

О.А.ДЕКАЛО
Украина

ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА И БИЗНЕС-ДИСКУРСА В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Аннотация: Статья посвящена разграничению понятий “деловой дискурс” и “бизнес-дискурс” в современной парадигме лингвистических знаний. Описываются характерные особенности делового дискурса как подтипа институционального дискурса. Дается определение понятия “современный немецкоязычный деловой дискурс”, а также выделяются ключевые коммуникативно-прагматические составляющие в его организации.

Ключевые слова: деловой дискурс, бизнес-дискурс, институциональный дискурс, современный немецкоязычный деловой дискурс, коммуникативно-прагматические составляющие, статусно-ролевые характеристики.

Key words: business discourse, institutional discourse, modern German business discourse, communicative and pragmatic components, status and roles.

Açar sözlər: işgüzar diskurs, biznes diskurs, institusional diskurs, müasir almandilli işgüzar diskurs, kommunikativ-praqmatik tərkiblər, status-rol xüsusiyyətləri.

Современная лингвистическая парадигма характеризуется направленностью на разработку общей теории систем, в частности на теорию дискурса. Новые горизонты изучения дискурса как сложного коммуникативного явления создаются с учетом его гетерогенной природы и особенностей его типологий. Наличие существующих положений относительно выделения такого типа дискурса как деловой только усиливает внимание исследователей к его дальнейшему углубленному лингвистическому анализу. Причиной этого служит постоянное развитие общества в процессе глобализации, которое обязывает стремиться к совершенствованию в сфере деловых отношений.

Тем не менее, в работах лингвистов наравне с термином деловой дискурс используется термин бизнес-дискурс как синонимический. Поэтому возникает необходимость в их дифференциации, чтобы дать целостное и четкое определение современного немецкоязычного делового дискурса. Этим и определяется актуальность нашего исследования.

Целью статьи является разграничение понятий “деловой дискурс” и “бизнес-дискурс”. Достижение поставленной цели предусматривает разрешение следующих задач: систематизировать научные точки зрения относительно дефиниций терми-

нов “деловой дискурс” и “бизнес-дискурс” в отечественной и зарубежной дискурсологии, описать характерные особенности делового дискурса как подтипа институционального дискурса, а также дать определение понятия “современный немецкоязычный деловой дискурс” и выделить ключевые коммуникативно-прагматические составляющие в его организации.

В лингвистической традиции конца XX – начала XXI века разногласия в определении дискурса как особенного речевого события вызваны его сложной природой и многоаспектной архитектоникой. Дискурс является интегральным явлением во взаимосвязи лингвальных и экстралингвальных факторов (Н.Д. Арутюнова, Ф.С. Бацевич, В.В. Красных, Е.С. Кубрякова, А.Э. Левицкий, М.Л. Макаров, Е.А. Селиванова, И.С. Шевченко и др.), то есть дискурс не интерпретируется изолированной текстовой или диалогической структурой, а рассматривается как сложный коммуникативный феномен, элементом которого есть социальный контекст, дающий представление об участниках интеракции и о процессах порождения и понимания речевого сообщения (Л.Р. Безуглая, Т.А. Ван Дейк, Г.Г. Почепцов и др.).

Дискурс отображает не только информацию о коммуникативной ситуации, которая является элементом конкретной культуры, но и находится в соотношении с той информацией, передаваемой вербальными средствами, способствуя выявлению особенностей речевого поведения коммуникантов, определению их индивидуальных и социальных характеристик.

В контексте нашей работы мы считаем необходимым разграничивать понятия “деловой дискурс” и “бизнес-дискурс”, чтобы, детально проанализировав существующие в современных научных студиях интерпретации, выбрать ключевое понятие исследования и дать ему определение. Хотя интерес к изучению этих понятий приобретает все более динамичный характер, общие и четкие их дефиниций еще не найдены.

Деловой дискурс считается более широким понятием, чем бизнес-дискурс, поскольку обозначает языковое взаимодействие в административно-управленческой, законодательной, дипломатической, военной, образовательной и других сферах [4, 46]. Являясь ограниченным только сферой микроэкономики, бизнес-дискурс представляет речевую практику профессионального сообщества в особе бизнес-практиков и теоретиков бизнеса, которые рассматриваются в совокупности ее языковых, социокультурных, ситуативных и других измерений; особенную форму социальной коммуникации, направленную на получение экономической выгоды [4, 42-43] и обеспечение нормального сотрудничества заинтересованных в этом сторон.

Необходимость разграничивать деловой дискурс и бизнес-дискурс объясняется тем, что миру бизнесу свойственны свои правила, своя терминология и поэтому должен соответствовать и специфический дискурс – бизнес-дискурс. Бизнес-дискурс, в узком смысле интерпретируется как открытая совокупность текстов, интегрированных бизнес-тематикой, а в широком – как вербализация делового общения [1, 48]. Деловой дискурс видится в более широком ракурсе и используется только для разграничения любого профессионального типа дискурса (политического, экономического, административного и др.) от разговорного стиля общения [1, 48-49].

Как утверждает Г. Вольф, бизнес-дискурс является более многозначным и широким в отличие от делового дискурса как формы взаимодействия клиент-пос-

тавщик или связанной с рыночной деятельностью. Бизнес-дискурс понимают как коммуникативную интеракцию между представителями одного предприятия, которая запланирована и реализуется в соответствии с поставленными целями в пользу своего учреждения [10, 33], но такая дефиниция не учитывает процесс коммуникации между индивидами, представляющие разные организации для решения общих задач.

Западноевропейские лингвисты Ф. Баргиела-Чиаппини и К. Никерсон, исследуя бизнес-дискурс, связывают его с устной или письменной коммуникацией внутри корпоративного окружения (физического или виртуального) в рамках коммерческих организаций [9, 273]. Такое толкование мы считаем противоречивым и нерациональным, поскольку ученые анализируют англоязычный бизнес-дискурс, а при переводе английского термина *business* в атрибутивной функции соответствует прилагательное *деловой* [4, 43]. Это дает нам основание в дальнейшем использовать именно термин “деловой дискурс” как наиболее общее, охватывая разные аспекты, связанные с коммуникативной деятельности, которые ее порождает и развивает в условиях ситуаций делового общения. Противоречивые утверждения по поводу двух существующих понятий, указанных выше, дают стимул к более глубокому исследованию данного вопроса в дискурсологии.

Принадлежа к институциональному дискурсу, деловой дискурс выступает специфической клишированной разновидностью общения между людьми, которые могут и не знать друг друга, но должны взаимодействовать в соответствии с нормами конкретного социума в процессе реализации своих статусно-ролевых возможностей [2, 193]. Институциональное коммуникативное пространство является иерархически организованной средой коммуникативной и коммуникативно-информационной интеракции адресанта и адресата делового дискурса, объединенных общей институциональной территорией, статусно-ролевыми правилами общения, общими моделями общественных и профессиональных знаний, особым подбором коммуникативных стратегий и тактик [6, 5].

Деловой дискурс рассматривается как целенаправленная статусно-ролевая речевая деятельность людей, общей чертой которых есть разные деловые отношения, возникающие не только внутри учреждения, но и между учреждениями, а также между представителями учреждения и отдельными индивидами, которые обратились к ним за соответствующими услугами [8, 12–13]. Под воздействием экстралингвальных факторов формируется контекст сообщения, задаются коммуникативно-прагматические параметры реализации делового дискурса, поэтому он является “функционально-семантическим единством, которое повторяется и закреплено в определенном языковом окружении” [5, 236]. Глобальная цель делового коммуникативного взаимодействия находится за пределами общения и выступает главной в иерархии целей, а тематический репертуар делового дискурса характеризуется высокой степенью фиксированности [7, 5–6].

Критерии выделения делового дискурса довольно нечеткие, хотя и разнообразные. Существуют три наиболее популярные позиции: как дискурс официальный, институционально-административный (информативность, типичность, стандартность); как речевая практика людей той или иной специальности (профессиональность речи); как отдельный случай профессионального дискурса (под углом эконо-

мических отношений с переходом к рыночной деятельности) [3, 36]. Основными признаками делового дискурса также следует выделить: информационную значимость, логическое изложение, компактность, конкретность, фактическую точность, соблюдение этикетных норм, упорядоченность тематического материала, мотивированность / контактность, которые отображают его институциональную природу. Исходным результатом коммуникативной деятельности выступает деловой текст, который является носителем и средством передачи определенной информации и фиксируется в виде вербальных единиц в соответствии со сферой функционирования и нормами, принятыми в деловом сообществе.

Под *современным немецкоязычным деловым дискурсом* понимаем: 1) статусно-ориентированный диалогический дискурс, который регламентируется соблюдением норм, конвенций и правил ведения делового общения, характерных для немецкоязычного коммуникативного социума; 2) речевую интеракцию адресанта и адресата, которых объединяют общие деловые интересы и которые развивают свои статусно-ролевые возможности в различных коммуникативных ситуациях (кооперативной или конфликтной); 3) целенаправленную коммуникативную деятельность, происходящая под влиянием интенцийно-стратегической программы адресанта, который преследует релевантную для себя цель побудить адресата к вербальным или невербальным действиям и способствовать получению желаемого перлокутивного эффекта; 4) сложный функционально-прагматический феномен, который реализуется в современном немецкоязычном коммуникативном пространстве под влиянием лингвальных и экстралингвальных факторов; 5) межличностную деловую коммуникацию, которая имеет место не только внутри одной организации или между организациями, но и между организацией и отдельным индивидом, который целенаправленно обратился к ней, и актуализуется в пределах соответствующего дискурсивного контекста.

Современный немецкоязычный деловой дискурс не является совокупностью изолированных коммуникативных высказываний, а выступает динамическим процессом, который формирует конкретную коммуникативную модель делового общения. Такая дискурсивная модель сочетает в себе ключевые коммуникативно-прагматические составляющие, обусловленные конкретной ситуацией речевого взаимодействия.

На основе анализа дискурсивных фрагментов, взятых из современных немецкоязычных художественных фильмов, где представлен деловой коммуникативный контекст, нами выделено ключевые коммуникативно-прагматические составляющие в организации современного немецкоязычного делового дискурса. К ним относятся: 1) участники коммуникации, связанные деловыми отношениями (равноправные / неравноправные партнеры по общению); 2) деловой ситуативный контекст (условия, в рамках которых образуется и функционирует деловой дискурс); 3) деловая тема (предмет общения); 4) цель делового взаимодействия (коммуникативная интенция); 5) коммуникативные стратегии и тактики их реализации; 6) тональность делового общения (манера, настроение, при помощи которого формируются коммуникативные высказывания); 7) обратная связь (непосредственная реакция адресата на деловое сообщение); 8) конкретные ценности (получение характерного для делового дискурса результата); 9) канал связи (вер-

бальный и невербальный); 10) коммуникативный шум (физические или психологические помехи, которые могут влиять на эффективность интеракции); 11) специфическая особенность текстов деловой тематики (стандартизация языкового кода, особые требования к лексике, фразеологии, стилистике, а именно к композиционному построению).

Таким образом, деловой дискурс и бизнес-дискурс являются самостоятельными подтипами институционального дискурса, дифференциация которых диктует их последующие исследования, ориентированные на определение характерных особенностей вербальных средств, свойственных текстам деловой и бизнес-тематики. Взаимодействие и пересечение делового дискурса и бизнес-дискурса не исключается при определенных обстоятельствах.

Перспективой дальнейших исследований является сопоставительный анализ коммуникативно-прагматических составляющих организации делового дискурса и бизнес-дискурса в процессе их функционирования в немецком языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Данюшина Ю. В. Бизнес-дискурс: термин, типология, анализ / Ю. В. Данюшина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия : Филологические науки. – 2009. – № 2 (46). – С. 48–52.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
3. Мкртычян С. В. Межличностное взаимодействие в аспекте делового дискурса (на материале русского языка) / С. В. Мкртычян // Мир науки, культуры, образования. – Горно-Алтайск, 2009. – № 5 (17). – С. 35–38.
4. Науменко Л. П. Сучасний англомовний бізнес-дискурс в комунікативно-прагматичному та концептуальному висвітленні : [монографія] / Людмила Петрівна Науменко. – К. : Логос, 2008. – 360 с.
5. Наумова Н. Г. Реалізація комунікативно-прагматичних настанов ділового дискурсу / Н. Г. Наумова // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. пр.]. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2000. – С. 225–261.
6. Пилипенко Р. Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки) : дис. ... доктора філол. наук : спец. К., 2007. — 426с.
7. Чрдилели Т. В. Структура, семантика и прагматика делового диалогического дискурса (на материале современного английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : Харьков, 2004. – 216 с.
8. Ширяева Т. А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса : автореф. дис. ... докт. филол. наук: Краснодар, 2008. – 50 с.
9. Bargiela-Chiappini F. Business discourse: old debates, new horizons / F. Bargiela-Chiappini, C. Nickerson // International Review of Applied Linguistics in Language Teaching. – Berlin: De Gruyter Mouton, 2002. – Vol. 40 (4), –P. 273–286.
10. Wolf G. Der Business Discourse: Effizienz und Effektivität der unternehmensinternen Kommunikation / Guido Wolf. – Wiesbaden : Gabler Verlag, 2010. – 208 S.

XÜLASƏ

Məqalə linqvistik biliklərin müasir paradqmasında “işgüzar diskurs” və “biznes diskurs” anlayışlarının fərqləndirilməsinə həsr olunub. İnstitusional diskursun alt tipi kimi işgüzar diskursun səciyyəvi xüsusiyyətləri təsvir edilir. “Müasir almandilli işgüzar diskurs” anlayışına tərif verilir, habelə onun təşkilində əsas kommunikativ-praqmatik tərkiblər seçilir.

SUMMARY

The article deals with the definition of business discourse in modern linguistic knowledge paradigm. The characteristic features of business discourse as a type of institutional discourse are described. The paper offers the definition of modern German business discourse and outlines the key communicative and pragmatic components in its organization.