

десятилетия наблюдается особенное увеличение притока иностранных слов в русский язык, в большей степени из английского языка. Современная молодежь, которая активно пользуется компьютерными ресурсами и социальными сетями, знает английский язык на достаточно хорошем уровне.

Молодые люди, используя английские слова в своей речи, обыгрывают и переименовывают заимствованные лексемы, которые основываются на фонетическом сходстве слов в английском и русском языках (англ. *cross* — кроссы, *repost* — репостнуть, *check in* — зачекиниться, *virus* — завируситься, *chat* — чатиться, *club* — клубиться, *ignore* — игнорить). Целью такой переделки является намеренное искажение заимствованного слова, таким образом, добавляется ироничный оттенок в значение данного слова. Но основное значение языка-источника, как правило, сохраняется [1, с. 191].

Активное использование иностранных слов в речи современной молодежи стало очень модным. С одной стороны, это объясняется созданными в молодежном сообществе стереотипами, идеалами (бэби, лузер, тинейджер, респект, мейкап). С другой стороны, многие слова иностранного происхождения служат для общения в дружеских кругах и социальных сетях (лайк, селфи, репост, мейнстрим). Употребление всех этих слов носит негативный характер, поскольку все это — дань моде. Но в то же время нужно отметить и необходимое использование иностранных слов в молодежной среде. С развитием компьютерных технологий и появлением большого количества мобильных приложений иностранные слова пополняют словарный запас молодежи.

Таким образом, употребление иностранных слов в речи современной молодежи как дань моде носит негативный характер, поскольку снижает речевую культуру и засоряет русский язык.

Источник

1. Шпакоўская, Л.І. Запозычаная лексіка ў сучаснай беларускай літаратурнай мове: сфера функцыянавання і ступень адаптацыі / Л.І. Шпакоўская // Управление в социальных и экономических системах : материалы XXIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15 мая 2014 г. / редкол.: Н.В. Суша (пред.) [и др.] ; Минск. ин-т упр. — Минск, 2014. — С. 191.

<http://edoc.bseu.by/>

Н.М. Эдвардс, канд. пед. наук, доцент
nedwarn@gmail.com
БГЭУ (Минск)

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АМЕРИКАНСКИХ СПОРТИВНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ

В последние годы усиливается интерес к вопросам, связанным с функционированием фразеологизмов в различных коммуникативных дискурсах. Главным образом это связано с развитием бизнес-контактов между представителями разных культур, коммуникация с которыми требует знания не только официального английского языка (как доминирующего в бизнес-среде), но и понимания партнеров на более глубоком, фразеологическом уровне.

Во многих исследованиях отмечается, что в межличностной англоязычной коммуникации бизнес-сферы активно используются спортивные фразеологизмы. Американский спортивный контекст обогащает бизнес-дискурс фразеологизмами не столько лексически, сколько прагматически, привнося новые, более мощные эмоциональные и оценочные доминанты. Способность фразеологизмов производить мощный коммуникативный эффект

и вызывать у реципиента прагматические отношения к сообщаемому, т.е. осуществлять полноценное прагматическое воздействие на получателя информации, составляет их прагматический потенциал и подкрепляется способностью к многообразным ассоциативным связям и переносу оценочных значений. Рассмотрим два примера с точки зрения прагматического потенциала.

1. *A Hail Mary pass* — «последний шанс, последняя попытка, на которую есть малая надежда». Источник выражения — американский футбол, в котором оно употреблялось для описания паса вперед в расчете на случайный подбор мяча, обычно на последней минуте матча. Любопытно, что имя собственное *Hail Mary* пришло в спорт из религиозного дискурса (лат. *Ave Maria*) — это традиционная католическая молитва с просьбой о заступничестве Пресвятой Девы Марии, матери Иисуса. Отсюда ясна отчаянная апелляция к последней надежде. С точки зрения прагматического потенциала данный фразеологизм содержит попытку мобилизующего воздействия на реципиента в коммуникативной ситуации безысходности и малой доли надежды на успех.

We offered the client a 15 % reduction in price *as a Hail Mary* to win their business. — «Мы предложили клиенту скидку в 15 %, *это была наша последняя попытка* завоевать их бизнес».

2. *To pull out all the stops* — «выложиться на полную, приложить все усилия, использовать все возможности, очень постараться, ни перед чем не останавливаться и достичь желанного результата». Здесь прагматический потенциал носит мобилизующий характер в трудной ситуации и неожиданно для окружающих добиться желаемого почти чудом:

We should *pull out all the stops* to try and do so. I cannot comment on the changes as such at this time, but certainly we will take them away and study them. — «Мы должны *сделать все возможное и добиться этого*. В данный момент я не могу прокомментировать предложенные поправки, но мы их обязательно изучим. Pimlott's excellent new production *pulls out all the stops*. — «Новая превосходная постановка от Pimlott *просто совершила чудо*».

Выбор коммуниканта всегда обуславливает различный прагматический эффект его высказывания в различных коммуникативных ситуациях, а коммуникативные возможности фразеологизмов и их переноса в разные дискурсы практически не имеют границ. Прагматический потенциал американских спортивных фразеологизмов обладает мощным эмоционально-оценочным зарядом, переносимым в бизнес-дискурс с привнесением дополнительного усиливающего значения, актуализируя в деловой речи оценочные значения на более эмоциональном уровне. Результат действенности американских спортивных фразеологизмов, используемых в бизнес-дискурсе, отражается в прагматическом эффекте, который служит мерой их ценности, а контекст, окружающий фразеологизм, усиливает его прагматическую установку.