и разрешения деловых проблем);

тело — *доступ к телу / bliżej ciała* (о наличии личных связей, которые используются для оформления деловых вопросов);

спина — *стоять за спиной / mieć plecy* (тайно оказывать кому-либо поддержку, покровительство).

3.2. Мир природы:

рейд на рассвете (практика быстрой скупки компанией значительного пакета акций другой компании без её предварительного уведомления); *снежный ком* (мошеннический способ рекламной продажи, состоящий в том, что товар продаётся покупателю только при условии размещения им последующих

продаваемых товаров среди других потенциальных покупателей); *more товаров* (изобилие товаров); *more дел* (много дел); *мёртвый сезон / sezon ogórkowy*; *firma krzak* (незарегистрированная, фиктивная фирма, действующая на нелегальных началах).

3.3. Зооморфная метафора:

крысиная гонка / wyścig szczurów (образ жизни в обществе с рыночной высококоразвитой экономикой, характеризующийся высокой личной и общественной активностью); *медвежья объятия / niedźwiedzi / misiowy uścisk* (обращение одной компании к правлению другой компании, указывающее на готовность приобрести её акции); *белый слон* (в биржевом жаргоне: выражение, обозначающее сделку, при которой расходы заведомо превышают потенциально возможную (предполагаемую) прибыль по ней); *купить kota в мешке / kupić kota w worku*; *дойная корова / dojna krowa* (название товаров, предприятий, приносящих постоянный, устойчивый доход, обеспечивающих практически неиссякаемый приток прибыли); *денежная корова*; *дойная корова / dojna krowa* (1. бизнес, дающий непрерывный приток наличных денег; 2. надёжная и доходная компания); *наблюдатель за акулами* (фирма, специализирующаяся на предупреждении попыток поглощения её компаний-клиентов другими («акулами»), а также на анализе торговли акциями компании-клиента); *птица высокого полета / gruba ryba* (влиятельный или занимающий важный, высокий пост человек; начальник); *жирный кот* (крупный бизнесмен / предприниматель (в США)); *акулы бизнеса / rekiny biznesu*; *азиатские тигры / azjatyckie tygrysy* (неофициальное название экономик Южной Кореи, Сингапура, Гонконга и Тайваня, демонстрирующих очень высокие темпы экономического развития; экономические тигры (наименование экономик стран, демонстрирующих очень высокие темпы экономического роста)); *канцелярская крыса*; *офисный планктон / biurowy plankton* (современное жаргонное выражение, используемое для обозначения «белых воротничков» — мелких офисных служащих); *птица невысокого полета / mała płołka*; *валютная змея / валюты змеи / wąż walutowy / waluty węże* (система согласованных валютных курсов между европейскими государствами; в 1979 году роль «змей» заменила новая коллективная денежная единица ЭКЮ — евро); *черепашия кровь* (ценные бумаги с незначительной изменчивостью, от которых трудно ожидать быстрого роста (сленг)).

3.4. Географическая метафора:

финансовая Мекка (биржа); *Малая Европа / Mała Europa* (страны, входящие в Европейское экономическое сообщество («Общий рынок»)); *экономическая граница / granica ekonomiczna* (линия раздела между территориями, проведённая по экономическим основаниям); *китайская стена / chiński mur* (воображаемый информационный барьер между различными отделами компании); *голландский аукцион / aukcja holenderska* (аукцион, в ходе которого вначале объявляется самая высокая цена на продаваемый товар, а затем ставки снижаются).

Анализ собранного материала позволяет сделать следующие выводы:

1) во фразеологии делового общения русского и польского языков языковая метафора выполняет все традиционно приписываемые ей функции, т. е. коммуникативную, номинативную, экспрессивную и характеризующую;

- 2) наблюдаются все традиционно выделяемые виды метафоры, т. е. метонимия, гиперболоа, эвфемизм, перифраза;
- 3) в образовании фразеологии делового общения участвуют как стёртые, так и живые метафоры;
- 4) на метафоре построены ФЕ, в которых заложена образность, а также экономические термины, несмотря на то, что по своей природе они должны стремиться к точности и однозначности;
- 5) было выделено несколько метафорических моделей: зооморфная, антропоморфная, соматическая, географическая, метафора, использующая образы одежды, мир природы; метафорические модели пересекаются;
- 6) ФЕ делового общения русского и польского языков метафоричны, через метафоры, участвующие в их образовании, реализуется оценка действительности, выражается отношение говорящего к окружающим реалиям мира бизнеса.

Библиографический список

Литература

1. Основы русской деловой речи: учеб. пособие / Под ред. В.В. Химика. СПб.: Златоуст, 2012. 448 с.
2. *Телия В.Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 288 с.
3. *Kurkowska H., Skorupka S.* Stylistyka polska: zarys. Warszawa: PWN, 2001. 399 s.
4. *Tokarski R.* Metafora i metonimia w słowniku // Współczesny język polski / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, 2010. S. 355–360.

Справочные и информационные издания

5. *Арутюнова Н.Д.* Метафора // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцевой. М: Большая Российская энциклопедия, 1998. С. 296–297.
6. *Мокиенко В.М.* Новая русская фразеология. Opole: Uniwersytet Opolski: Instytut Filologii Polskiej, 2003. 168 s.
7. *Новиков А.Б.* Словарь перифраз русского языка (на материале газетной публицистики). М: Русский язык, 2000. 352 с.
8. *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М., 1999. 479 с.
9. *Bańko M.* Słownik peryfraz czyli wyrażen omownych. Warszawa: PWN, 2005. 344 s.
10. *Jochym-Kuszklikowa L., Kossakowska E.* Słownik rosyjsko-polski. Biznes i gospodarka. Warszawa: PWN, 2009. 638 s.
11. *Konopielko B.* Słownik finansowy rosyjsko-polski. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 1996. 403 s.
12. *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami.* Oprac. Kłosińska A., Sobol E., Stankiewicz A. Warszawa: PWN, 2005. 656 s.

References

Literatura

1. Osnovy' russkoj delovoj rechi: ucheb. posobie / Pod red. V.V. Ximika. SPb.: Zlatooust, 2012. 448 s.
2. *Teliya V.N.* Russkaya frazeologiya. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty'. M.: Yazy'ki russkoj kul'tury', 1996. 288 s.
3. *Kurkowska H., Skorupka S.* Stylistyka polska: zarys. Warszawa: PWN, 2001. 399 s.
4. *Tokarski R.* Metafora i metonimia w słowniku // Współczesny język polski / Pod red. J. Bartmińskiego. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, 2010. S. 355–360.

Spravochny'e i informacionny'e izdaniya

5. *Arutyunova N.D.* Metafora // Yazy'koznanie. Bol'shoj e'nciklopedicheskij slovar' / Pod red. V.N. Yarcevoj. M: Bol'shaya Rossijskaya e'nciklopediya, 1998. S. 296–297.
6. *Mokienko V.M.* Novaya russkaya frazeologiya. Opole: Uniwersytet Opolski: Instytut Filologii Polskiej, 2003. 168 s.
7. *Novikov A.B.* Slovar' perifraz russkogo yazy'ka (na materiale gazetnoj publicistiki). M: Russkij yazy'k, 2000. 352 s.
8. *Rajzberg B.A., Lozovskij L.Sh., Starodubceva E.B.* Sovremenny'j e'konomicheskij slovar'. M.: INFRA-M., 1999. 479 s.
9. *Bańko M.* Słownik peryfraz czyli wyrażen' omownych. Warszawa: PWN, 2005. 344 s.
10. *Jochym-Kuszlukowa L., Kossakowska E.* Słownik rosyjsko-polski. Biznes i gospodarka. Warszawa: PWN, 2009. 638 s.
11. *Konopielko B.* Słownik finansowy rosyjsko-polski. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 1996. 403 s.
12. Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami. Oprac. Kłosińska A., Sobol E., Stankiewicz A. Warszawa: PWN, 2005. 656 s.