

АНГЛІЙСЬКІ ІДІОМАТИЧНІ ВИРАЗИ ЯК ІНДИКАТОР КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ

Шерстюк Ольга Ігорівна,

кандидат технічних наук, доцент,

доцент кафедри «Філологія»

Одеського національного морського університету

ORCID ID: 0000-0002-0482-2656

Стаття присвячена дослідженню англійських ідіоматичних виразів як важливих індикаторів корпоративної культури в управлінні проєктами. У сучасному глобалізованому бізнес-середовищі, де англійська мова є домінантною в міжнародних комунікаціях, ідіоматична лексика відіграє ключову роль у створенні неформальних комунікативних кодів, які сприяють ефективній взаємодії в командах. Запропонована класифікація ідіоматичних виразів у контексті проєктного менеджменту, яка охоплює шість категорій: ідіоми планування та цілепокладання, ідіоми управління ресурсами та бюджетом, комунікативні ідіоми, ідіоми управління ризиками, ідіоми оцінювання прогресу й ідіоми командної роботи.

Проаналізовано взаємозв'язок між вибором ідіоматичних виразів і типом організаційної культури, а також підкреслена значущість ідіом у формуванні професійних цінностей і комунікативних стратегій у проєктному менеджменті.

У процесі дослідження було виокремлено чотири типи корпоративних культур: стартапи, консервативні корпорації, технологічні компанії та державні установи. Для кожного типу була визначена специфіка використання ідіоматичної лексики.

У статті розкрито прагматичні функції ідіоматичних виразів, які виходять за межі прямого мовного значення. Ідіоми виконують важливі ролі: вони консоліднують команди, створюють спільне комунікативне поле; сприяють м'якій і дипломатичній взаємодії; структурують професійне мислення, заохочують нестандартні підходи; забезпечують культурну ідентифікацію членів команди; виконують функцію емоційної розрядки у стресових ситуаціях. Окрім того, використання ідіом дозволяє менеджерам діагностувати комунікативний клімат у команді й оперативно реагувати на потенційні проблеми.

Доведено, що ідіоматичні вирази є не лише лінгвістичним засобом, але й соціокультурним інструментом, здатним транслювати цінності компанії, адаптувати комунікацію до її внутрішніх особливостей і полегшувати взаємодію в міжкультурних командах. Особливу увагу приділено рекомендаціям щодо використання ідіом у міжнародних проєктних командах. Вони включають контекстуальне пояснення виразів, створення командного глосарія професійних термінів, перевірку розуміння через зворотний зв'язок і навчання членів команд специфіки професійної комунікації.

Ключові слова: ідіоматичні вирази, корпоративна культура, управління проєктами, комунікативні стратегії, міжкультурна взаємодія.

Sherstiuk Olha. English idiomatic expressions as an indicator of corporate culture in project management

The article studies English idiomatic expressions as significant indicators of corporate culture in project management. In the modern globalised business environment, where English is the dominant language of international communication, colloquial language is crucial in creating informal communication codes that facilitate effective team interaction. A classification of idiomatic expressions in the context of project management is proposed, encompassing six categories: planning and goal-setting idioms, resource and budget management idioms, communicative idioms, risk management idioms, progress evaluation idioms, and teamwork idioms.

The article analyses the correlation between the choice of idiomatic expressions and the type of corporate culture while emphasising the importance of idioms in shaping professional values and communication strategies in project management. The study identifies four types of corporate cultures: startups, conservative corporations, technology companies, and government institutions. For each type, the specific characteristics of idiomatic language usage were determined.

The pragmatic functions of idiomatic expressions, which extend beyond their literal meanings, are explored in the article. Idioms play key roles in consolidating teams by creating a shared communication framework, promoting soft and diplomatic interaction, structuring professional thinking, encouraging unconventional approaches, and ensuring the cultural identity of team members. Additionally, they provide emotional relief in stressful situations. Moreover, using idioms allows managers to assess the communicative climate within a team and respond promptly to potential issues.

The research demonstrates that idiomatic expressions are not merely linguistic tools but also socio-cultural instruments capable of conveying corporate values, adapting communication to internal company dynamics, and facilitating interaction in cross-cultural teams. Particular attention is given to recommendations for using idioms in international project teams. These include contextual explanations of expressions, the creation of team glossaries of professional terms, checking comprehension through feedback, and training team members in the specifics of professional communication.

Key words: idiomatic expressions, corporate culture, project management, communication strategies, cross-cultural interaction.

Вступ. У сучасному глобалізованому бізнес-середовищі комунікація стає ключовим інструментом ефективного управління проєктами. Англійська мова, будучи домінантною мовою міжнародного бізнесу, не лише є засобом передачі інформації, але й відображає глибинні культурні та комунікативні особливості організаційної взаємодії. Особливу роль у цьому контексті відіграють ідіоматичні вирази, які виходять за межі буквального значення та несуть потужне смислове навантаження корпоративної культури.

Проблематика ідіоматичних виразів у сучасній лінгвістиці привертає увагу дослідників різних наукових напрямів. Зокрема, О.О. Мишак у дослідженні прагматичних ідіом сучасної англійської мови розкрив особливості функціонування ідіоматичних конструкцій у комунікативному просторі, визначив їхню здатність передавати імпліцитні смисли й емоційне забарвлення комунікації [1, с. 189–190]. Вагомий внесок у вивчення ідіом зробили Л.М. Коваль, О.А. Чаплик і С.Р. Масон, які детально проаналізували специфіку використання ідіоматичних виразів у сучасному англійському діловому дискурсі [2, с. 123]. Методологічно значущим є дослідження Н.О. Герцовської та Т.Б. Шпеник, присвячене класифікації англійських ідіом з урахуванням тематичного аспекту. Науковці запропонували комплексний підхід до систематизації ідіоматичних виразів, що створює теоретичне підґрунтя для подальших лінгвістичних розвідок [3, с. 32–33]. Міжнародний контекст дослідження представлений працею М. Rossi, яка розглядає термінологічні метафори та варіативність спеціалізованих термінів. Дослідження акцентує увагу на міжмовних і внутрішньомовних варіаціях [4, с. 205–206].

Отже, незважаючи на наявність численних наукових досліджень, комплексне дослідження ідіоматичних виразів як індикаторів корпоративної культури в управлінні проєктами досі залишається актуальним і зумовлене динамічними трансформаціями в сучасному бізнес-середовищі, що характеризуються інтенсивним зростанням міжнародної проєктної співпраці. У контексті глобалізації особливої значущості набуває необхідність глибшого розуміння неформальних комунікативних практик, які виходять за межі стандартизованих професійних комунікацій. На особливу увагу заслуговує потреба вивчення латентних культурних кодів в управлінні проєктами, оскільки саме вони часто становлять приховану основу ефективної командної взаємодії. Водночас сучасна наукова парадигма демонструє брак комплексних досліджень лінгвопрагматичних аспектів проєктної комунікації, що додатково підкреслює теоретичну та практичну цінність пропонованого наукового пошуку.

Мета статті полягає у проведенні комплексного аналізу англійських ідіоматичних виразів як маркерів корпоративної культури у проєктному менеджменті.

Завдання статті такі:

- виділення та класифікація ідіоматичних виразів, характерних для проєктного менеджменту;
- дослідження кореляції між уживанням окремих ідіом і організаційною культурою компаній;
- аналіз комунікативно-прагматичних функцій ідіоматичних виразів у проєктній взаємодії;
- розроблення рекомендацій щодо вико-

ристання ідіоматичної лексики в міжнародних проєктних командах.

Результати. Дослідження ролі англійських ідіом у подоланні міжкультурних бар'єрів набуває особливої значущості в контексті формування ефективних комунікативних стратегій [2, с. 123]. Міжкультурні бар'єри у проєктному менеджменті виникають унаслідок відмінностей у комунікативних моделях, культурних парадигмах, національних традиціях ведення бізнесу та мовних картинах світу, англійські ідіоми виступають свого роду культурними мостами, що дозволяють долати комунікативні бар'єри та встановлювати глибший взаємозв'язок між членами міжнародних команд.

Розглянемо детальніше палітру ідіоматичних виразів і їхню роль у різних аспектах проєктного менеджменту.

Класифікація ідіоматичних виразів у проєктному менеджменті являє собою складну багаторівневу систему, що відображає різноманітні аспекти професійної комунікації та управлінської діяльності.

1. Ідіоми планування та цілепокладання характеризують стратегічний вимір проєктної роботи. Вирази на кшталт *“shoot for the moon”* (ставити амбітні цілі) символізують прагнення до амбітних, здавалося б недосяжних цілей, заохочують команду до максимальної реалізації потенціалу. Ідіома *“keep the ball rolling”* (підтримувати темп проєкту) метафорично описує необхідність підтримання динаміки проєкту, постійного руху та прогресу. *“Get the ball rolling”* (розпочати проєкт) безпосередньо позначає момент запуску проєкту, ініціювання робочого процесу. Вираз *“on the same page”* (мати спільне розуміння цілей) підкреслює критичну важливість спільного розуміння цілей, завдань і очікувань усіма членами проєктної команди [5]. Також у плануванні проєкту часто використовуються такі ідіоми: *“put all your ducks in a row”* (підготувати все належним чином), *“get your act together”* (організуватися, зібратися), *“leave no stone unturned”* (розглянути всі можливі варіанти), *“cover all bases”* (ураховувати всі аспекти).

2. Ідіоми управління ресурсами та бюджетом відображають фінансово-економічний контекст проєктної діяльності. *“Burn rate”* (темп витрачання коштів) деталізує темп витрачання фінансових ресурсів, слугує інди-

катором ефективності використання коштів. *“Stretch the budget”* (економити кошти) демонструє креативний підхід до фінансового планування, здатність максимізувати результат за мінімальних витрат. Вираз *“nickel and dime”* (економити на дрібницях) критично характеризує надмірну економність, яка може негативно впливати на якість проєкту. *“Cash cow”* (прибутковий напрям проєкту) позначає напрям або складову частину проєкту, яка стабільно генерує прибуток і слугує фінансовою опорою.

3. Комунікативні ідіоми розкривають нюанси професійної взаємодії. *“Touch base”* (короткий робочий контакт) означає короткий, але змістовний робочий контакт, що дозволяє синхронізувати роботу команди. *“Bring to the table”* (представити пропозицію) підкреслює важливість конструктивних пропозицій і внеску кожного учасника. *“Read between the lines”* (розуміти приховані смисли) демонструє здатність проєктного менеджера розуміти латентні комунікативні сигнали, контекст і приховані смисли [5]. *“Think outside the box”* (нестандартне мислення) заохочує креативність, нестандартний підхід до вирішення проблем.

4. Ідіоми управління ризиками презентують стратегії мінімізації негативних впливів. *“Hedge your bets”* (мінімізувати ризики) позначає диверсифікацію ризиків, розподіл ресурсів для зменшення потенційних втрат. *“Back to the drawing board”* (перепланування) символізує готовність повернутися до первинного планування в разі виникнення системних проблем. *“Cut your losses”* (припинити неефективний напрям) демонструє раціональний підхід до припинення неефективних напрямів роботи. *“Play it safe”* (обережний підхід) характеризує консервативну стратегію мінімізації ризиків.

5. Ідіоми оцінювання прогресу слугують інструментом якісної та кількісної оцінки проєктної діяльності. *“Ahead of the curve”* (випереджати очікування) позначає випередження очікувань, досягнення вищих від запланованих результатів. *“Move the needle”* (досягати значущих змін) підкреслює здатність створювати значущі, трансформаційні зміни. *“Game changer”* (проривний результат) характеризує проривні рішення, що кардинально змінюють проєктну траєкторію. *“Low-hanging fruit”* (легкодосяжні цілі) озна-

чає легкодосяжні, швидкоореалізовані цілі, які дають негайний результат.

6. Ідіоми командної роботи фокусуються на колективній взаємодії. *“All hands on deck”* (максимальна мобілізація команди) символізує максимальну мобілізацію команди, колективну відповідальність у критичних ситуаціях. *“Pull your weight”* (внесок кожного члена команди) підкреслює важливість індивідуального внеску кожного члена команди. *“In the same boat”* (спільна відповідальність) демонструє спільність цілей і колективну відповідальність за результат. *“Break the ice”* (подолання комунікативних бар’єрів) позначає подолання комунікативних бар’єрів, створення атмосфери відкритості та довіри.

Представлена класифікація унаочнює багатогранність ідіоматичних виразів у проєктному менеджменті, демонструє їхню здатність не лише передавати інформацію, але й формувати специфічну професійну культуру, що виходить за межі буквального значення слів.

Мова є не лише засобом комунікації, але й важливим відображенням корпоративної культури. Ідіоматичні вирази, які використовуються у спілкуванні всередині організації, виступають своєрідними маркерами її цінностей, принципів і способу мислення [6, с. 134]. Дослідження показують, що вибір ідіом у мовленні співробітників безпосередньо залежить від типу організаційної культури, яка домінує в компанії.

У стартапах, які характеризуються динамічністю, високою толерантністю до ризику та горизонтальною ієрархією, у спілкуванні переважають агресивні й енергійні вирази, як-от *“move the needle”* чи *“game changer”*. Ці ідіоми передають дух змін і постійного руху вперед. Неформальна атмосфера стартапів стимулює використання таких фраз, оскільки вони резонують із прагненням до швидкого результату й інновацій.

Консервативні корпорації, натомість, демонструють більш стриману мовленнєву поведінку. Їхня комунікація побудована на класичних ідіомах, як-от *“on the same page”*, які підкреслюють важливість спільного бачення й командної узгодженості. Уникаючи ризикованих чи занадто експресивних висловлювань, співробітники таких компаній дотримуються формалізованого стилю, що відповідає вертикальній структурі управління

та стабільності, яка властива їхній культурі.

Технологічні компанії відзначаються творчим підходом як до роботи, так і до мовлення. Вирази на кшталт *“think outside the box”* відображають їхню спрямованість на інновації та креативність. У таких організаціях заохочуються командний підхід і неформальна атмосфера, де ідіоми стають інструментом стимулювання нових ідей і спільної роботи.

Державні установи, навпаки, прагнуть до нейтральності у спілкуванні. Вони уникають експресивних ідіоматичних виразів, зосереджуються на офіційних кліше і строгій комунікативній ієрархії. Такий підхід відповідає їхній функції – забезпечення стабільності та дотримання процедур.

Отже, ідіоматичні вирази не лише збагачують мову, але є індикаторами організаційної культури. Вибір ідіом визначається як галуззю діяльності, так і внутрішніми цінностями компанії. Вони виконують роль неформальних кодів, які допомагають співробітникам орієнтуватися в корпоративному середовищі та підтримувати єдність команди. Дослідження цієї кореляції відкриває нові перспективи для аналізу комунікації в організаціях і адаптації мовленнєвих стратегій під специфіку корпоративного контексту.

Комунікативно-прагматичні функції ідіоматичних виразів у проєктній взаємодії являють собою багатшаровий лінгвістичний феномен, що виходить далеко за межі простої передачі інформації.

Передусім ідіоматичні вирази виконують функцію емоційної компресії складних професійних станів [7, с. 170]. Наприклад, вираз *“we’re burning the midnight oil”* (ми не встигаємо) миттєво передає стан інтенсивної роботи, перевантаженості та самовіддачі команди, що набагато експресивніше, ніж пряме повідомлення про понаднормову роботу.

Консолідуюча функція ідіом проявляється у створенні спільного комунікативного простору. Уживання усталених виразів на кшталт *“we’re all in the same boat”* миттєво формує відчуття колективної відповідальності та групової єдності. Такі вирази працюють як своєрідний корпоративний код, що миттєво ідентифікує членів проєктної команди.

Важлива прагматична функція полягає в м’якості та дипломатичності комунікації [7, с. 171]. Замість директивного *“we’re burn-*

ing the midnight oil” менеджер каже: “*We need to get the ball rolling*”, що створює атмосферу співпраці, а не адміністрування. Ідіоми дозволяють знизити комунікативну напруженість, зробити зауваження менш категоричними.

Когнітивна функція ідіом виявляється в їхній здатності структурувати професійне мислення. Вирази на кшталт “*think outside the box*” не просто описують креативний підхід, але й формують ментальну матрицю інноваційного мислення, розширюють комунікативні горизонти команди.

Особливо потужною є функція культурної ідентифікації. Уживання специфічних ідіом миттєво маркує приналежність до визначеної професійної спільноти [8, с. 258–259]. Фраза “*move the needle*” одразу ідентифікує мовця як представника проєктного менеджменту, створює відчуття професійної спільноти.

Діагностична функція дозволяє «зчитувати» латентні комунікативні настрої команди. Поява виразів “*cut your losses*” або “*back to the drawing board*” може слугувати індикатором наростання проблемності у проєкті задовго до офіційних звітів.

Важливою є також функція емоційної розрядки. Гумористичні або дотепні ідіоматичні вирази є комунікативним амортизатором у стресових проєктних ситуаціях, допомагають зняти напруження.

Прагматичний потенціал ідіом у проєктній комунікації виявляється також у здатності швидко передавати складні багатопланові професійні контексти. Вираз “*we’re ahead of the curve*” миттєво повідомляє про випередження очікувань, високу ефективність та інноваційність команди.

Отже, ідіоматичні вирази у проєктній комунікації є не просто мовленнєвими прикрасами, а потужним комунікативним інструментом, що виконує складний спектр соціально-психологічних і професійних функцій.

Проведений аналіз комунікативно-прагматичних функцій ідіоматичних виразів у проєктній взаємодії виявив їхній потужний потенціал як інструменту професійної комунікації. Однак, з огляду на складність крос-культурної комунікації в міжнародних проєктних командах, постає необхідність розроблення рекомендацій щодо коректного й ефективного використання ідіоматичної лексики, які б максимально реалізовували комунікативний потенціал ідіоматичних

виразів і мінімізували ризики непорозуміння.

Ключові рекомендації щодо використання ідіоматичної лексики в міжнародних проєктних командах ґрунтуються на принципах ефективної крос-культурної комунікації та взаєморозуміння.

Передусім необхідно усвідомлювати культурний контекст і мовну компетентність членів команди. Використання ідіоматичних виразів має бути виваженим, із чітким розумінням потенційних комунікативних бар’єрів. Оптимальним підходом є поєднання експресивності мови з її максимальною зрозумілістю для всіх учасників проєкту.

Ключовими стратегіями є:

- контекстуальне пояснення ідіом;
- розроблення командного глосарія професійних виразів;
- перевірка розуміння через зворотний зв’язок;
- навчання членів команди особливостей професійної комунікації.

Важливо пам’ятати, що мета використання ідіоматичної лексики – полегшення комунікації, а не створення додаткових комунікативних бар’єрів. Тому кожен ідіоматичний вираз має бути прозорим, логічним і таким, що сприяє ефективній взаємодії в міжнародному проєктному середовищі.

Висновки. У процесі дослідження розроблено комплексну класифікацію англійських ідіоматичних виразів у проєктному менеджменті, яка охоплює шість основних категорій: ідіоми планування та цілепокладання, ідіоми управління ресурсами та бюджетом, комунікативні ідіоми, ідіоми управління ризиками, ідіоми оцінювання прогресу й ідіоми командної роботи. Дослідження виявило, що вибір англійських ідіоматичних виразів у комунікації безпосередньо залежить від типу організаційної культури компанії. У стартапах домінують динамічні й інноваційні ідіоми, які підкреслюють швидкість і проривний підхід до роботи. Консервативні корпорації віддають перевагу стриманим фразам, що сприяють формалізованій комунікації та стабільності. Технологічні компанії активно використовують ідіоми, що стимулюють креативність і неформальну взаємодію. Натомість у державних установах переважає нейтральна лексика, яка виключає експресивні вирази, що відповідає їхній офіційній структурі комунікації.

Ідіоматичні вирази є важливими маркерами корпоративної культури, відображають цінності, стратегії та підходи до управління в різних типах організацій. Вони виконують ключову роль у створенні неформальних комунікативних кодів, що полегшують взаємодію між членами команд і забезпечують єдність цілей. Результати дослідження

демонструють, що ідіоми не лише збагачують професійну лексику, але й впливають на формування командної динаміки та сприяють адаптації мовлення до специфіки галузі. Це підкреслює необхідність урахування ідіоматичних особливостей у міжнародних проєктних командах для покращення ефективності комунікації.

Література:

1. Мишак О.О. Прагматичні ідіоми в сучасній англійській мові. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. Серія «Філологічні науки». 2012. № 2 (4). С. 187–191.
2. Коваль Л.М., Чаплик О.А., Масон С.Р. Використання ідіом у сучасному англійському діловому дискурсі. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2020. Т. 30. № 3. С. 122–125.
3. Герцовська Н.О., Шпеник Т.Б. Підходи до класифікації англійських ідіом: тематичний аспект. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2021. Т. 19. № 1. С. 27–39.
4. Rossi M. Terminological metaphors and the nomadism of specialized terms: Some observations on intralinguistic and interlinguistic variation. Chapter 8. *Multiple Perspectives on Terminological Variation*. 2017. P. 181–212.
5. Зербіно А.Д. Засоби вираження згоди та незгоди в сучасній англійській мові. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка. 13 с. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vlnu/In_mov/2009_16/articles/Zerbino.pdf (дата звернення: 05.12.2024).
6. Мизин Т.О. Синтаксичні та семантичні характеристики прагматичних ідіом. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. Серія «Іноземна філологія». 2017. № 85. С. 132–138.
7. Зубрицький Р.Я., Вірстюк О.Д., Богайчук О.С. Особливості прагматичних ідіом в англійській мові та специфіка їх перекладу на українську мову. *Закарпатські філологічні студії*. 2024. № 33 (1). С. 168–173.
8. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

References:

1. Myshak, O.O. (2012). Pragmatychni idiomy v suchasniy anhliyskiy movi [Pragmatic idioms in modern English]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu imeni Alfreda Nobelya. Seriya "Filolohichni nauky"*, 2 (4), 187–191.
2. Koval, L.M., Chaplyk, O.A., & Mason, S.R. (2020). Vykorystannia idiom u suchasnomu anhliyskomu dilovomu dyskursi [The use of idioms in modern English business discourse]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 30 (3), 122–125.
3. Hertzovska, N.O., & Shpenyk, T.B. (2021). Pidkhody do klasyfikatsii anhliyskykh idiom: tematychnyi aspekt [Approaches to the classification of English idioms: Thematic aspect]. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii*, 19 (1), 27–39.
4. Rossi, M. (2017). Terminological metaphors and the nomadism of specialised terms: Some observations on intralinguistic and interlinguistic variation. In *Multiple Perspectives on Terminological Variation* (pp. 181–212).
5. Zerbino, A.D. (2009). Zasoby vyrazhennia zghody ta nezghody v suchasniy anhliyskiy movi [Means of expressing agreement and disagreement in modern English]. *Lviv: Lvivskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka*. Retrieved from http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vlnu/In_mov/2009_16/articles/Zerbino.pdf.
6. Myzyn, T.O. (2017). Syntaksychni ta semantychni kharakterystyky pragmatychnykh idiom [Syntactic and semantic characteristics of pragmatic idioms]. *Visnyk KhNU im. V.N. Karazina. Inozemna filolohiia*, 85, 132–138.
7. Zubrytskyi, R.Ya., Virstiuk, O.D., & Bohaichuk, O.S. (2024). Osoblyvosti pragmatychnykh idiom v anhliyskiy movi ta spetsyfika yikh perekladu na ukrainsku movu [Features of pragmatic idioms in English and the specifics of their translation into Ukrainian]. *Zakarpatski filolohichni studii*, 33 (1), 168–173.
8. Selivanova, O.O. (2006). *Suchasna linhvistyka. Terminolohichna entsyklopediia* [Modern linguistics. Terminological encyclopedia]. Poltava: Dovkillia-K.