

АНГЛОМОВНИЙ БІЗНЕС-ДИСКУРС: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Науменко Л.П. Сучасний англомовний бізнес-дискурс в комунікативно-прагматичному та концептуальному висвітленні: Монографія. – К. : Логос, 2008. – 360 с.

У зв'язку з перетворенням бізнесу на світову домінуючу філософію англомовний бізнес-дискурс стає важливим феноменом сучасного суспільства. Саме дослідженню цього явища присвячена монографія Л.П. Науменко, у якій уперше здійснюється комплексне дослідження англомовного бізнес-дискурсу – осмислюється його лінгвістична природа, визначаються його різновиди і жанри, виокремлюються структурні одиниці репрезентації, розглядаються базові концепти та моделюється концептуально-поняттєва схема. Цінним є те, що автор вивчає англомовний бізнес-дискурс на базі значного мовного матеріалу з урахуванням реалій дійсності, енциклопедичних та індивідуальних знань, закономірностей структурування інформації у різних жанрах. Книга містить значний обсяг оригінальних зразків ділового мовлення: презентації, співбесіди, телефонні розмови, переговори, звіти, доповідні записки, резюме, ділові листи, вижимки з бізнес-плану, тексти-описи біографій відомих економістів. Саме тому вона буде цікавою як для філологів, так і для людей, діяльність яких пов'язана з бізнесом.

Л.П. Науменко давно плідно працює над розробкою науково-методологічних підходів до вивчення ділової англійської мови у вищій школі. Викладачі та студенти вищих навчальних закладів України активно використовують у навчальному процесі серію її посібників з ділової англійської мови. Рецензована монографія, виконана із застосуванням комунікативно-прагматичного, концептуального, логіко-сміслового, лексико-семантичного та етимологічного підходів, є одним із підсумкових етапів роботи у цьому напрямі.

Монографія складається з чотирьох розділів. У першому розділі «Поняття «дискурс» у загальній теорії дискурсознавства» розглядаються основні напрями теоретичних досліджень дискурсу в лінгвістиці та суміжних з нею науках, особливості дискурс-аналізу, типологія дискурсу, визначаються відмінності між текстом, діалогом і дискурсом та співвідношення між такими поняттями, як офіційно-діловий стиль, діловий дискурс та бізнес-дискурс.

Корисним буде другий розділ «Англомовний бізнес-дискурс як один із типологічних різновидів дискурсу», у якому здійснюється лінгвістичний опис англомовного бізнес-дискурсу за його складовими параметрами: учасники, умови спілкування, організація, спосіб, матеріал та різновиди, жанрова диференціація дискурсу. Комунікативна мета бізнес дискурсу як різновиду економічного дискурсу полягає у забезпеченні нормального співробітництва зацікавлених в отриманні економічної вигоди сторін. Професійна діяльність бізнесменів здійснюється за допомогою бізнес-дискурсу, який нараховує значну кількість різновидів та жанрових форм. Автор виділяє три різновиди англомовного бізнес-дискурсу – професійний дискурс, корпоративний дискурс і діловий жаргон з характерними для них усними і письмовими формами репрезентації. Аналізуються такі усні форми професійного дискурсу, як презентація, співбесіда при прийомі на роботу, нарада, переговори, бізнес-конференція, ділова телефонна розмова, та письмові форми: ділові листи, протокол, звіт, автобіографія, рекомендаційні листи, анкета, бізнес-план, статутні положення, договір, доповідна записка. Досить детально розкриваються мовні і позамовні чин-

ники, які зумовлюють структуру, лексичні та семантичні особливості цих жанрових форм. Цікавим є дослідження ділового жаргону та корпоративного дискурсу, характерного для працівників окремих корпорацій, фірм, компаній. Останній представлений такими жанровими формами, як етичні кодекси, програми для персоналу, бувальщини, міфи/легенди, саги, оповідки, неписані правила, слогани/гасла.

У третьому розділі «Комунікативно-прагматичний аналіз англомовного бізнес-дискурсу» здійснюється комунікативно-прагматичне дослідження двох жанрових форм професійного бізнес-дискурсу, які представлені транскриптом ділової наради та текстом ділових листів. Проведений аналіз дозволив установити їх мету і тактики, описати типи мовленнєвих актів.

Досить цікавим є четвертий розділ «Англомовний бізнес-дискурс у ключових концептах», у якому визначається організація макроконцепту «business» та його основних складників: концепту «enterprise», концепту «trade», концепту «money» та концепту «management». Ці концепти досліджуються на прикладі образів-картинок та «Я-схем» відомих американських бізнесменів, окремі з яких з часом набули рис національних антропосимволів. Читачів зацікавить також опис засобів реалізації стереотипа-образу сучасного бізнесмена.

Слід відзначити стиль автора, чіткий і логічний, без нагромодження складних синтаксичних конструкцій. Усі положення монографії добре проілюстровані. У ній представлені приклади з науково-теоретичних праць з бізнесу, теорій та концепцій бізнесу, законодавчих актів і постанов уряду Великої Британії та США, що регулюють діяльність, а також одиниці ділового жаргону, транскрипти відео- та звукозаписів різних жанрових форм бізнес-дискурсу.

Отже, монографія Л.П. Науменко важлива як для навчання англійської ділової мови, так і для розвитку дискурсознавства, когнітивної семантики, лінгвопрагматики, жанрології, концептології. Ця книга, безперечно, буде корисною не тільки для науковців, викладачів іноземної мови, студентів-філологів, а й для бізнес-практиків.

ВАЛЕНТИНА ВОСКОБОЙНИК,
кандидат філологічних наук,
доцент

Одержано 28.10.2009 р., рекомендовано до друку 15.12.2009 р.