

Література

Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : [учебное пособие] / Е.Е. Анисимова / – М. : Academia, 2003. – 128 с. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения / М.Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 180-189. Елина Е.А. Семантика рекламы [Электронный ресурс] / Е.А. Елина. – Режим доступа: <http://lib.ololo.cc/b/157063/read>. Картер М.А. Современный дизайн газет [Электронный ресурс] / М.А. Картер. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text4/19.htm#с>. Конечкая В.П. Социология коммуникации : [учебное пособие] / В.П. Конечкая. – М. : Международный ун-т Бизнеса и Управления, 1997. – 304 с. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», К. : «Валкер». – 2001. – 352 с. Рэндалл Д. Универсальный журналист / Д. Рэндалл; перевод с англ. Алексея Порьяза; под ред. В. Харитонова. – СПб. : Питер, 1999. – 135 с. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия / [отв. ред. Котов Р.Г.]. – М. : Наука, 1990. – 240 с.

ДЕКАЛО О. О.

(Київський національний лінгвістичний університет)

ДІЛОВИЙ ДИСКУРС У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

У статті розглянуто особливості ділового дискурсу як одного із інституційних типів дискурсу, систематизовано погляди лінгвістів щодо тлумачення понять “діловий дискурс” та “бізнес-дискурс” у вітчизняній та зарубіжній науці, наведено тематику ділових текстів даного типу дискурсу.

Ключові слова: діловий дискурс, бізнес-дискурс, інституційний дискурс, статусно-рольові відносини, ділова комунікація, діловий текст.

Декало О. А. Деловой дискурс в современной лингвистике. В статье рассмотрены особенности делового дискурса как одного из институциональных типов дискурса; систематизированы взгляды лингвистов относительно толкования понятий “деловой дискурс” и “бизнес-дискурс” в отечественной и зарубежной науке; подана тематика деловых текстов данного типа дискурса.

Ключевые слова: деловой дискурс, бизнес-дискурс, институциональный дискурс, статусно-ролевые отношения, деловая коммуникация, деловой текст.

Dekalo O. O. Business Discourse in Modern Linguistics. The article deals with the peculiarities of the business discourse as one of the institutional types of discourse; the points of view of linguists according to the definition of “business discourse” are systematized; the themes of business texts of this type of discourse is given.

Key words: business discourse, institutional discourse, status and role relations, business communication, business text.

Актуальним напрямком сучасних лінгвістичних вчень є дослідження такої категорії мовного коду як дискурс. У сучасній лінгвістиці існують певні розбіжності у визначенні поняття дискурсу, чим пояснюється існування кількох його типологій. Ці розбіжності стосуються також і розуміння дискурсивного аналізу, вони спричинені гетерогенністю дискурсу як складного комунікативного явища. Деякі з лінгвістів асоціюють поняття “дискурс” з поняттям “мовлення, занурене в життя” [Арутюнова 1990, с. 136-137; Бенвенист 1974, с. 276-279]. Інші вчені співвідносять дискурс з поняттям надфразової єдності [Серіо 1999, с. 26] чи тексту [Карасик 2002, с. 188-189; Демьянков 2002, с. 32-43].

Т. А. ван Дейка розглядає дискурс як складне комунікативне явище, елементом якого є соціальний контекст, який дає уявлення про учасників комунікації та про процеси породження та розуміння повідомлення [Дейк ван 1989, с. 113]. Для багатьох вчених дискурс постає як інтегративне явище, яке тлумачиться у взаємозв'язку лінгвальних та екстралінгвальних чинників (В. В. Красних, Ф. С. Бацевич, Н. Д. Арутюнова та ін.) або як комунікативна ситуація (М. Л. Макаров, О. О. Селіванова). Г. Г. Сlišкін, О. С. Кубрякова вбачають у дискурсі концепт, когнітивний процес, який пов'язаний з мовленнєвою діяльністю, результатом якого є текст [Сlišкін 2000, с. 38-39; Кубрякова 1995, с. 164].

Зарубіжні лінгвісти розглядають дискурс як форму соціальної практики (Р. Водак, Н. Фейрклау) чи як окремих акт комунікації, який складається з письмового (текст) та усного (розмова або ситуація) узгодження [Ernst 2004, с. 171]. Будучи об'єктом лінгвістичних досліджень останніх років, чіткого та загально визнаного визначення дискурсу ще не знайдено. Незважаючи на це, створюються нові горизонти вивчення та аналізу дискурсу, в центр уваги лінгвістів потрапляють різноманітні типи дискурсів.

Інтерес до вивчення такого типу дискурсу як діловий в сучасній лінгвістичній науці набуває все динамічнішого характеру. Причиною цього виявляється постійний розвиток суспільства в процесі глобалізації, який вимагає і відповідний розвиток бізнесу з усіма його аспектами, включаючи і розвиток мовної особистості як носія ділової комунікації.

Метою пропонованої розвідки є систематизація наукових поглядів мовознавців щодо визначення поняття ділового дискурсу в сучасній лінгвістичній науці та виявлення його особливостей як одного із інституційних типів дискурсу. Це передбачає вирішення таких завдань: проаналізувати погляди вітчизняних та зарубіжних лінгвістів щодо тлумачення понять “діловий дискурс” та “бізнес-дискурс”; виявити специфіку ділового дискурсу як одного із інституційних типів дискурсу та систематизувати

тематику ділових текстів даного типу дискурсу.

Об'єктом дослідження даної статті є діловий дискурс, а **предметом** – інституційні особливості цього типу дискурсу.

В сучасній лінгвістиці існує тенденція до виокремлення таких термінів як “діловий дискурс” та “бізнес-дискурс” для аналізу ділової комунікації. Російська дослідниця Ю. В. Данюшина розрізняє ці два типи дискурсів та надає перевагу бізнес-дискурсу, трактуючи його “як відкрити сукупність текстів, інтегрованих бізнес-тематикою (в більш вузькому, робочому значенні), та як вербалізацію ділового спілкування (в широкому значенні)” [Данюшина 2009, с. 48]. Вибір саме цього терміну вона пояснює тим, що світу бізнесу притаманні свої правила, своя термінологія та має відповідати і свій специфічний дискурс – бізнес-дискурс. Діловий дискурс вона бачить в більш ширшому ракурсі та виокремлює його для розрізнення ділового (офіційно-ділового) стилю мовлення від звичайного (розмовного), відносячи до нього будь-які професійні типи дискурсу – і політичний, і економічний, і адміністративний [Данюшина 2009, с. 48-49].

Німецький лінгвіст Г. Вольф у своїх дослідженнях також притримується позиції щодо використання терміну “бізнес-дискурс”, вважаючи його найвдалішим завдяки своїй багатозначності та ширшому застосуванню, порівняно з “терміном економічний дискурс, який є занадто широким та розмитим поняттям, та з терміном діловий дискурс, який є вузьким поняттям, оскільки за всіма нормами відноситься до такої форми взаємодії як “клієнт-постачальник” або до ринкової діяльності” [Wolf 2009, с. 28].

Іншої думки дотримується українська вчена Л. П. Науменко, яка співвідносить діловий дискурс та бізнес-дискурс, вважаючи їх синонімами. Вона розглядає діловий дискурс (також бізнес-дискурс) як різновид макроекономічного дискурсу [Науменко 2003, с. 123].

Західноєвропейські дослідниці бізнес-дискурсу Ф. Баргієла-Чіаппіні та К. Нікерсон констатують, що він стосується усної та писемної комунікації, що зазвичай відбувається всередині корпоративного оточення чи то фізичного, чи віртуального [Bargiela-Chiappini 2002, с. 273], тобто комунікації в контексті бізнесу. Деякі вчені взагалі не акцентують уваги на розрізненні цих двох термінів та в свої дослідженнях використовують термін “діловий дискурс” (Ф. С. Бацевич, В. І. Карасик, Т. О. Ширяєва, Т. В. Чрділелі та ін.).

Для виявлення специфіки ділового дискурсу наведемо низку його визначень у розробках лінгвістів. На думку казахської вченої Г. Г. Буркітбаєвої, “діловий дискурс як один із типів дискурсу представляє мовленнєву взаємодію людей в певному виді діяльності – їх професійному житті” [Буркітбаєва 2010, с. 142]. Проте вона також пропонує і наступну дефініцію ділового дискурсу як “видового поняття, створеного відповідно до конкретної комунікативної бізнес-ситуації певною групою людей, які мають те чи інше відношення до бізнесу”, результатом цієї діяльності будуть тексти різних жанрів [Буркітбаєва 2010, с. 142].

Н. Г. Наумова трактує діловий дискурс як функціонально-семантичну єдність, яка повторюється та закріплена в певному мовленнєвому оточенні [Наумова 2000, с. 236]. Т. В. Чрділелі, аналізуючи діловий діалогічний дискурс, вважає, що він “функціонує в мовленнєвому просторі всіх сфер виробничо-інституційної діяльності та має загальні інтегральні ознаки незалежно від типу організації чи закладу” [Чрділелі 2004, с. 25]. Ми погоджуємося, що діловий дискурс, незважаючи на сферу свого використання, має відповідні спільні риси, які визначають його як такий.

В. І. Карасик відносить діловий дискурс до інституційного (статусно-орієнтованого) типу дискурсу, інтерпретуючи інституційний тип дискурсу як той, де спілкування здійснюється в статусно-рольових відносинах та між представниками “соціальних груп або інститутів один з одним, з людьми, які реалізують свої статусно-рольові можливості у рамках складених суспільних інститутів” [Карасик 2002, с. 193], а також підкреслює, що саме “інституційний дискурс є спеціалізованим клішованим різновидом спілкування між людьми, які можуть не знати один одного, але повинні спілкуватися у відповідності з нормами даного соціуму” [Карасик 2002, с. 195]. Погодившись з даною точкою зору, можна узагальнити, що для визначення ділового дискурсу як інституційного типу, вагому роль відіграють статусно-рольові характеристики учасників ділової комунікації та їх комунікативні здібності у відповідній ситуації спілкування.

Інституційний діловий дискурс розглядає і російська дослідниця дискурсу Т. О. Ширяєва, називаючи його цілеспрямованою статусно-рольовою мовленнєвою діяльністю людей, спільною рисою яких є ділові відносини (які включають виробництво товарів, фінансування цього виробництва, пропонування грошових позик, торгівля, страхування, комерція, продаж продукції і різні послуги, такі як бухгалтерський облік, розподіл та ремонт товарів, покупка, продаж товарів чи послуг, попередні переговори по цих видах ділових відносин). Також вона зазначає, що в інституційному діловому дискурсі переважно застосовуються розмовне та писемне мовлення між людьми, які пов'язані у своїй діяльності інтересами бізнесу [Ширяєва 2008, с. 135-136]. Загальні параметри інституційного ділового

дискурсу, які характеризують його специфічність серед інших типів інституційного дискурсу, такі:

1) специфічна ціль спілкування (взаємовигідна професійна діяльність, встановлення умов співпраці);

2) специфічні учасники (керуючі всіх ланок, які займаються виробництвом, торгівлею, наданням послуг; ділові люди, які займаються різним бізнесом; підприємці; наукові діячі, які займаються науковими розробками, підготовкою спеціалістів; різноманітні клієнти; люди, зацікавлені бізнесом), які можуть бути рівноправними представниками певного ділового інституту, а також нерівноправними, коли один суб'єкт представляє відповідний інститут, а інший лише звертається до цього інституту, щоб вирішити ряд проблем;

3) специфічний соціальний хронотоп, який об'єднує в собі соціальний простір та соціальний час (професійна діяльність сучасної ділової спільноти: ділові переговори, складання та підписання контрактів, збори, професійні лекції, публікації в ЗМІ тощо);

4) специфічні цінності (отримання прибутку, ефективне управління, створення партнерських відносин, відбір та підготовка кадрів тощо);

5) специфічні стратегії ділового дискурсу (переговори, презентації, статті в спеціальних ЗМІ, співбесіди, інтерв'ю, тренінги та інше);

6) специфічна загальна картина світу (система опосередкованих особистісних знань, уявлень для сприйняття світу всіма учасниками сучасної ділової спільноти);

7) специфічні характеристики текстів (інформативність, адресованість, діалогічність, стандартизованість, структурованість, індекси соціального статусу, інституційні обмеження). Як зазначає вчена, саме ці параметри ділового дискурсу, в певній мірі, визначають і структуру ділових текстів, які характеризуються певним порядком та різноманітністю їх частин (наприклад, контракт, інтерв'ю, звіт, статті в ЗМІ тощо) [Ширяєва 2008, с. 146-149]. Перелік особливостей ділового дискурсу може бути розширений за рахунок такого параметру як дискурсивні формули [Карасик 2002, с. 209], тобто сталі кліше, які застосовуються у відповідності до певної соціальної ситуації спілкування.

Дослідниця робить акцент на інституційних фреймах ("Економіка", "Фінанси", "Підприємництво", "Маркетинг", "Інститути влади"), які створюють єдиний когнітивний фон для адресанта та адресата інституційного ділового дискурсу, які належать до одного соціуму. Ці інституційні фрейми представляють собою базу даних для породження та розуміння великої кількості текстів ділового спрямування [Ширяєва 2008, с. 152-161].

Тематикою та жанровою специфікою ділових текстів займалася у своїх роботах інша російська вчена З. І. Гурьєва, яка пропонує виділити таку їх тематику: проблеми управління, кадрові, фінансові, виробничі питання, комерційні проблеми, проблеми маркетингу, логістики, загальноекономічні, політико-правові проблеми, питання, пов'язані з впливом неурядових груп тиску, технологічні питання, проблеми впливу факторів міжнародного оточення, демографічні, соціокультурні проблеми [Гурьєва 2003, с. 36]. Дослідниця розділила жанри мовлення за способом комунікації на усні та писемні, які ще діляться на монологічні та діалогічні, а за способом композиційної простоти ці тексти вона поділила на службову записку, заяву, етикетні тексти (привітання, вибачення) тощо; вони відзначаються невеликим об'ємом, однорідним змістом, простою структурою. А за ознакою композиційної складності на презентації, переговори тощо; це великі за об'ємом, структурно складні та різноманітні за змістом тексти. Крім того, вчена ще пропонує і третю ознаку (жорсткості – свободи їх композиційної побудови), за якою ділові тексти діляться на такі групи: тексти з жорсткою (стандартизованою) структурою: договір, наказ, розпорядження, протокол, порядок денний, заява, доручення; тексти з відносно вільною структурою: діловий лист, факс, електронне повідомлення, меморандум, телеграма, характеристика, об'ява, рекомендація, тест, оповіщення; тексти з вільною структурою (з елементами творчості): доповідь, огляд, звіт усний тощо [Гурьєва 2003, с. 36-37].

Отже, терміни "діловий дискурс" та "бізнес-дискурс", існуючи паралельно у дослідженнях науковців, створюють нове підґрунтя для вивчення ділової комунікації. Тематика ділових текстів характеризується надзвичайною різноманітністю та охоплює безліч проблем, які відносяться до ділового світу суспільства. Таким чином, можна зробити **висновок**, що діловий дискурс належить до інституційного типу дискурсу, в ньому проявляються як статусно-рольові ділові відносини в залежності від ситуації спілкування, так і рівень мовленнєвої компетенції учасників ділової комунікації.

Література

Арутюнова Н. Д. Дискурс / Нина Давидовна Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Яреца. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Эмиль Бенвенист // Пер. с фр. / Под ред. Ю. С. Степанова. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с. Буркитбаева Г. Г. Деловой дискурс и урони его исследования / Г. Г. Буркитбаева // Наукові записки. – Випуск № 89 (5). – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 5 ч. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – С. 140-146. Гурьєва З. И. Речевая коммуникация в сфере бизнеса: к созданию интегративной теории: На материале текстов на русском и английском языках: дис. ... доктора филол. наук: 10.02.19 / Зинаида Ивановна Гурьєва. – Краснодар, 2003. – 446 с. Данюшина Ю. В. Бизнес-дискурс: термин, типология, анализ / Юлия Владимировна Данюшина //

Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия Филологические науки. – 2009. – №2 (46). – С. 48-52. *Дейк Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация / Тойн А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 307с. *Демьянков В. З.* Политический дискурс как предмет политологической филологии / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М.: ИНИОН РАН, 2002. – № 3. – С.32-43. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с. *Кубрякова Е. С.* Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Елена Самойловна Кубрякова // Язык и наука конца XX века. – М.: Рос. гуманитар. ун-т, 1995. – С. 144-238. *Науменко Л. П.* Діловий дискурс та його функціонально-стильові характеристики / Л. П. Науменко // Культура народов Причерноморья. – 2003. – №37. – С. 122-124. *Наумова Н. Г.* Реалізація комунікативно-прагматичних настанов ділового дискурсу / Наталя Григорівна Наумова // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: Логос, 2000. – С. 225- 261. *Серіо П.* Как читают тексты во Франции / Патрик Серіо // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса / Пер. с франц. и португ. – М.: Прогресс, 1999. – С. 14-53. *Слышкин Г. Г.* Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) / Геннадий Геннадьевич Слышкин // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 38-45. *Чрдилели Т. В.* Структура, семантика и прагматика делового диалогического дискурса (на материале современного английского языка): дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.04 / Татьяна Васильевна Чрдилели. – Х., 2004. – 216 с. *Ширяева Т. А.* Когнитивное моделирование интитуционального делового дискурса: дис. ... доктора филол. наук: 10.02.19 / Татьяна Александровна Ширяева. – Краснодар, 2008. – 540 с. *Bargiela-Chiappini F.* Business discourse: old debates, new horizons / Francesca Bargiela-Chiappini, Catherine Nickerson // International Review of Applied Linguistics in Language Teaching. – Berlin: De Gruyter Mouton, 2002. – Volume 40 (4), – pp. 273-286. *Ernst P.* Germanische Sprachwissenschaft / Peter Ernst. – Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG, 2004. – 302 S. *Wolf G.* Der Business Discourse: Effizienz und Effektivität der unternehmensinternen Kommunikation / Guido Wolf. – Wiesbaden: Gabler Verlag, 2009 – 208 S.

ДЕРДІ Е.Т.

(Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу)

ФОНОВІ ЗНАННЯ ЯК ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН У НАУКОВО-ТЕХНІЧНОМУ ПЕРЕКЛАДІ

У статті розглядаються недостатньо досліджені на сучасному етапі особливості фонових знань у перекладі, зокрема у перекладі науково-технічної літератури. Фонова інформація, яка міститься в науково-технічних текстах відображає знання невеликої групи людей, що працює у певній галузі науки, техніки, промисловості. Лише за умови правильної інтерпретації даної інформації можливо досягнути адекватності при перекладі текстів науково-технічної літератури.

Ключові слова: фонові знання, науково-технічний переклад, когнітивна система, нафтогазова сфера, інформація.

Дерди Э.Т. Фоновые знания как экстралингвистический феномен в научно-техническом переводе. В статье рассматриваются недостаточно изученные на современном этапе особенности фоновых знаний в переводе, в частности в переводе научно-технической литературы. Фоновая информация, содержащаяся в научно-технических текстах отображает знания незначительной группы людей, которая занята в определенной сфере наук, техники, промышленности. Только при условии правильной интерпретации данной информации возможно достижение адекватности при переводе текстов научно-технической литературы.

Ключевые слова: фоновые знания, научно-технический перевод, когнитивная система, нефтегазовая сфера, информация.

Derdı E.T. The Background Knowledge as the Extralinguistic Phenomenon in the Sci-tech Translation. The article deals with the insufficiently studied background knowledge peculiarities in translation particularly in the process of sci-tech literature translating. The background knowledge involved in sci-tech texts reflects the knowledge of small group of people working in certain branches of science, engineering, industry. The adequacy in the process of sci-tech literature translation is provided by correct interpretation of the information given.

Key words: background knowledge, sci-tech translation, cognition system, oil and gas industry, information.

Процеси глобалізації та активної взаємодії різних культур висувають нові вимоги до усіх учасників міжнародної взаємодії. Перекладач сьогодні розглядається як посередник між комунікантами, які належать до різних лінгвокультурних спільнот з розбіжними мовними та концептуальними картинами світу. Когнітивні системи усіх комунікантів стають одним із важливих факторів, який впливає на процес спілкування, а фонові знання усіх учасників перекладної комунікації відіграють особливу роль.

Відомо, що значення окремих висловлювань та зміст тексту складається не тільки із суми мовних значень його складових елементів, серед яких важливе місце посідають лінгвістичні та екстралінгвістичні знання. Серед останніх особливої уваги заслуговують не досліджені особливості фонових знань у перекладі, а зокрема у перекладі науково-технічної літератури. Фонові знання займають важливе місце в конструюванні та вилученні значення із різних за тематикою та за функціонально-стильовою приналежністю текстів. Саме фонова інформація, яка міститься в науково-технічних текстах відображає знання невеликої групи людей, що працює у певній галузі науки, техніки чи промисловості, а за правильної інтерпретації даної інформації допоможе досягнути адекватності при перекладі текстів науково-технічної літератури.