

**Slyvka L. Z.**

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

## IDIOMATIC EXPRESSIONS IN ENGLISH BUSINESS COMMUNICATION: THE MODERN CONTEXT

*The significance and functionality of idioms in contemporary English business discourse are examined in the article. Idioms, with their culturally embedded meanings and imagery, play an essential role in enhancing the expressiveness and precision of professional interactions, making communication more vivid and effective. For many non-native speakers, the use and correct interpretation of idioms can be a challenging task, often leading to misunderstandings and a decrease in the quality of communication.*

*This article emphasizes the key aspects of the proper use of idioms in business English, particularly during the preparation of students and professionals for effective work in an international business environment. The study highlights that mastering idiomatic expressions contributes to the development of speech skills and communicative competence, which is crucial for achieving success in the modern business world.*

*Various aspects of the functional load of business English are considered, including telephone conversations, business correspondence, business meetings, and media. Specific idioms such as “get the ball rolling”, “on the grapevine”, “from the horse’s mouth”, and their use in the context of business communication are analyzed. Particular attention is paid to the translation of idiomatic expressions from English into Ukrainian, taking into account cultural nuances and national characteristics.*

*The article also highlights the importance of practical knowledge of business communication skills in various situations, rather than merely mastering business vocabulary. The acquisition of phraseological units during the learning process and their correct usage contribute to the development and improvement of speech skills of future specialists. Thus, knowledge of idiomatic expressions and the ability to use them correctly provide students with opportunities that help them achieve the level of proficiency necessary for success in the modern business world, allowing them to feel more comfortable in a work environment where specialized English is the norm.*

*Based on the research findings, it can be concluded that idiomatic expressions play a significant role in business communication, adding expressiveness and precision. Knowledge and correct usage of English idioms add vividness to business conversations and allow interlocutors to better understand each other, contributing to the establishment of more informal contacts between partners and enhancing the effectiveness of intercultural communication.*

**Key words:** *idioms, business communication, intercultural communication, translation of idioms, communicative competence, phraseological units, expressiveness, business english, professional interaction.*

**Statement of the problem.** The intricate and multifaceted nature of idiomatic expressions poses a unique challenge in the realm of modern English business discourse. Idioms, with their deeply ingrained cultural connotations and figurative meanings, play a vital role in enriching communication and adding expressive depth to professional interactions. However, for non-native English speakers, the correct usage and interpretation of idioms can be daunting, often leading to misunderstandings and ineffective communication. This issue is especially pronounced in the context of international business, where precision and clarity in communication are crucial for successful partnerships and operations.

The existing body of research highlights the importance of idioms in fostering effective and nuanced business communication. Yet, there remains a significant gap in understanding the specific challenges non-native speakers face and the strategies they can employ to overcome these hurdles. Additionally, the translation of idiomatic expressions from English to other languages, such as Ukrainian, requires further systematization and generalization to ensure the preservation of meaning and expressiveness.

This study aims to address these gaps by exploring the role of idioms in contemporary English business discourse, examining the difficulties faced by non-

native speakers, and proposing practical solutions for their effective use. By shedding light on these issues, the research seeks to enhance the overall quality of business communication, promoting greater inclusivity and understanding across diverse cultural contexts.

**Analysis of recent research and publications.**

Researches in the field of phraseology, particularly in business discourse, have been extensively conducted by numerous scholars and researchers in the domains of linguistics, communication, and business education. Notable contributions include: Illya Rozengart, who explored the impact of phraseological units on the effectiveness of business communication; Olga Bondarenko, who carried out a comprehensive analysis of phraseological units in English and Ukrainian business languages; Oleksandr Grebenyuk, who studied the semantics and functions of phraseological units in various business contexts; Tetiana Tkachenko, who actively researched the role of phraseological units in intercultural communication.

These studies significantly enhance our understanding of the specific use of phraseological units in the business sphere and their impact on communication. By examining the diverse functions and applications of idioms, these scholars have provided valuable insights into how phraseology can shape business interactions, foster clearer communication, and bridge cultural gaps in the corporate world. Their work underscores the importance of mastering idiomatic expressions for effective communication in international business contexts and contributes to the development of strategies to overcome linguistic barriers faced by non-native speakers.

Overall, the issue of using idioms in English business discourse and their translation into Ukrainian requires further research, systematization, and generalization. The use of phraseological units in business discourse is an important aspect of communication, as they can emphasize meaning, making the text more expressive and productive.

**Task statement.** The purpose of the article is to investigate and analyze the use of idiomatic expressions within the context of modern English business discourse. The research will focus on several key objectives: identify and categorize common idiomatic expressions used in contemporary English business communication; examine the impact of idiomatic expressions on the effectiveness and clarity of business interactions, particularly among native and non-native English speakers; explore the challenges faced by non-native English speakers in understanding

and appropriately using idioms in business settings; propose strategies and best practices for non-native speakers to master idiomatic expressions, thereby enhancing their proficiency in business English; evaluate the process and challenges of translating English idiomatic expressions into other languages, with a specific focus on Ukrainian; assess the cultural nuances and implications associated with idiomatic usage in international business environments.

By addressing these tasks, the article aims to provide a comprehensive understanding of the significance of idiomatic expressions in business discourse and offer practical solutions to improve communication across diverse linguistic and cultural backgrounds.

**Outline of the main material of the study.**

Functional features of business English include: telephone conversations discussing business specifics, business correspondence, business media, business meetings, business conversation techniques, and contracts aimed at the business sector [7, p. 35].

Business English as a special-purpose language is considered from the perspective of the interdependent integrity of oral and written speech used in business spheres of life [4, p. 11].

Business English and general English share much more common language when it comes to idioms, expressions, and phrases. Written business communication is not filled with idiomatic expressions, whereas oral business communication allows for the use of idioms not only to convey the necessary information but also to create an atmosphere of genuine communication. Proper use of idiomatic expressions immerses the interlocutor in the atmosphere of English life in general and business in particular, fostering a more informal contact between partners.

Idioms originate from native speakers, but for those whose native language is not English, finding the right word at the right time can be difficult and confusing, making it important to know when and how to use idioms [2, p. 21].

An idiom is a stable expression unique to a language that, regardless of the meaning of the words in it, conveys a concept and usually cannot be literally translated into other languages [3, p. 34]. It is an expression understood only by native speakers or those familiar with the language. Thus, it is a stable expression inherent only to a certain language and culture, making it impossible to translate literally in a formulaic linguistic section. The literal translation of this concept is “communication formula” or “speech pattern”. Therefore, it can be said that

formulated language includes immutable and indivisible expressions that are a single speech unit rather than a combination of several different words. To correctly translate an idiomatic expression, one must completely depart from the sentence structure, its lexical form, fully understand the idea hidden in the sentence, and express it as accurately as possible in a literary form, closely approximating the original.

Many English idioms are based on analogies and metaphors. To understand the true meaning of idioms, they need to be studied in context. For example: “get the ball rolling” – when a project is initiated, it means “to get started”. If a project is delayed, it is “put on hold”. If a project is fully launched and progressing successfully, it is “in full swing”. And if a project fails, it is not closed but “pull the plug”. Idiomatic expressions are often associated with specific images that are unique to the English language. This image cannot always be preserved, but the related meaning must be conveyed accurately. Studying business language contributes to a more comprehensive understanding of the English language, as interlingual communication is a complex multidimensional process that includes the simultaneous interaction of elements with different degrees of communicative direction, structural-semantic complexity, and meaningful explanation of communicative units [8, p. 91].

Although the business world has its own phraseology and even slang, many idioms are often used by business people both in business language and in non-business contexts. For this reason, idioms are not tied to any specific sphere of life or culture in English-speaking countries.

To determine the purposes of using idiomatic phrases and units in this context, as well as their functional load, let us consider the idioms “on the grapevine” and “from the horse’s mouth”. E.g. I heard on the grapevine that our company is going bankrupt. Is it true? – Yes, the CEO told me himself. I heard it from the horse’s mouth – “Ходять чутки, що наша компанія збанкрутує. Так, генеральний директор сказав мені про це”. Я чув це з перших вуст.

This example illustrates both the meaning and syntactic possibilities of idioms, which combine the lexicological, lexicographical, and functional aspects of language. These idiomatic expressions are conversational and informal in style.

Contrary to the belief that business language is dry, let us provide examples of the most commonly used English idioms that make business language more lively and expressive [6, p. 104]. These expressions are mainly heard in the business sphere but can also

be effectively used in public life. In these examples, idioms are organized according to their functional load.

#### 1. Business Startup.

Game plan – План гри – стратегія або план досягнення успіху (план досягнення успіху). E.g. *What is our game plan for dealing with our new competitor?* – Який у нас план гри з нашим новим суперником?

Get something off the ground/get the ball rolling – Піднімати що-небудь з землі / крутити м’яч – почати проєкт або справу (початок проєкту, справи). E.g. *We’re glad the planning process is over. We’ll be looking forward to getting the project off the ground.* – Ми хочемо, щоб процес був спланованим. Ми будемо раді повернути проєкт з краю.

Get off to a flying start – Почати літати – дуже вдало почати діяльність (успішно почати щось). E.g. *The new marketing campaign got off to a flying start and sales increased.* – Нова маркетингова кампанія почала успішно, продажі зросли.

Learn the ropes – навчитися основам чогось (навчитися основам чогось). E.g. *I’m learning the ropes in my new position.* – Я поставив мотузки на нашу нову позицію.

In a nutshell – Коротко – це реальні головні факти в двох словах, зрозуміло (коротше, в кількох словах передати головне). E.g. *In a nutshell, this book is about how to motivate employees.* – Словом, ця книга про те, як мотивувати співробітників.

Give the thumbs up – давати схвалення (затверджувати щось). E.g. *They gave our new proposal the thumbs up.* – Нашу нову пропозицію схвалили.

Give a thumbs down – заперечувати схвалення (відмову, несхвалення). E.g. *I can’t believe she gave us the thumbs down.* – І немає сумніву, що вони схрестили пальці.

#### 2. Goals and Objectives.

Since we are ready to achieve the goal – both as a method and a means to achieve the goal – we can use special offices to acquire major signs – in other words, as a means to achieve the goal.

Think big – мати амбіційні цілі та плани на майбутнє (мати амбіційні плани на майбутнє). E.g. *I’m not content with just opening one or two more stores. I’m thinking big. I think we can open 10 stores in the next five years.* – Мене не влаштовує просто відкрити ще один-два магазини. Я думаю масштабно – я думаю, що ми можемо відкрити 10 магазинів протягом наступних п’яти років.

Make up one’s mind – вирішувати. E.g. *I haven’t yet made up my mind whether to accept the offer or not.* – І це треба зробити, незалежно від того, хочеш ти цього чи ні.

On purpose – Свідомо – не випадково чи випадково, а з певним наміром; навмисно (з метою, навмисно). E.g. *Although everyone has to be at the meeting on time, the chairman will be a few minutes late, as usual. He does this on purpose, just to let everyone know who's in charge.* – Але незалежно від того, в який час доби ви підете, у голови буде більше хвилин, ніж зазвичай. Робить це спеціально, але до літа всі знають, хто головний.

Take steps – виконати ряд дій для досягнення певної мети (зробити ряд дій для досягнення певної мети). E.g. *In the course of the next day or so, we shall be taking steps to put our plans into action.* – Найближчим днем чи днями ми мали вжити заходів для реалізації наших планів.

With a view to – з метою, метою (робити) що (зробити). E.g. *We are opening an office in Budapest with a view to expansion in Eastern Europe.* – Ми працюємо з офісу в Будапешті з метою розширення в Європі.

### 3. Focusing.

Come to the point – Перейти до суті – перейти безпосередньо до основної теми або найважливішої частини діяльності (перейти до суті). E.g. *I'm afraid I can't follow your reasoning; you've been speaking for twenty minutes without coming to the point.* – Боюся, я не можу зрозуміти ваші міркування; Ви говорите двадцять хвилин, не доходючи до суті.

Keep your eye on the ball – зосередити всю свою увагу на чому-небудь і не втрачати уваги («стежити за м'ячем», не втрачати з виду). E.g. *I know we can do it. We just need to keep our eyes on the ball and not lose focus.* – Я знаю, що ми можемо це зробити. Ми повинні дивитися на м'яч і не втрачати концентрацію.

Get down to business – Давайте перейдемо до справи – перестаньте балакати і почніть говорити на серйозні ділові теми (приступайте до справи). E.g. *Now, when everyone is here, let's get down to business and talk about the proposal.* – Тепер, коли всі тут, давайте перейдемо до справи і поговоримо про пропозицію.

Get to the bottom of – Докопатися до суті – з'ясувати причину або суть проблеми (з'ясувати суть проблеми, ситуації). E.g. *Staff turnover is on the increase. Management is trying to get to the bottom of the matter.* – Зростає плинність кадрів. Керівництво намагається з'ясувати суть проблеми.

Zero in on – визначити і зосередитися на якійсь меті (зосередити увагу на чомусь). E.g. *We need to come up with new products and zero in on new*

*markets if we are to stay ahead of our competitors.* – Ми повинні розробити нові продукти і зосередитися на нових ринках, щоб залишатися попереду конкурентів.

### 4. Disagreement and Criticism.

At cross purposes – При перехресних цілях – розбіжність думок, бажання, що призводять до плутанини (розмова на «різних мовах», протилежні думки, бажання, що призводять до непорозуміння). E.g. *I was thinking of a meeting this week. – I think we're talking at cross purposes.* – Я думав про цю зустріч. – Думаю, ми розмовляємо на різних мовах.

Get the wrong end of the stick – Взяти не той кінець палиці – значить чогось не зрозуміти. E.g. *If you think our biggest problem is communication then you got the wrong end of the stick.* – Якщо ви думаєте, що наша найбільша проблема – це спілкування, тоді ви нічого не зрозуміли [1, p. 10].

Can't make head nor tail of it – я нічого не розумію (неможливо щось зрозуміти, щось зрозуміти). E.g. *This document from our subsidiary makes no sense at all. I can't make head nor tail of it.* – Цей документ від нашої дочірньої компанії зовсім безглуздий та непотрібний. Нічого в ньому не тямлю [1, p. 10].

Be beside the point – ніякого відношення до обговорюваного (не має відношення до обговорюваного). E.g. *The only important question is whether we go ahead with the project or not; anything else is beside the point.* – Важливо лише те, що ми робимо з проектом чи ні; все інше не має значення.

Shift the blame (or responsibility) (on to) – Перекласти провину (або відповідальність) (на) – спробувати перемістити вагу або фокус провини чи відповідальності, неправильно спрямувавши їх з місця, щоб уникнути цього (перекласти відповідальність за щось на когось іншого). E.g. *He is a bad manager; always shifting the blame for his mistakes on other people.* – Це поганий керівник, який постійно перекладає провину за свої помилки на інших людей.

### 5. Steps to Agreement and Compromise.

Be in line with – бути в згоді чи згоді з (домовлятися з кимось, співпрацювати). E.g. *Your ideas are very interesting, especially as they're very much in line with our own.* – Ваші думки дуже цікаві, особливо тому, що вони дуже співпадають з нашими.

Be on the same page – поділяти схожі думки та ідеї («бути на одній сторінці», добре ладнати). E.g. *Paola and I agree on most things. We seem to be on the same wavelength.* – Ми з Паолою добре ладаємо.



See eye to eye with somebody – мати схожі погляди, порозумітися (ділити схожі думки, добре ладнати). E.g. *My boss doesn't see eye to eye with me about our marketing campaign.* – Мій бос не погоджується зі мною щодо нашої маркетингової кампанії.

Go along with – Згоден з – поділяє ту саму думку; погоджуватися з (розділяти чийсь думки). E.g. *The company is happy to go along with your proposals.* – Компанія із задоволенням прийме ваші пропозиції.

Give and take – Давати і брати – йти на компроміс або досягати згоди, взаємні поступки (досягати компромісу, де кожна сторона виграє або програє однаково). E.g. *All relationships, from marriage to business, call for an element of give and take.* – Усі стосунки, від шлюбу до бізнесу, вимагають взаємних поступок.

Build bridges – «Побудова мосту» – це покращення стосунків між людьми, які дуже відрізняються або мають різні точки зору (намагатися покращити стосунки). E.g. *A non-governmental organization is engaged in building bridges between different communal groups in the city.* – Громадська організація займається «наведенням мостів» між різними громадами міста.

And these are just a few examples of the many vivid expressions you can use to enrich your English.

Idiomatic expressions add a layer of richness and depth to language, making communication not only more engaging but also more precise in conveying nuanced meanings. They can make your speech or writing more colorful and relatable, allowing you to connect better with native speakers and understand cultural contexts more deeply. By integrating idioms into your language repertoire, you enhance your ability to express complex ideas succinctly and vividly.

For instance, consider the idiom “break the ice,” which means to initiate conversation in a social setting, making everyone feel comfortable. Or the phrase “hit the nail on the head,” used to describe someone who has precisely identified the crux of a matter. These idioms not only convey specific meanings but also bring a conversational element to professional and casual dialogues alike.

Learning and using idioms can significantly impact your fluency and make your interactions more authentic. Moreover, idioms often encapsulate cultural wisdom and shared experiences, providing insights into the values and worldviews of the language's native speakers. As you explore and adopt these expressions, you not only improve your linguistic skills but also deepen your cultural appreciation and empathy.

Incorporating idioms into your daily communication will undoubtedly make your English more expressive, engaging, and effective. So, don't hesitate to explore and embrace the colorful world of idiomatic expressions.

**Conclusions.** When studying business English, it is important to understand that knowing business vocabulary is not the primary goal. Far more important is practical knowledge of business communication skills in various situations. Mastering idiomatic expressions during the learning process and using them correctly contributes to the development and improvement of speech skills for future professionals. Thus, knowledge of idiomatic expressions and the ability to use them correctly provides students with opportunities that help them reach the level of proficiency necessary for success in the modern business world, allowing them to feel more comfortable in a work environment where specialized English is the norm.

Based on the research on the use of idioms in modern English business discourse, the following conclusions can be drawn:

- English idioms are widely used in the conversational style of business English.
- Proper translation of English business idioms requires consideration of the language's national color and cultural mentality.
- The expressive function is one of the leading characteristics of business idioms.
- Knowledge and correct use of English idioms add vividness to business conversations and allow interlocutors to better understand each other.
- All idioms used in business language have a pragmatic charge.
- Mastering idiomatic expressions by students contributes to the development of their communicative competence.

The research also highlights the importance of incorporating idioms into the curriculum for business English learners. This helps future professionals achieve the level of proficiency necessary for success in the global business arena, allowing them to feel more comfortable and capable in environments where specialized English is the norm.

In conclusion, the study emphasizes the need for ongoing research and systematic study of idiomatic expressions in business communication. By continuing to explore this area, educators and linguists can develop more effective teaching strategies and resources, ultimately enhancing the linguistic and cultural competence of business professionals worldwide.

**Bibliography:**

1. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Cambridge University Press, 2003. 488 p.
2. Grant L. Idiom Savvy: What Every Language Learner Should Know. McGraw-Hill, 2007. 256 p.
3. McCarthy M., O'Dell F. English Idioms in Use: Advanced. Cambridge University Press, 2010. 190 p.
4. Розенгарт І. Вплив фразеологічних виразів на бізнес-комунікацію. Журнал досліджень бізнес-комунікації. 2019. № 11(2). С. 10–24.
5. Бондаренко О. Фразеологічні одиниці в англійській та українській діловій мові: порівняльний аналіз. Лінгвістичний журнал. 2018. № 22(3). С. 55–70.
6. Гребенюк О. Семантика та функції фразеологічних одиниць у бізнес-контекстах. Міжнародний журнал лінгвістики та комунікації. 2020. № 19(4). С. 101–119.
7. Паламарчук О. Ідіоматичні вирази в діловій англійській мові. Вісник Національного університету «Острозька академія». 2008. С. 32–40.
8. Ткаченко Т. Роль фразеологічних виразів у міжкультурній комунікації. Глобальний лінгвістичний огляд. 2021. № 15(1). С. 88–102.
9. Устенко Л. Ф. Особливості функціонування фразеологічних одиниць у різних стилях української мови. Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя: Філологічні науки. Чернівці, 2011. С. 41–42.

**Сливка Л. З. ІДІОМАТИЧНІ ВИРАЗИ В АНГЛІЙСЬКОМУ БІЗНЕС-СПІЛКУВАННІ: СУЧАСНИЙ КОНТЕКСТ**

*У статті «Ідіоматичні вирази в англійському бізнес-спілкуванні: сучасний контекст» досліджується значення та функціональність ідіом у сучасному англомовному діловому дискурсі. Ідіоми, з їх культурно вбудованими значеннями та образністю, відіграють важливу роль у підвищенні виразності та точності професійних взаємодій, роблячи спілкування більш яскравим та ефективним. Для багатьох носіїв інших мов використання та правильна інтерпретація ідіом стає складним завданням, що часто призводить до непорозумінь і зниження якості комунікації.*

*Ця стаття акцентує увагу на ключових аспектах правильного використання ідіом у діловому англійському мовленні, особливо під час підготовки студентів та професіоналів до ефективної роботи в міжнародному бізнес-середовищі. У дослідженні підкреслюється, що засвоєння ідіоматичних виразів сприяє розвитку мовленнєвих навичок та комунікативної компетентності, що є важливим для досягнення успіху в сучасному діловому світі.*

*Розглядаються різноманітні аспекти функціонального навантаження ділової англійської мови, зокрема телефонні розмови, ділове листування, ділові зустрічі та медіа. Аналізуються специфічні ідіоми, такі як “get the ball rolling”, “on the grapevine”, “from the horse’s mouth”, та їх використання в контексті бізнес-комунікації. Особлива увага приділяється перекладу ідіоматичних виразів з англійської на українську мову, з урахуванням культурних нюансів та національних особливостей.*

*Стаття також акцентує увагу на важливості практичного знання навичок ділового спілкування в різних ситуаціях, а не лише на володінні бізнес-лексикою. Засвоєння фразеологізмів під час навчального процесу та їх правильне використання сприяють розвитку та вдосконаленню мовленнєвих навичок майбутніх спеціалістів. Таким чином, знання ідіоматичних виразів і вміння їх правильно використовувати надає студентам можливість, які допоможуть їм досягти рівня володіння, необхідного для успіху в сучасному діловому світі, почуваячись більш комфортно в робочому середовищі, де спеціальна англійська є нормою.*

*За результатами дослідження можна зробити висновок, що ідіоматичні вирази відіграють значну роль у бізнес-спілкуванні, додаючи йому виразності та точності. Знання та правильне вживання англійських ідіом надають діловій розмові яскравості та дозволяють співрозмовникам краще розуміти один одного, що сприяє встановленню більш неформального контакту між партнерами та підвищенню ефективності міжкультурної комунікації.*

**Ключові слова:** ідіоми, ділове спілкування, міжкультурна комунікація, переклад ідіом, мовленнєва компетентність, фразеологічні одиниці, експресивність, ділова англійська мова, професійна взаємодія.