

УДК 811

## СОВРЕМЕННЫЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ БИЗНЕС-ДИСКУРС: СЕМИОТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**Т.Б. Назарова**

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Москва*

В статье показано, как целесообразное сочетание дискурс-анализа и семиотической методологии содействует более глубокому пониманию развернутых произведений речи деловой направленности с учетом таких тенденций, как воспроизведение и речетворчество.

**Ключевые слова:** дискурс, семиотика, функционально-коммуникативный тип речи, воспроизведение, речетворчество, идиоматическая фразеология.

### **Modern English-Based Business Discourse: the Semiotic Aspect**

**Tamara B. Nazarova**

Lomonosov Moscow State University

The article shows how the combination of discourse analysis with a semiotic methodology can lead to one's better understanding and appreciation of the static and dynamic processes in authentic English-based business discourse.

**Key words:** discourse, semiotics, functional use, register, reproduction, linguistic creativity, idiomatic phraseology.

Термины **семиотика** и **дискурс**, отличаясь друг от друга по значению, обладают некоторыми общими характеристиками: оба используются все чаще и чаще, оказываясь на страницах одних и тех же работ; оба трактуются очень широко, теряя время от времени свою специфику; оба вышли далеко за пределы одной отрасли знания и упоминаются по разным поводам и в разных контекстах, становясь неотъемлемой частью метаязыка исследований в гуманитарных, социально-политических и естественных науках далеко за пределами отдельно взятой страны и неизбежно подвергаясь влиянию глобализации процесса научного общения [4; 7; 10].

Для научно-теоретического освоения современного английского языка, используемого в деловых целях (Business English), оба термина и обозначаемые ими понятия в высшей степени целесообразны. Понятие дискурса здесь весьма полезно, поскольку в своем реальном бытовании английский язык делового общения охватывает разные и вместе с тем неразрывно связанные друг с другом функционально-коммуникативные типы речи (functional uses / registers) – устные и письменные, монологические, диалогические и полилогические, прямые и опосредованные, например: телефонное общение в деловых целях и техника ведения беседы, деловая корреспонденция и деловая

документация, деловые совещания и презентации (информирующие и убеждающие), переговоры представителей разных подразделений внутри компании, переговоры представителей разных компаний в одной отрасли, переговоры нескольких компаний из разных отраслей и переговоры между компаниями, принадлежащими к разным национальным и корпоративным культурам [8; 9].

Все перечисленные выше разновидности речи связаны с жизнью делового сообщества. Вариативность экстралингвистических параметров – кто говорит, с кем и в какой связи – влияет на выбор собственно лингвистических составляющих: как правило, используются слова общего языка в узуальных лексико-фразеологических сочетаниях, ключевые бизнес-термины и разные объемы специализированной отраслевой терминологии; сочетание нейтрального и официально-делового стилей может со временем уступать место менее официальному и более разговорному стилю; деловое общение может осуществляться в устной или письменной форме, по телефону или напрямую в беседе, через деловую корреспонденцию, на совещаниях, в ходе деловых встреч или за столом переговоров.

Вовлеченные в процесс деловой коммуникации стороны по необходимости переключаются с одной функциональной разновидности речи на другую (назовем этот процесс англоязычным термином *register-switching*). Добавим к сказанному, что в рамках одного и того же функционально-коммуникативного типа речи постоянно осуществляется переключение с одного жанра на другой (обозначим этот процесс термином *genre-switching*), например в деловой переписке по мере установления и развития деловых отношений выстраивается следующая картина обмена письменными сообщениями: запрос (*enquiry*) – ответ на запрос (*reply to enquiry*) – размещение заказа (*placing an order*) – подтверждение факта получения заказа (*order acknowledgement*) – уведомление об отправке заказа (*advice of despatch*) – (при возникновении проблем) письмо-жалоба (*complaint*) – письмо-извинение (*reply to complaint*) – повторный заказ (*repeat order*) с соответствующим сопроводительным письмом (*covering letter*) и бланком заказа (*order form*) [6].

Изучение современного англоязычного дискурса деловой направленности с целью выявления его неразрывной связи с миром бизнеса, не ограничиваясь рамками дискурс-анализа, делает вполне обоснованным обращение к семиотической методологии [1; 3; 5; 8; 9]. Дело в том, что последовательное и организованное научное описание перечисленных функционально-коммуникативных типов речи шаг за шагом вскрывает динамику общего и особенного, становясь таким образом семиотическим по сути: в каждом из исследуемых произведений речи устанавливается ряд свойств, объединяющих его с целым рядом других

объективно существующих произведений устной и письменной речи деловой направленности (“identity” – «тождество»); одновременно с этим путем детального исследования выявляются и такие характеристики, которые отличают описываемое произведение речи от других, подчеркивая тем самым его специфику (“otherness” – «отсутствие тождества») [1; 5; 9].

В приведенных ниже шести высказываниях из авторитетного британского издания “Oxford Handbook of Commercial Correspondence” [6. P. 42-45], очевидна связь с миром бизнеса: это фрагменты писем-запросов, каждый из которых демонстрирует ту или иную степень «целенаправленного социального действия» [2. С. 136] через осознанно используемые составителем делового письма бизнес-терминологию (общепотребительную и отраслевую), морфологию, синтаксис и стиль. Вариативность языковых составляющих определяется особенностями ситуации общения и характером взаимоотношений между пишущим и адресатом. В каждом образце, независимо от протяженности высказывания, сохраняется жанровая специфика – запрос (enquiry).

1. Please would you send me your Spring catalogue and price list, quoting CIF prices, Le Havre?

2. I would like some information about your courses in English for Business Executives, beginning in July.

3. Could you please send me details of your tubeless tyres which are being advertised in garages around the country?

4. We are a large music store in the centre of Poitiers and would like to know more about the re-writable and recordable CDs you advertise in this month’s edition of ‘Lectron’.

5. You were recommended to us by your trade association and I am writing on behalf of our principles in Canada, who are interested in importing chinaware from England.

6. We are a chain of retailers based in Birmingham and are looking for a manufacturer who can supply us with a wide range of sweaters for the men’s leisurewear market. We were impressed by the new designs displayed on your stand at the Hamburg Menswear Exhibition last month.

Каждое из высказываний [6. P. 58, 64, 66, 67, 105, 106], приведенных ниже, относится не только в целом к миру бизнеса, но и к разным этапам в переписке заказчика (buyer / customer) и поставщика (seller / supplier). Первый фрагмент представляет собой начало ответа на запрос (reply to enquiry); второй образец содержит предложение, которое является типичным для сопроводительного письма при оформлении заказа (covering letter); следующее высказывание характерно для подтверждения факта получения заказа (order acknowledgement); четвертый фрагмент взят из уведомления об отправке заказа (advice of despatch); пятый и шестой образцы извлечены из тех жанров деловой переписки, которые оказываются приоритетными, если возникли трудности во

взаимоотношениях между продавцом и покупателем, – письмо-жалоба (complaint) и письмо-извинение (reply to complaint).

1. Dear Mr Crane

We were pleased to receive your enquiry, and to hear that you liked our range of sweaters. We can confirm that there would certainly be no trouble in supplying you from our wide selection of garments.

2. Please find enclosed our official order, No. DR4316.

3. Thank you for the above order, which we are now making up. We have all the items in stock and will advise you about shipment in the next few days.

4. We are pleased to tell you that the above order has been shipped on the SS Marconissa and should reach you in the next 10 days.

5. I am writing to you to complain about the shipment of sweaters we received yesterday against the above order.

6. Thank you for informing us about the damage to our consignment (Inv. No. 18871).

В современном англоязычном бизнес-дискурсе сосуществуют две тенденции речеупотребления. Первая из них, как об этом убедительно свидетельствует материал, приведенный выше, заключается в последовательном воспроизведении наиболее значимых и к настоящему моменту в высшей степени кодифицированных – предписываемых и предсказуемых – составляющих языка и слога деловой коммуникации: общеупотребительной бизнес-терминологии (price list, price, order, stock, shipment, damage, consignment), отраслевой лексики (tubeless tyres, rewritable and recordable CDs, chinaware, sweaters), функционально-стилистического разнообразия (вариативности стиля в зависимости от ситуации и характера общения) и жанровой специфики (определяемой целым рядом факторов – этапом в развитии отношений двух и более сторон, сутью обсуждаемого вопроса, т.е. теми или иными аспектами конкретной коммуникативной ситуации).

Вторая тенденция проявляется в непрерывном и многоплановом речетворчестве, в готовности пишущих и говорящих на современном английском языке оживить, обыграть и самым неожиданным способом задействовать разнообразие ресурсов самобытной семасиологической системы – важнейшего средства общения.

В материалы реферативных сборников американской компании Soundview, предназначенных для делового сообщества и названных Executive Book Summaries, вовлекаются не только реально существующие лексические / терминологические / монологические / полилексемные единицы, но и потенциальные – допустимые и создаваемые с учетом специфики и системных свойств современного английского языка.

В изученных образцах (January, February 2013) немало интересных явлений, но особого внимания заслуживает идиоматическая фразеология.

Составители коротких 8-страничных рефератов, излагающих основные положения той или иной из наиболее интересных книг и монографий по актуальной деловой тематике, используют устойчивые идиомы: *drive sth. home*, *fall flat on your face*, *get the ball rolling*. Одновременно с воспроизведением идиом, зарегистрированных в авторитетных корпусных одноязычных словарях, ими создается целый ряд окказиональных – контекстуально-обусловленных – полилексемных метафорических последовательностей, которые сопровождаются в текстах вполне адекватными толкованиями и в результате воспринимаются именно как собственно идиомы, например: 1. *It's time to stop the vanilla!* или *It is time for you to stop the vanilla!* ('provide something you can't get anywhere else ... differentiate yourself from competitors...'). 2. *Looking in the mirror* ('conducting a thorough internal analysis of your strengths, weaknesses and finances'). 3. *Looking out the window* ('conducting an external analysis ... to identify trends and collect industry data to make the most informed decisions regarding your future strategy and direction'). Приведем несколько показательных отрывков:

For many people, presentations are one of the most difficult parts of their job. Whether it's speaking to a roomful of people, explaining your budget to the CEO, pitching to a potential client, leading a departmental meeting or presenting remotely via the Internet, otherwise effective and valuable employees struggle to drive home their message and persuade their audience. Even experienced presenters can fall flat on their faces when the stakes are high.

(Executive Book Summaries. January 2013, p. 1)

Are you selling vanilla ice cream? If you are, you are likely getting negotiated on price, losing customers to competitors and experiencing declining sales and profitability. As consumers we choose to go to certain stores or restaurants every day because they provide something you can't get anywhere else. Why would it be any different for your business? You must differentiate yourself from competitors. Defining your competence, or as we call it your mint chocolate chip, is essential to the long-term success and prosperity of yourself, your family, your employees and their families, and your organization. It's time to stop the vanilla!

(Executive Book Summaries. February 2013, p. 2)

#### Looking in the Mirror: Internal Analysis

As part of the development of a proactive strategy, conduct a thorough internal analysis of your strengths, weaknesses and finances.

(Executive Book Summaries. February 2013, p. 4)

#### Looking out the Window: External / Market Analysis

Conducting an external analysis requires you to identify trends and collect industry data to make the most informed decisions regarding your future strategy and direction.

(Executive Book Summaries. February 2013, p. 5)

Изучение современного англоязычного бизнес-дискурса требует применения комплексных методик, так как именно сочетание разных подходов, методов и приемов позволяет выявлять в описываемом многообразии аутентичного материала динамику общего и особенного, тем самым подтверждая способность самобытной семасиологической системы продолжать оставаться важнейшим и незаменимым средством общения, взаимодействия и взаимопонимания.

### Библиографический список

1. *Ахманова О.С.* На подступах к семиотике // Общелингвистические аспекты оптимизации речевого сообщения. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1966. С. 11-62.
2. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. 686 с.
3. *Назарова Т.Б.* Филология и семиотика. Современный английский язык. 2-е изд. М.: Высшая школа, 2003. 189 с.
4. *Abrams M.H.* The Fourth Dimension of a Poem and Other Essays. New York, London: W. W. Norton & Company, 2012. 240 p.
5. *Akhmanova O.S., Idzelis R. F.* Linguistics and Semiotics. Moscow: Moscow University Press, 1979. 109 p.
6. *Ashley A.* Oxford Handbook of Commercial Correspondence. Oxford: Oxford University Press, 2003. 304 p.
7. Hi-Fives. A Trip to Semiotics. Ed. by Roberta Kevelson. New York: Peter Lang Publishing, Inc., 1998. 239 p.
8. *Nazarova T.B.* Linguistic and Literary Semiotics // Applied Semiotics. Volume 1. Morrisville, NC: Lulu Press, 2005. P. 19-28.
9. *Nazarova T.B.* Semiotics in an ELT Classroom // Vocabulary Acquisition as Ongoing Improvement. Moscow: AST/Astrel, 2006. P. 302-351.
10. On Signs. Ed. by Marshall Blonsky. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 1985. 536 p.