А.В. ПОТАПОВА
(Москва)

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ БИЗНЕС-ДИСКУРС КАК САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ТИП ДИСКУРСА

Рассматриваются понятие и особенности бизнес-дискурса, сходства с деловым дискурсом, а также отличия от него, приводится классификация. Англоязычный бизнес-дискурс описывается в связи с широким применением английского языка в современном деловом мире.

Ключевые слова: *бизнес, бизнес-дискурс, бизнес-лингвистика, деловой дискурс, междисциплинарный подход.*

Бизнес-дискурс тесно связан со сферой бизнеса: он описывает бизнес-реалии, процессы и явления, происходящие в бизнесе, взаимодействие участников бизнес-коммуникаций и т.п. Иными словами, бизнес-дискурс – это как совокупность текстов, объединенных бизнес-тематикой, так и вербализация делового общения.

Бизнес-дискурс является разновидностью делового дискурса; понятие делового дискурса существовало в отечественной лингвистике еще до введения понятия бизнес-дискурса, но на данный момент более актуально последнее, поскольку деловой дискурс включает в себя тексты разной тематики, это слишком широкое и размытое понятие [4, с. 83].

В XX в. дискурс обычно подразделялся на устный и письменный, однако сейчас классификация по типу канала передачи информации уже недостаточна, она является устаревающей. Ранее оппозиция между устным и письменным дискурсом казалась очевидной, но на данный момент она не являются таковой – с развитием каналов коммуникации и информационных технологий четкое разграничение между этими типами дискурса исчезло. Это касается в том числе и бизнес-дискурса.

Исходя из способов и случаев использования, можно выделить несколько подвидов бизнес-дискурса:

– профессионального делового общения (используемый при общении с коллегами и при переговорах, а также особый бизнес-сленг);

– документный (дискурс письменной корреспонденции);

– ритуальный (дискурс отчетов и совещаний, выступлений руководителей и др.);

– учебно-академический (представленный в исследованиях и учебных пособиях);

– дискурс бизнес-медиа (дискурс СМИ по бизнес-проблематике) [1, с. 49].

Наряду с термином *бизнес-дискурс* также используется термин *деловой дискурс*. Термины считаются синонимичными, но все же имеет смысл рассматривать бизнес-дискурс как самостоятельный тип дискурса. Поэтому стоит сказать об отличиях делового дискурса от бизнес-дискурса. Для делового дискурса характерны следующие особенности:

- ограниченное количество лексических единиц, большую часть которых составляют языковые штампы, отвечающие на типичные ситуации деловой коммуникации;
- использование денотативных значений слов с целью обеспечения четкости, ясности и однозначности сообщения;
- регулятивно-императивный характер документации;
- документальность (каждый текст имеет характер документа);
- стабильность (общепринятые шаблоны и фразы остаются неизменными в течение долгого времени);
- соблюдение определенных правил ведения делового общения – устного и письменного – в целях экономии времени и усилий участников коммуникации [4, с. 84].

Деловой дискурс более формален, чем бизнес-дискурс. В последнем для достижения целей его участникам недостаточно использовать официально-деловой язык. Официально-деловой язык необходим для общения внутри компании при предоставлении распоряжений и обеспечении информацией, однако он уместен не во всех ситуациях, которые связаны с бизнесом (например, он не используется при общении с клиентами или при продвижении товаров и услуг). По этой причине бизнес-дискурс следует рассматривать как самостоятельный тип дискурса, хотя он и пересекается с официально-деловым дискурсом [2, с. 124].

Необходимо отметить, что для любого дискурса, в частности для бизнес-дискурса, характерно использование не только особой лексики, но и дискурсивных формул – специ-

© Потапова А.В., 2017

альных функционально детерминированных речевых оборотов, которые свойственны коммуникации в конкретном социальном институте (в данном случае это институт бизнеса) [8, с. 10].

Англоязычный бизнес-дискурс сейчас является наиболее популярным направлением исследований. В конце XX в. дискурсивная теория стала широко использоваться в гуманитарных науках. Это привело к лингвистическому повороту, в результате которого язык стал рассматриваться как главный фактор социальных процессов и изменений, ему стала отводиться ключевая роль в исследованиях, он перестал восприниматься (как ранее в лингвистике) в качестве изолированной системы, лишенной социального аспекта. Стали исследоваться реальный и актуальный устный и письменный дискурс, его социальный и прагматический аспекты.

Одновременно с языковым поворотом начался другой глобальный процесс – английский язык стал наиболее популярным языком в мире. Новый статус английского как глобального языка подразумевает не только то, что представителям различных языковых сообществ стало удобнее общаться друг с другом, но и то, что в международном бизнесе английский стал использоваться чаще всего. Следствием двух этих процессов оказалось то, что лингвисты начали более активно исследовать деловой английский язык и дискурс (дискурс – это не только язык, но и среда, в которой он используется, а также диалог, в том числе в науке) [9–10].

Бизнес-дискурс испытал влияние различных сфер и дисциплин, включая дискурс-анализ, анализ речи, прагматику взаимодействия, этнографию, теорию жанров и организационную коммуникацию. История бизнес-дискурса как отдельного направления исследований началась в конце 1980-х гг., когда лингвисты осознали значимость роли языка в бизнес-деятельности. В 1990-х гг. была поставлена проблема определения поля исследований бизнес-лингвистики, а также ее подходов и методологии.

В начале истории бизнес-лингвистики изучались такие области и проблемы, как, например, язык переговоров, бизнес-дискурс конкретных компаний и др. Десятилетие спустя проблемы оставались примерно такими же, но лингвисты уже приобрели опыт анализа бизнес-дискурса, а потому анализ получался более разносторонним и глубоким. Исследователи стали использовать междисциплинарный подход. В частности, они привлекали социологические методы для обоснования тех или иных дискурсивных практик. Лингвисты предпочитают иметь дело с аутентичными данными, даже когда это связано с некоторыми трудностями (например, получением доступа к бизнес-организациям и их конфиденциальным документам) [7, с. 5–7].

Англоязычный бизнес-дискурс делится на несколько пластов. Ниже приведем их краткую характеристику.

Первый из пластов (терминологический) содержит понятия, используемые в бизнес-коммуникации. Он охватывает также другие термины, которые являются общими для нескольких отраслей, включая бизнес, т.е. используются не только в деловом общении.

Второй (лексический) пласт англоязычного бизнес-дискурса образует официально-деловая лексика. Многие из таких слов включаются в тематические словари.

Третий и четвертый пласты играют роль в когнитивных процессах, поскольку образующие их термины обозначают более специализированные по сравнению с общим языком понятия, благодаря которым возможно понимание мира бизнеса как такового. Третий пласт образуют слова, которые относятся к ключевой бизнес-терминологии, а четвертый – лексика отраслевых терминологических систем.

Лексика каждого из описанных типов важна для делового общения. Лексические пласты взаимодействуют между собой, показывая подвижность существующих между ними границ [3, с. 272–275].

Бизнес-дискурс, как уже было отмечено, необязательно строгий и формальный. Учитывая то, что бизнес сейчас становится все более широким понятием, а вовлеченные в него люди не ограничивают себя рамками официально-делового дискурса, в бизнес-дискурсе могут встречаться средства языковой выразительности и даже экспрессия; бизнес-дискурс также может быть интертекстуальным [5, с. 96].

Одним из наиболее часто используемых в англоязычном бизнес-дискурсе приемов является метафора, которая может применяться для того, чтобы объяснить экономические и бизнес-реалии доступным образом. Перевод метафор, как и других средств языковой выразительности, может вызывать трудности – даже с учетом того, что образные выражения позво-

ляют лучше понять суть объясняемых явлений [2, с. 38–40].

Итак, в последние несколько десятилетий английский язык стал широко использоваться в международной коммуникации, в том числе в бизнес-коммуникации. Это совпало с языковым поворотом в гуманитарных науках. Поэтому сейчас развивается не только английский бизнес-дискурс, но и дискурс о нем. Англоязычный бизнес-дискурс можно исследовать при помощи разных подходов – в современной лингвистике более нет ограничений, присутствовавших в этой науке ранее.

Бизнес становится все более неформальной сферой деятельности, он привлекает людей, которые желают не только активно работать, но и развиваться, менять мир вокруг себя. Соответственно, бизнес-дискурс – более сложное и интересное явление, чем официально-деловой дискурс, хотя они имеют общие черты. Бизнес-лингвистика исследует как бизнес-язык, так и условия, в том числе социальные, в которых функционирует этот язык.

Дальнейшие исследования бизнес-дискурса (особенно его неформальных аспектов и выразительных средств) представляются актуальными. Не исключено, что в дальнейшем граница между бизнес-дискурсом и дискурсом неформального общения будет постепенно стираться.

Список литературы

1. Данюшина Ю.В. Бизнес-дискурс: термин, типология, анализ // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер.: Филологические науки. 2010. № 2. С. 48–52.

2. Мельничук М.В., Осипова В.М. Метафора в англоязычном бизнес-дискурсе // Научный диалог. 2015. № 11(47). С. 31–41.

3. Назарова Т.Б. Динамические процессы в словарном составе английского языка делового общения // Ученые записки ОГУ. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2014. №1. С. 271–275.

4. Стодолинская Ю.В. Бизнес дискурс как самостоятельный тип дискурса // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2013. № 9. С. 82–86.

5. Храмченко Д.С. Интертекстуальность английского бизнес-дискурса: функционально-синергетический аспект // Вестн. СамГУ. 2013. № 5(106). С. 96–99.

6. Черноусова Ю.А. Бизнес-контракт как элемент институционального делового дискурса (на материале английского языка) // Вестн. Череповецкого гос. ун-та. 2011. № 3(35). С. 124–127.

7. Bargiela-Chiappini F., Nickerson C., Planken B. Business Discourse. Palgrave Macmillan, 2007.

8. Crawford Camiciottoli B. The Language of Business Studies Lectures. John Benjamins Publishing Company, 2007.

9. Podboj M. Discource-Oriented Approach to Business English: Linking Language in Use and Business Context [Electronic resource] // Academia. edu. URL: http://www.academia.edu/6962182/Discourse-oriented_approach_to_Business_English_Linking_language_in_use_and_business_context (дата обращения: 14.09.2017).

11. The Handbook of Business Discourse / ed. by Francesca Bargiela-Chiappini. Edinburg University Press, 2009.

* * *

1. Danjushina Ju.V. Biznes-diskurs: termin, tipologija, analiz // Izv. Volgogr. gos. ped. un-ta. Ser.: Filologicheskie nauki. 2010. № 2. S. 48–52.

2. Mel'nichuk M.V., Osipova V.M. Metafora v anglojazychnom biznes-diskurse // Nauchnyj dialog. 2015. № 11(47). S. 31–41.

3. Nazarova T.B. Dinamicheskie processy v slovarnom sostave anglijskogo jazyka delovogo obshhenija // Uchenye zapiski OGU. Ser.: Gumanitarnye i social'nye nauki. 2014. №1. S. 271–275.

4. Stodolinskaja Ju.V. Biznes diskurs kak samostojatel'nyj tip diskursa // Perevod i sopostavitel'naja lingvistika. 2013. № 9. S. 82–86.

5. Hramchenko D.S. Intertekstual'nost' anglijskogo biznes-diskursa: funkcional'no-sinergeticheskij aspekt // Vestn. SamGU. 2013. № 5(106). S. 96–99.

6. Chernousova Ju.A. Biznes-kontrakt kak jelement institucional'nogo delovogo diskursa (na materiale anglijskogo jazyka) // Vestn. Cherepoveckogo gos. un-ta. 2011. № 3(35). S. 124–127.

English-language business discourse as a type of discourse

The article deals with the concept of business discourse, its features and classification. English-language business discourse is described in connection with the wide use of the English language in the modern business world.

Key words: *business, business discourse, business linguistics, interdisciplinary approach.*

(Статья поступила в редакцию 19.09.2017)