

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В ДЕЛОВОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Орел И. В.

Сибирский государственный аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск, Россия

This article is devoted to the peculiarities of idiom functioning in the official-business sphere of the German language.

Официально-деловой стиль характеризуется высокой регламентированностью речи и ограничен определенными способами выражения и построения высказываний. Деловая речь и официальные документы имеют строгий и безличный вид, слова излагаются в своих прямых значениях, образность, как правило, отсутствует. Поэтому фразеологические единицы, используемые в текстах официально-делового стиля, в основном нейтральны, похожи на термины или номенклатурные наименования. Такого рода фразеологические сочетания и отдельные слова – термины можно встретить в отчетах, официальных пререговорах или брифингах, причем каждая область имеет свою специфическую терминологию (очень часто с латинскими корнями): например, *extrarevenue* (дополнительный доход), *highcontractingparties* (высокие договаривающиеся стороны), *memorandum* (дипломатическая нота, меморандум), *pact* (договор, пакт), *protectorate* (протекторат), *extraterritorialstatus* (экстерриториальный статус) и т.д.

Однако, иногда для усиления необходимого эффекта могут использоваться эмоционально-оценочные и экспрессивно-окрашенные выражения: например, *peinliche Themen* (неловкие темы), *blaues Blut* (голубая кровь), *seine Haut retten* (спасать свою шкуру), *ins Leere laufen* (бежать в пустоту), которые не просто служат для передачи информации, но и обогащают нашу устную и письменную речь при правильном использовании их в контексте.

Фразеологизмы не являются конкретными, они подразумевают, описывают и усиливают сказанное, расширяя рамки наших выразительных возможностей. В последнее время фразеологические единицы наиболее активно применяются в СМИ и в устных официальных выступлениях должностных лиц и политиков: например, “... *der US-Präsident wird für die Kanzlerin der härteste Brocken sein...*” (...президент США станет для канцлера самым крепким орешком); “...*auch Frankreich ist im Visier der Terroristen...*” (...также Франция под прицелом террористов...), “...*es ist das Vorspiel zum sozialistischen Schlaraffenland...*” (... это – пролог социалистической сказочной страны), “...*Er will der Kanzlerin den Rücken stärken...*” (...Он хочет укрепить спину канцлеру...), “...*die junge EU-Außenpolitik entwuchs den Windeln ...*” (... молодая внешняя политика Евросоюза выросла из пеленок...), “... *in dieses Wespennest will die Bundeskanzlerin nicht stechen...*” (Бундесканцлер не хочет ворошить это осиное

гнездо...), "... *die USA sollten sich selbst strategische Zügel anlegen* (США должны были сами себя держать в стратегической узде) и т.д.

Деловое письмо – это особый тип документа, в котором имеет место правильность оформления и совокупность реквизитов. Оно обычно включает в себя данные об обстоятельствах дела и носит юридический характер.

Тем не менее, деловое письмо может иметь более гибкие возможности в коммуникативном отношении, чем другие примеры деловой переписки (накладная, приказ, выписка, отчет, повестка, извещение). Между давними партнерами могут быть использованы более свободные формы взаимодействия: доверие, благодарность, проявление своего особого расположения, надежда на дальнейшее продолжение партнерских отношений, например: *Die Sache ist geklappt.* (Дело улажено); *Die Augen offenhalten* (быть начеку); *Die Nase im Wind* (держат нос по ветру); *Ein Mann, ein Wort* (человек слова); *Alles hat seinen Preis* (Все имеет свою цену); *Das ist eine schwere Schlappe* (потрпеть фиаско); *Er versteht von dieser Sache soviel wie die Kuh vom Sonntag* (Он разбирается в этом деле, как свинья в апельсинах); *Alles ist in Butter* (Все в порядке); *Es ist kein Meister vom Himmel gefallen* (Не боги горшки обжигают) и т. д.

Деловой стиль пополняется фразеологизмами с компонентами английского происхождения, напрямую связанных с работой компьютера и использованием Интернетом: *in Cyberspace leben* (жить в гиперпространстве), *Online sein, Online / on line surfen* (плыть по волнам Интернета в режиме реального времени). Можно найти много англицизмов в различных профессиональных сферах и прежде всего в экономике и технике. В эти сферы проникает большой поток терминов на основе новых технологий, и, зачастую в немецком языке нет специальных названий, их можно обозначить только с помощью описания, используя при этом словосочетания или даже целые предложения: *Public Relations* = *Offentlichkeitsarbeit, öffentliche Beziehungen, Kontaktpflege und Meinungspflege*; *Think-Tank* = *Gehirnzentrum, Denkfabrik, Expertengemeinschaft*. Профессинализмы представляют собой богатый материал для развития фразеологических единиц: например, *Probleme managen, Vorbestellungen canceln, Preise scannen, dog's life, auf Hotline sein, distance halten*.

Иноязычные компоненты в составе фразеологических единиц наделяются грамматическими категориями: существительные приобретают категории числа и рода, например: *die Bubble Economy*, глаголы – определенный тип спряжения (в основном, слабый): *maken- makte -gemakt*, прилагательные также употребляются по аналогии с немецкими: *easieres Leben*, заимствованные имена существительные пишутся с заглавной буквы: *mit good Cards, bitter End, free Hands, early Bird*. Сегодня наблюдается тенденция распространения фразеологических заимствований с английскими компонентами, которые чаще всего встречались только в разговорной речи, в официально-деловое общение, например: *mit good Cards* (предпринимать что-л., имея все шансы на успех), *lose face* (потерять лицо, престиж), *free Hands haben* (иметь / получить свободу действий; развязать руки), *switchen in* (подключиться к чему-либо).

Популярность фразеологизмов в средствах массовой информации и публичных выступлениях политиков и экономистов растет за счет их высокой активности, яркости и оригинальности внешнего облика. Насколько точно и образно передаются основная мысль, настроение и отношение к проблеме в таких предложениях, например: “...*Borsenexperten schlagen Alarm...*” (...биржевые эксперты бьют тревогу...), “...*man hatte ein Auge auf die Unternehmen...*” (...положили глаз на предприятие...), “...*brachten deutsche Banken in die Bredouille ...*” (...привели немецкие банки в затруднительное положение...), “...*sie konnten also in die Bresche springen...*” (...таким образом, они могли бы прыгнуть в брешь...), “...*der IG Metall ist die AUB ein Dorn im Auge ...*” (...IG Metall стал для AUB бельмом в глазу...), “...*die Gesetzgeber drucken sich weiter ...*” (...законодатели давят дальше...).

Фразеологические единицы отражают специфическое восприятие мира носителями каждого конкретного языка, развивающегося в определенных географических, политических и экономических условиях и использование их при изучении иностранного языка, в том числе деловой сферы, помогает понять и уловить все нюансы изучаемого языка, а любой текст или упражнение сделать образным и интересным.

Литература

1. Васина, А.Л. Проблемы перевода немецких фразеологизмов с национально-культурной спецификой. – г. Благовещенск, econf.rae.ru/pdf/2004/06/Vasina.pdf
2. Лутц Маккензен, *Gutes Deutseh in Schrift und Rede* – М.: Издательство «Аквариум», 1997.