

*Олександр Огуй  
(Чернівці)*

**БІЗНЕС-ДИСКУРС: ЙОГО ЛІНГВІСТИЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ:  
Рецензія на монографічне дослідження  
Науменко Людмили Петрівни  
„Сучасний англомовний бізнес-дискурс в комунікативно-прагматичному та концептуальному висвітленні” :  
монографія. – К. : Логос, 2008. – 360 с.**

Нещодавно з'явилася у світ монографія, яку мені свого часу довелося рецензувати разом із проф. Е.Ф. Скороходьком, думку якого частково враховано в даній рецензії. Рецензована праця є спробою наукового осмислення дослідницею проблеми формотворення сучасного бізнес-дискурсу як особливого лінгвістичного феномену – конструкту/субмови, що виникає з потреб і обслуговує економічне співтовариство бізнесменів-практиків у провідних англомовних країнах (Британії та США) із залученням когнітивно-дискурсивного та комунікативно-прагматичного методів.

Монографія, загальний обсяг якої складає 360 с., або 21 друк. арк., містить вступ, чотири розділи, висновки, перелік умовних скорочень, додаток із нотаційною системою ТРУД, додаток зі зразками ділового мовлення, 355 позицій літератури, 143 посилання на лексикографічні джерела та перелік 183 одиниць ілюстративного матеріалу. Окрім того, монографія містить 6 схем, 2 таблиці та ілюстративний матеріал (транскрипти ділової комунікації та тексти документів), які допомагають читачу краще зрозуміти аналізовані явища.

Як показує огляд, перший розділ монографії (с. 9-46) авторка присвячує аналізу основних напрямів і методів дослідження дискурсу в лінгвістиці та суміжних з нею науках, з'ясуванню особливостей дискурсу на противагу тексту та діалогу, розмежуванню понять „офіційно-діловий стиль”, „діловий дискурс” та „бізнес-дискурс”, розробленню власної типології дискурсу за лінгвістичним, семіотичним, психологічним, соціологічним та етнокультурним критеріями.

У другому розділі (с. 47-111) дослідниця аналізує лінгвістичну природу англомовного бізнес-дискурсу, характеризує його за соціолінгвістичними параметрами та функціональною співвіднесеністю (комерційна, виробнича, сервісна та фінансова сфери), диференціює

за формами (усною і письмовою), різновидами (професійний, корпоративний, діловий жаргон) та жанрами, подаючи до кожного з них детальний лексико-граматичний опис.

Третій розділ монографії (с. 112-160) присвячено комунікативно-прагматичному аналізу усної та письмової форм англомовного бізнес-дискурсу (на 12 прикладах та 742 ділових листів). Згідно з головною інтенцією, виокремлено п'ять типів макромовленнєвих актів у формі ділових листів: директив, репрезентатив, експресив, декларатив та матакомунікатив. Комісивний тип, як зазначає авторка, у даному конкретному випадку виявився факультативним, про що свідчить його відсутність серед інших прагматичних типів. На підставі проведеного аналізу Л.П. Науменко робить логічний висновок, що, згідно з головною інтенцією, пропозиційні структури, репрезентовані мовленнєвими актами (МА), організовуються в макромовленнєві акти/мовленнєві події/мовленнєві практики, які і складають мовну текстуру дискурсу.

У четвертому розділі (с. 161-279), найбільшому за своїм обсягом, дослідниця детально розглядає ключові/базові концепти “ENTERPRISE”, “TRADE”, “MONEY”, “MANAGEMENT” та макроконцепт “BUSINESS” (у дослідниці концепти зазначено малими літерами), моделюючи їх у вигляді концептуально-поняттєвої схеми-моделі бізнес-дискурсу. На слушну думку авторки, саме концепти ініціюють ту чи іншу тематичну організацію пропозиційних структур, які на мовному рівні вирізняються у МА. При цьому дослідниця послуговується власним баченням концепту як складного мовно-мисленнєвого утворення, що має поняттєву, фреймову та образну складові, які у цій роботі репрезентують: ім'я концепту, синонімічна спеціальна лексика, образні назви, перифрази, мовні метафори, номенклатурні одиниці, описи об'єктів-ситуацій, образів-картинок, „Я-схем”, національних стереотипів та антропосимволів. Наприклад, типові ситуації та процедури ведення бізнесу формують фреймові структури (див. фрейм „грошова одиниця”) та сценарії (див. сценарій „життєвий цикл товару”), а діяльність у бізнесі накладає певні обмеження на поведінку його суб'єктів, що виявляє себе у стереотипізації образу бізнесмена-підприємця та керівника-менеджера. При цьому окремі харизматичні постаті представників бізнесу набувають ознак антропосимволів у національній свідомості носіїв англійської мови, обростаючи

оцінними та асоціативними конотаціями, як наприклад, підприємець-бізнесмен Е. Карнегі та професійний менеджер Г. Форд.

Теоретичне значення роботи полягає, по-перше, в розробленні теоретичних положень нового напрямку досліджень у контексті когнітивного дискурсознавства – концептології дискурсу, по-друге, у створенні концепції лінгвістичного опису-моделювання професійного дискурсу, а також у новаторському поєднанні концептуального та комунікативно-прагматичного підходів із метою теоретичного осмислення складного лінгвокультурного феномену „бізнес-дискурс”. Методика, що лягла в основу дослідження, придатна також для вивчення семантико-композиційних структур інших різновидів дискурсів та їх порівняння. Практичне значення монографії, як засвідчує аналіз її положень, полягає в можливості використання її результатів для розроблення програм та навчальних посібників із загальних курсів теорії мови, дискурсознавства, когнітивної лінгвістики, лінгвоконцептології, теорії мовної комунікації, а також спецкурсів із лексикології, термінології, лексикографії, функціональної стилістики, прикладної лінгвістики, практики перекладу, англійської ділової мови та лінгвокраїнознавства; укладання термінологічних та ідеографічних словників-тезаурусів з англійської ділової мови.

Загалом монографія Л.П. Науменко є оригінальним дослідженням, в якому авторка вдало поєднує дискурс- та концепт-аналізи, що свідчить про комплексний підхід до вивчення проблеми бізнес-дискурсу. При цьому вона залучає пропозиційні структури для аналізу концептів і, навпаки, застосовує концепт-аналіз для вивчення констант дискурсу. Заслужують також на позитивну оцінку цілісне, чи голістичне (у дослідниці холіцестичне), бачення дослідницею феномену „бізнес-дискурс” у поєднанні його мовних та соціокультурних складників; розроблення архітекtonіки концептуальних структур та побудова схеми (моделі), що відображає в загальних рисах концептосферу англomовного бізнес-дискурсу. Вдалою, на нашу думку, є також ідея виявлення контекстуальних значень терміна *business* та порівняння семантичних парадигм терміна *business* і слова *business*, послуговування логічним й семантичним аналізом для віднаходження понять, що безпосередньо або опосередковано організовують парадигму макророзуміння “business”, що в цілому надає можливість дослідниці максимально повно описати поняттєвий складник концепту “business”.

На нашу думку, в результаті проведеного дослідження авторці вдалося досягти поставлених цілей і виконати такі завдання: визначити обсяг поняття „дискурс” у тріаді „текст”, „діалог”, „дискурс”; обґрунтувати назву *бізнес-дискурс* на позначення досліджуваного феномену при розгляді її синонімічних назв – *офіційно-діловий стиль* та *діловий дискурс*; розробити типологію англomовного бізнес-дискурсу та виокремити його жанрові форми як одиниці дослідження; окреслити межі бізнес-дискурсу, його маргінальні поля та точки перетину з іншими різновидами дискурсів; розробити власну типологію жанрів бізнес-дискурсу; здійснити комунікативно-прагматичний аналіз усної та письмової форм бізнес-дискурсу (за приклади взято ділову нараду та діловий лист); розробити оригінальну архітектоніку базових концептів бізнес-дискурсу та виокремити їх поняттєві, структурні (фреймові), образні, оцінні та символічні складники; проаналізувати мовні репрезентанти ключових концептів бізнес-дискурсу, з’ясувати їх терміноутвірний потенціал, структурувати поняттєву організацію і побудувати першу концептуально-поняттєву схему (модель) сучасного англomовного бізнес-дискурсу. Що ж засмучує, то це відсутність цифрових величин, що могли б прислужитися об’єктивнішій характеристиці бізнес-дискурсу. Недопрацьованими залишилися й ідеї графів тощо.

Монографія написана на належному науковому рівні, має теоретичну і практичну цінність, актуальна й відповідає сучасним вимогам. Окрім того, мені як рецензенту загалом імпонує оптимальна логіка викладу матеріалу, відчуття історичного розвитку англійської лексики, цікаві діахронні пояснення термінів (особливо в коментарях, с. 283-291). Загалом робота, що має енциклопедичний характер, сприяє кращому розумінню як лінгвістичного феномену „бізнес-дискурс”, так і поняття „бізнес” у контексті його позамовних чинників, не лише надає матеріал для вдосконалення словникових дефініцій деяких економічних термінів, а й може прислужитися молодому досліднику.