

Иманқұлова С.М.,
Рамазанова Ш.Ә.
**Бизнес-лингвистика –
зерттелмеген жаңа сала**

Мақалада бизнес әлемінің өз заңдылықтары, өз ерекшеліктері болатыны сияқты, лингвистикада өз терминологиясы, арнайы бизнес-дискурсы бар екендігі, ол бизнес-лингвистиканың зерттеу нысанына жататындығы айтылады. Алайда бұл саланың ағылшын тілді ортада 1990 жылдары-ақ зерттеле бастағандығы, орыс тілінде 2000 жылдары қолға алынғандығы, ал қазақ лингвистерінің назарына енді алынып отырғандығы сөз етіледі. Бизнес-лингвистикаға қатысты шетелдік ғалымдардың еңбектері, олардың зерттеу нысандары, бизнес-дискурс пен іскери дискурстың ара жігі ажыратылады. Бизнес-дискурстың атқаратын қызметі топтастырылады. Авторлар қазақ тіл білімінде бизнес-лингвистиканы қолданбалы лингвистика тұрғысынан зерттеу, бизнес байланыстың негізгі бағыттарын, ондағы қолданылатын ауызша, жазбаша іскерлік қатынастарды, оның типологиясы мен жанрларын, бизнес ортадағы кәсіби тілдің ерекшеліктерін (мысалы, банк, биржа, бухгалтерлік, әкімшілік, өндірістік сала тілі және т.б.) бизнес лексикографиясын, бизнес терминологиясын, құжат лингвистикасын және т.б. аспектілерді бір бағыт аясында жүйелеу, яғни бизнес-лингвистикада кешенді зерттеу тиімді нәтиже береді деген тұжырымға тоқталады.

Түйін сөздер: бизнес-лингвистика, бизнес-дискурс, іскерлік қарым-қатынас, қазақ тіл білімі, қолданбалы лингвистика.

Imankulova S.M.,
Ramazanova Zh.A.
**Business linguistics – the new
unexplored direction**

The world of business is absolutely special world, with the specific rules, terminology, it is proper to it the own specific discourse – a business discourse which is object of research of business linguistics is considered in the article. Nevertheless this problem was studied in the English-speaking environment in 1990, and in Russian research was begun in 2000, the Kazakh linguists only started investigating. Works of foreign scientists about business linguistics, the review of the main directions of its research also define basic approaches to its analysis. Definitions of the term «business discourse» and «practical discourse» differ, the functional typology of a business discourse is classified. Authors draw a conclusion that an integrated approach of research of the following aspects: research of business linguistics in applied linguistics, the main directions of business communication, the oral, written and technically mediated business communication, its typology and genre classification, professional sublanguages of a business area (for example, bank, exchange, accounting, administrative, production, etc.), the business lexicography, business terminology, document science (document linguistics), etc. gives an effective result.

Key words: business-linguistics, business discourse, business communication, Kazakh linguistics, applied linguistics.

Иманқұлова С.М.,
Рамазанова Ш.А.
**Бизнес-лингвистика – новое
неисследованное направление**

В статье рассматривается мир бизнеса как абсолютно особый мир со своими специфическими правилами, терминологией, которому свойствен собственный специфический дискурс – бизнес-дискурс, являющийся объектом исследования бизнес-лингвистики. Тем не менее эта проблема была изучена в англоязычной среде еще в 1990 году, а в русском языке исследование было начато в 2000 году, казахские лингвисты только начали исследовать. Труды зарубежных ученых о бизнес-лингвистике, обзор основных направлений ее исследования и определяют базовые подходы к ее анализу. Различаются определения терминов «бизнес-дискурс» и «деловой дискурс», классифицируется функциональная типология бизнес-дискурса. Авторы делают вывод, что комплексный подход исследования таких аспектов, как: исследование бизнес-лингвистики в прикладной лингвистике, основные направления бизнес-общения, устное, письменное и технически опосредованное деловое общение, его типология и жанровая классификация, профессиональные подязыки бизнес-сферы (например, банковский, биржевой, бухгалтерский, административный, производственный и др.), бизнес-лексикография, бизнес-терминологии, документоведение (документная лингвистика), и т.д., дает эффективный результат.

Ключевые слова: бизнес-лингвистика, бизнес-дискурс, деловое общение, казахское языкознание, прикладная лингвистика.

**БИЗНЕС-ЛИНГВИСТИКА
– ЗЕРТТЕЛМЕГЕН
ЖАҢА САЛА**

Бизнес әлемі – өз құпиясы бар ерекше әлем. Ерекше болатыны – оның өз концептісі, өз ережесі, өз терминологиясы, өзіне тән бизнес-дискурсы бар әлем. Бизнес – бүгінгі таңда әр түрлі сала мен бағыттағы адамдардың еңбекке деген тиімділігін арттыратын бәсекелі орта. Бизнес – табыс табу механизмі. Ол – адамдарға қажетті өнімді не затты әдемі, дұрыс жасауға қажеттілік тудыру дағдысы, экономикалық жағдайға сай адам әлеуетін жүзеге асыру мүмкіндігі, яғни өзін тану жолы және т.б.

Ал лингвистикалық тұрғыда бизнес – қарым-қатынас әлемі. Ол адамдармен тіл табысу, әңгіме өрбіту, байланыс орнату, келісімге келу алаңы. «Бизнес» концептісі когнитивті белгілері арқылы өзінің мағынасын кеңейтіп, зерттеу нысаны ретінде біздің тілдік санамызға белсенді енуде. Бұған дейін бизнес-лингвистика деген түсінік болмаса, қазіргі жаһандану кезеңінде нарықтық экономика талаптарына сай әлем жұртының бизнес-коммуникацияға мән беруі, кәсіби қарым-қатынас пен экономика тілін зерттеуге, осы пән-деген қажеттілікті тудыруға жол ашты.

Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар мен жаһандану ғасырында бизнес-контекстің маңызы күн өткен сайын артып келеді. Бизнес экономист ғалымдардан іскерлік қызметте тиімділікті арттыратын тың идеяларды, ал лингвист ғалымдардан дұрыс тағтымды қарым-қатынас жасау құралдарын онтайландыру тәсілдерін талап етеді. Соған орай бизнес пен басқарудағы коммуникацияның рөлі сұранысқа ие болып барады. Адамдар жұмыс істей отырып, бір-бірімен еріксіз қарым-қатынасқа түседі (ұжыммен жұмыс, әріптестерімен қарым-қатынас, ұйымды, компанияны басқару және т.б.), сол қарым-қатынасты дұрыс құру арқылы табысқа жету жолдарын қарастырады. Бизнес қарым-қатынастың тиімділігін арттыра отырып, төмендегі әрекеттерді атқарады: басшы мен қарамағындағылардың қарым-қатынасы, кері байланыс, ұйымдастыру ахуалы мен корпоративтік мәдениет, жанжалдарды шешу мен алдын алу, келісімге келу не келмеу, әсер ету мен сендіре білу, көпшілік алдында сөз сөйлеу, ұжымдағы қарым-қатынас, коммуникациялық кедергілер, үміткерлерді іріктеу кезіндегі әңгімелесу мен қызметкерді бағалау, есеп беру, іскери мәдени қарым-қатынас және т.б. Аталған қызметтердің басым бөлігі табысқа жетудің кілті болып табылады.

Басшы мен бизнесменнің коммуникациялық құзіретіне байланысты бизнес-лингвистика мен бизнес-коммуникация туралы теориялық еңбектер жарық көре бастады. Шетел ғалымдарының еңбектерінде менеджердің маңызды коммуникативті қызметі анықталды (Veech 2001). «Басшының коммуникативті мінез-құлқын тиімді етудің моделі» (Campbell 2006) құрылды. Арнайы мерзімді басылымдар қатары көбейіп келеді, мысалы, ағылшын тіліндегі Journal of Business Communication, Management Communication Quarterly. Бизнес-мектептерде іскери коммуникация саласында зерттеулер жүргізіле бастады. 1990 жылдардың соңында зерттеу пәні («бизнесмендер өз мақсатына жету үшін тілді қалай пайдаланады») мен әдіснама негіздері анықталды. Бизнес-контекст пен тілдің арасындағы байланыс көрсетілді.

Отандық филология ғылымында бизнес тілі аз зерттелген сала, мысалы, Т.Б.Назарованың (іскери қатынастағы ағылшын тілінің сөздік құрамын зерттеу бойынша кешенді жұмысы), Е.Н. Малюгананың (мәдениаралық іскери коммуникацияның функционалдық прагматикасының негізі), К.В. Томашевскийдің (бүгінгі күннің экономикалық дискурсын талдау) зерттеулері, А.А. Атабекова, Т.Д. Венедиктова, З.И. Гурьева және И.А. Преснухина, И.Н. Пучкова, И.В. Герасименко, С.В. Шилова, И.С. Макарова, И.М. Подгайская, Т.В. Толстова, Т.А. Ширяева, В.А. Митягина және т.б. ғалымдар вербальді іскери қатынастың мәселелерін қарастырды.

Тіл білімі ғылымында қолданбалы лингвистиканың бір саласы ретінде медиалингвистика (Т.Г. Добросклонский еңбектерінде), саяси лингвистика (А.П. Чудинов зерттеулерінде), саясаттану филологиясы (В.З. Демьянков), заң лингвистикасы (Н.Д. Голев), сот ісіндегі сөйлеудің негізі (Е.И. Галяшина), құжат лингвистикасы (С.П. Кушнерук) деген пәндер бекітілген. Шетел лингвистерінің де, ішінара қазақ лингвистерінің де еңбектерінде әскери, спорт, экологиялық лингвистика туралы материалдарды кездестіруге болады. Сондай-ақ «жарнама тілі», «PR тілі», «ғылым тілі», «поэзия тілі», және т.б. терминдер қалыптасып келеді.

Осыған орай қолданбалы лингвистиканың аясында бизнес-лингвистиканы қазақ тіл білімінде жаңа ғылыми пән ретінде қарастыруға әбден болады деп ойлаймыз. Оның әдіснамасы мен ғылыми аппараты шетел ғалымдарының жоғарыда аталған еңбектерінде жүйеленген. Ол еңбектерде *бизнес-лингвистика бизнес ісіндегі тілдік ресурстарды пайдалану мен қолдануды, іскери қарым-қатынасты зерттейтін ғылым* ретінде

қарастырылады. Бизнес-лингвистиканың зерттеу нысаны бизнес-дискурс болып табылады. Алайда бизнес-дискурс пен іскери (деловой) дискурсты әлі де болса бір мағынада қарастыру кездеседі. «Іскери» терминінің ұғымы өте кең: ол әкімшілік, саяси, экономикалық және т.б. салаларда іскери қатынаста қолданылады.

Қазіргі дискурс теориясында дискурстың негізгі белгілері стиль мен жанр болып табылады, іскери дискурстың негізгі белгілерін анықтауда ресми-іскери стиль мен оның жанрларына сүйенеміз. Табысты іскери ынтымақтастықтың негізгі факторы нақты да толық ақпаратқа жылдам қол жеткізу болып табылады. Ресми-іскери стильге, яғни іскери дискурста тән белгілер:

а) шектеулі лексикалық бірліктерді пайдалану, оған іскери қатынас жағдайларында қолданылатын мөртабан (штамп), дайын тілдік «трафареттер» жатады;

ә) хабарламаның анықтығы мен нақтылығын, бір мағыналығын қамтамасыз ету үшін сөздердің денотативті мағыналарын пайдалану;

б) құжаттың бұйрықты реттеуші сипаты;

в) әрбір ресми қағаздың деректілігі;

г) тұрақтылығы (анықталған жалпыға ортақ шаблондар мен «трафареттер» ұзақ уақыт бойы өзгеріссіз пайдаланылады);

д) іскери қатынасты жүргізуде уақытты үнемдеу және адресат пен адресант арасындағы байланысқа мән беру мақсатында белгілі шаблондарды сақтау.

Сондай-ақ лингвистер іскери қатынастың стильдік нормаларын сақтау үшін жасандылық пен демократияландыруға аса көп ұрынбау керектігін ескертеді. [1, 238].

Ал іскери дискурста қарағанда бизнес-дискурста дискурста қатысушылардың мақсатына жетуі үшін ресми-іскери жанрлар жеткіліксіз болып келеді. Бұл ресми-іскери жанрлар мен белгілер компания ішіндегі басшылық пен қарамағындағылардың арасындағы өкім, әріптестермен келіссөз жүргізу, мәміле жасау кезінде мәліметтермен қамтамасыз ету үшін қажет болғанымен, оларды компанияның өнімі мен қызмет түрлеріне қызықтыруда, өнімді сатып алуға сендіруде не үгіттеуде аздық етеді.

Экономика мен бизнеске қатысты ғылыми-әдістемелік әдебиеттерді, мақалаларды, анықтамаларды талдағанда, бизнес (business) тауарлармен (өнімдермен) басқаларды қамтамасыз ете отырып табыс табуға бағытталған кез келген коммерциялық және ақша үшін айырбас қызметі деген анықтамаға тоқталдық [14, 12]. Л.П. Науменко бизнес-дискурстың негізгі концептісін былай көрсетеді: BUSY (іскер,

жұмысбасты), ENTERPRISE (кәсіпкерлік), MANAGE (басқару), MARKET (нарық), PROFIT (табыс, пайда), BUSINESS-тің біріктірілген макроконцептісі (іс, бизнес) [2]. Сонымен бизнестің басты мақсаты – бизнес-дискурсқа қатысушылардың іскерліктерін, кәсіпкерліктерін дамыта отырып, нарықты басқаруды үйренуі, табыс табуы, пайда көруі.

Бизнес ортада меншіктің түрлі формалары, әр түрлі бизнес ұйымдар мен оларды классификациялау тәсілдері болады. Бизнес ұйымдарды жіктеу тәсілдерінің бірі олардың атқаратын қызмет түрлеріне байланысты: тауар жеткізуші (producers), қайта өңдеуші (processors), тауар өндіруші, (manufacturers), делдалдық етуші (intermediary) және көтерме саудагер (wholesalers), жеке саудагерлер (retailers) және кәсіпорындардың қызмет аясы (service businesses) және т.б. [3, 85].

Бизнес-дискурсты шетел ғалымдарының атқаратын қызметі жағынан топтастыруы:

– академиялық оқу бизнес-дискурсы (оқу құралдарында, анықтамалықтарда, бизнестің, экономиканың, менеджменттің түрлі аспектілерін зерттеуде, сондай-ақ тренинг, түрлі кейс жағдаяттарда, бизнес-консалтингте және коучингте) білім беру, ағарту қызметін атқарады;

– бизнес-медиа дискурсы (баспа және электронды БАҚ бизнес-мәселе бойынша) ақпараттық-пікірталастық қызмет атқарады;

– көпшілік ортадағы бизнес-дискурс (мысалы, есеп беру мен мәжіліс дискурсы, компания, кәсіпорын, мекеме басшыларының акционерлер мен қызметкерлер алдындағы сөзі, PR және жарнама және т.б.) дәлелдер арқылы әсер ету қызметін атқарады;

– құжат бизнес-дискурсы (ішкі және сыртқы іскери хат-хабарлар, корпоративтік құжаттар, компания мен ұйымдардың жарғысы және т.б. жазбалар) реттеуші қызмет атқарады;

– кәсіби іскери қарым-қатынас дискурсы (келіссөздер, клиенттермен, әріптестермен қарым-қатынас, соның ішінде өндірістік-техникалық бизнес-дискурс, сондай-ақ бизнес-сленг және арго, мысалы, биржа трейдерінің арнайы тілі – ауызша) ақпараттық-ұйымдастырушылық қызмет атқарады.

Бизнес-дискурстың бұл қызметтерінің бәрі түрлі қарым-қатынасқа жол ашып, тілдік бірліктерді орынды да ұтымды қолдануды негізге алады.

Ал қазақ тіл білімінде бизнес-лингвистика мүлдем зерттелмеген жаңа сала болғанымен, келешегі бар сала. Қолданбалы лингвистикада жеке пән ретіндегі бизнес-лингвистиканы жоғарыдағы айтылған қызметтеріне байланысты ұйымдастыру, корпоративтік, басқару байланысының негізгі бағыттарын, ондағы қолданылатын ауызша, жазбаша іскерлік қатынастарды, оның типологиясы мен жанрларын, бизнес ортадағы кәсіби тілдің ерекшеліктерін (мысалы, банк, биржа, бухгалтерлік, әкімшілік, өндірістік сала тілі), бизнес-медиа тілі мен электрондық БАҚ-тағы бизнес-жағдаяттарды, жарнама мен маркетинг тіліндегі, сату техникасы мен телемаркетинг тілдік бірліктерді, қызметкерлерді жұмысқа алу мен бағалау, бизнестегі шешен сөз, бизнес лексикографиясын, бизнес терминологиясын, құжат лингвистикасын және т.б. аспектілерді бір бағыт аясында жүйелеу, яғни бизнес-лингвистикада кешенді зерттеу тиімді нәтиже береді деген ойдамыз.

Әдебиеттер

- 1 Мороховский А.Н. Стилистика английского языка [Текст] / А.Н. Мороховский [и др.]. – Киев: Вища школа, 1984. – 247 с.
- 2 Науменко Л.П. 10. Діловий англомовний дискурс у ключових концептах [Текст] // Культура народов Причерноморья. – 2004. – Т. 1. – № 49. – С. 40-44.
- 3 Стодолинская Ю.Д. Бизнес дискурс как самостоятельный тип дискурса. Перевод и сопоставительная лингвистика. – 2013. Выпуск № 9.
- 4 Данюшина. Ю.В. Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М., 2011.

References

- 1 Morohovskij A.N. Stilistika anglijskogo yazyka [Tekst] / A.N. Morohovskij [i dr.]. – Kiev: Vishcha shkola, 1984. – 247 s.
- 2 Naumenko L.P. 10. Dilovij anglovovnij diskurs u klyuchovih konceptah [Tekst] // Kul'tura narodov Prichernomor'ya. – 2004. – T. 1. – № 49. – S. 40-44
- 3 Stodolinskaya YU.D. Biznes diskurs kak samostoyatel'nyj tip diskursa. Perevod i sopostavitel'naya lingvistika. – 2013. Vypusk № 9.
- 4 Danyushina. YU.V. Mnogourovnevyy analiz angloyazychnogo setevogo biznes-diskursa. Avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni doktora filologicheskikh nauk. – M., 2011.