

## ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 81.27

**Ю.С. Толстопятова**  
Южный федеральный университет,  
Ростов-на-Дону

### К ОПРЕДЕЛЕНИЮ АУКЦИОННОГО ДИСКУРСА

**Аннотация.** *Статья посвящена определению аукционного дискурса. Актуальность исследования обусловлена недостаточной разработанностью данной темы в научной литературе. Исследована этимология и дано определение слова «аукцион». Выявлены характерные особенности и структурные компоненты аукционного дискурса. Предложено авторское определение понятия «аукционный дискурс».*

**Ключевые слова:** аукцион, аукционный дискурс, аукционное скандирование, аукционная лексика.

**J.S. Tolstopyatova**  
Southern federal university, Rostov-on-Don

### ABOUT DEFINITION OF AUCTION DISCOURSE

**Abstract.** *The paper studies the problem of definition of auction discourse. The importance of this research is caused by the insufficient elaboration of this topic in the scientific literature. The etymology of the term «auction» is analyzed. The term «auction» is defined. The characteristic features and structural components of the auction discourse are revealed. The author's definition of the concept of «auction discourse» is proposed.*

**Keywords:** auction, auction discourse, auction chant, auction lexicon.

#### Введение

Аукционы как форма публичных торгов имеют довольно древнюю историю. Первые упоминания о них восходят к 500 г. до н.э., когда древние римляне проводили ежегодные торги по продаже конфискованного имущества должника. В латинском языке существовало слово *auctionis*, которое обозначало «увеличение, рост». Оно произошло от латинского слова *augere*, которое имеет значение «увеличивать, увеличение». Однако затем аукционы утратили свою значимость и были возобновлены лишь на рубеже XVI-XVII веков в Голландии, когда Нидерланды освободились от испанского владычества и стали одной из наиболее развитых в экономическом плане европейских стран. Вскоре феномен аукциона распространился по всей Европе. Главными лотами на первых евро-

пейских аукционах были произведения искусства: картины, книги, гравюры [4].

Известно, что в русский язык слово «аукцион» пришло из западноевропейских языков в первой половине XVIII века и имело значение публичного торга (среди потенциальных покупателей определяли того, кто мог предложить за товар самую высокую цену, тем самым максимально увеличить доходы продавца). Отечественный языковед Н.А. Смирнов полагает, что оно могло иметь голландское (от гол. «auktie») или немецкое (от нем. «auktion») происхождение, поскольку, согласно данным «Словаря русского языка XVIII века», слово «аукцион» закрепилось в русском языке в 1740-х годах, когда основными торговыми партнерами России были именно Голландия и Германия [6].

Что касается видов аукционов, то следует отметить, что их классификация весьма разнообразна. Однако универсальным считается деление всех видов на две большие группы: открытые (участники торгов видят ставки своих оппонентов) и закрытые (участники торгов не видят ставки друг друга). К первой группе относятся такие виды, как: Английский аукцион (покупатели предлагают за товар пошагово возрастающую цену, пока не останется один аукционер – победитель), Голландский аукцион (торг начинается с очень высокой цены и ведется с ее понижением, пока не найдется покупатель, согласный купить по объявленной цене), свечной аукцион (современная версия популярного в XVII-XVIII вв. свечного аукциона используется в онлайн-торговле, где время совершения ставок ограничено). Ко второй группе относятся: аукционы первой и второй цены, двойной аукцион, а также так называемый «тихий аукцион» (ценовые предложения участников не предаются огласке).

**Теоретическая база исследования.** Говоря о методологических основах изучения феномена аукциона, следует отметить, что данная тема отличается недостаточной разработанностью в научной литературе. Тем не менее прародителем теории аукциона считается американская экономическая школа (следует отметить, что зарубежные ученые исследовали феномен аукциона именно в рамках теории аукциона, а не собственно аукционного дискурса). Теоретическая база изучения аукциона как формы торговли была заложена на рубеже 60-х–70-х гг. XX века американскими исследователями-экономистами. Классическим трудом по теории аукциона является работа известного американского экономиста У. Викри «Counterspeculation, Auctions, and Competitive Sealed Tenders», опубликованная в 1961 году [15]. Среди других пионеров теории аукциона следует отметить Р. Кассади [9], в работах которого представлен один из наиболее полных исторических обзоров функционирования аукционов начиная со времен Геродота. Также значительный вклад в формирование методологической базы теории аукциона внесли такие исследователи, как

П. Клемперер [10], П. Макафи [14], Д. Макмилан [14], П. Милгром [12], В. Кришна [11] и др.

Что касается исследований аукциона отечественными учеными, то важно отметить, что работ по теории аукциона в российской науке нет, поэтому данный феномен изучается в рамках смежных дискурсов, а именно экономического. Так, среди основных трудов по данной теме можно выделить монографию проф. О.А. Беляевой «Торги: основы теории и проблемы практики» [1], которая посвящена исследованию института торгов и обладает довольно богатой эмпирической базой. Кроме того, можно отметить диссертацию К.Н. Волкова «Торги как способ заключения договора» [2], в которой приведен подробный анализ торгов как традиционного для гражданского права способа заключения договоров.

Говоря об определении понятия «аукцион», следует отметить, что оно имеет различные трактовки в зависимости от подхода к его рассмотрению. Так, известный американский экономист и педагог П. Милгром понимает под аукционом «механизм распределения ресурсов среди группы участников торгов» [12]. Согласно П. Милгрому, модель аукциона включает три основные части: описание потенциальных участников торгов, набор возможных комбинаций распределения ресурсов (описывающих количество товара каждого типа), а также значения данных комбинаций для каждого участника.

Другие американские исследователи, П. Макафи и Д. Макмилан трактуют аукцион как «рыночный институт, обладающий подробным набором правил для распределения ресурсов и определения цен на основе ставок» [14]. Кроме того, анализируя определение понятия «аукцион», зафиксированное в Оксфордском словаре (Аукцион есть «публичная продажа лота участнику торгов, предложившему наивысшую цену» [13]), П. Макафи и Д. Макмилан акцентируют внимание на том, что аукцион представляет собой не только продажу, но и покупку лотов.

Что касается трактовки понятия «аукцион» в отечественных толковых словарях, то следует отметить, что в целом она совпадает с определениями, предложенными в англоязычных словарях (в частности, в Оксфордском). Так, например, согласно Толковому словарю русского языка С.А. Кузнецова, аукцион – это «продажа какого-нибудь имущества или товара с публичного торга, причем имущество достается предложившему наивысшую цену» [5]. Схожее определение фиксируют и специализированные словари финансово-экономических терминов. В частности, Экономический словарь под редакцией В.И. Нечаева и П.В. Михайлушкина трактует аукцион как «открытые торги, на которых право собственности на продаваемое имущество передается покупателю, предложившему в ходе торгов максимальную цену» [7].

Таким образом, в данном исследовании под

термином «аукцион» мы будем понимать публичную продажу различных товаров (лотов) на условиях ценовой состязательности участников торгов.

**Характерные особенности аукционного дискурса.** Несмотря на то, что феномен аукциона функционирует в рамках экономического дискурса, характерные особенности и уникальная сфера употребления позволяют, на наш взгляд, говорить о существовании самостоятельного аукционного дискурса.

Итак, с лингвистической точки зрения, среди наиболее важных характеристик аукционного дискурса можно выделить следующие аспекты:

Во-первых, аукционный дискурс имеет свой собственный уникальный профессиональный язык. Речь идет о специализированной терминологии, которую используют участники аукциона. Поскольку каждая аукционная школа предлагает собственный (нередко сленговый) лексикон, терминов, характерных для аукционного дискурса, довольно много. В качестве базовых универсальных терминов ниже приведены слова и словосочетания из сборника, составленного одним из старейших аукционных домов мира Sotheby's (Сотбис):

- аукцион / Auction (Sale) – процесс торгов за лоты каталога, основанный на принципе ценовой состязательности участников.
- аукционер / Bidder – официально зарегистрированный участник аукциона (потенциальный покупатель/продавец на аукционе).
- аукционист / Auctioneer – человек, ведущий аукцион.
- бидовый номер (карточка) / Bidder Number (Paddle) – табличка с номером, которую получает каждый участник аукциона (поднятие бидового номера является знаком того, что участник желает сделать ставку).
- каталог / Catalog – список лотов в электронном или бумажном виде (каталог обычно содержит номер, описание, предварительную оценку и в некоторых случаях фотографию лота).
- лот / Lot – предмет или группа предметов, которые выставляются на торги.
- ставка (бид) / Bid – предложение цены от зарегистрированного участника аукциона (обычно ставка равняется шагу аукциона – 10% от текущей цены на лот).
- цена молотка / Hammer price – максимальная цена лота, зафиксированная в ходе торгов при ударе молотка (без учета комиссии).
- эстимейт / Estimate – предпродажная оценка стоимости какой-либо вещи, выставляемой на аукцион (условный ценовой ориентир).

Во-вторых, на аукционе используется уникальный профессиональный сленг. Ввиду того, что каждый аукционист имеет свой собственный набор специфических слов, профессиональный аукционный сленг отличается большим разнообразием. Тем не менее среди основных наиболее универсальных словосочетаний можно выделить

следующие:

- go on the block / Выставлять на продажу – аукционист использует данную фразу, когда объявляет очередной лот (термином «block» обозначают подиум аукциониста, т.е. буквальный перевод гласит: «быть выставленным на подиум аукциониста»).

- специальные термины используются для определения цены на лоты, состоящие из нескольких товаров. Например, некий лот стоимостью \$100 состоит из пяти картин. Если аукционист употребляет фразу «One Money», это означает, что цена в \$100 распространяется на все пять картин. Если же аукционист использует выражение «Times The Money», это означает, что каждая из пяти картин стоит \$100.

- Peter Funk – данное сленговое выражение обозначает сообщника аукциониста, который набивает цену на аукционе в случае пассивности участников торгов.

В-третьих, аукционный дискурс отличается уникальным речевым поведением участников торгов. Профессиональный сленг аукционистов в совокупности со специфическим способом его произношения составляют так называемое скандирование или речитатив аукциониста. Аукционное скандирование (англ. «auction chant», «bid calling») представляет собой метод быстрой речи, который используется аукционистами в процессе продажи лотов. Ввиду экстремально быстрого произношения, простому обывателю аукционное скандирование кажется бессмысленным набором слов, однако оно имеет вполне прагматичные цели. Суть данного метода заключается в ритмичном и распевном повторении слов с целью сконцентрировать внимание участников торгов на конкретном лоте, а также сэкономить время, которое на многих аукционах ограничено.

Традиционная речь аукциониста состоит из двух повторяющихся чисел, связанных с продажей товара: первое – текущее предложение (the statement), также известное как the «have», второе – сумма следующего предложения, которое перебьет текущее (the suggestion), известное также как the «want». Однако с тем чтобы возыметь необходимое влияние на участников торгов, аукционное скандирование должно быть плавным и мелодичным. В этой связи помимо двух ключевых чисел, аукционисты используют так называемые слова-связки (filler words), которые призваны сделать речь звучной и ритмичной. Из-за того, что слова-связки произносятся нечетко, возникает иллюзия, что аукционист говорит быстро, это и создает ажиотаж у участников аукциона [8].

Особое значение в скандировании аукциониста имеет техника произнесения ставок. Речь идет об особом интонационном балансе: каждая последующая ставка должна произноситься громче предыдущей, а перед финальной фразой «Продано!» («Sold!»), которая должна быть самой громкой, аукционист непременно делает паузу,

тем самым максимально провоцируя участников торгов.

Кроме того, важную роль в аукционном дискурсе играет язык жестов. Среди наиболее популярных можно выделить следующие знаки. Поднятая вверх рука означает повышение ставки (количество пальцев символизирует то, на сколько повышается ставка; один палец – один шаг аукциона). Если участнику торгов необходимо привлечь внимание аукциониста, самый популярный способ это сделать – громкий и резкий щелчок пальцами. Наконец, специфичной является сфера функционирования аукционного дискурса.

Несмотря на то, что в отличие от первых европейских аукционов, где главными лотами были преимущественно предметы роскоши, современные публичные торги реализуют самые разные товары, круг участников аукциона тем не менее ограничен. Традиционной практикой является плата за доступ в аукционный зал или за разрешение на участие в аукционе, причем данная сумма нередко может превышать стоимость выставленных на торги предметов.

Также следует отметить, что аукционный дискурс имеет преимущественно устную форму реализации (исключения составляют только те аукционы, которые не требуют личного присутствия участников торгов, например, интернет-аукционы).

#### **Структура аукционного дискурса.**

Поскольку в данной статье мы говорим об аукционном дискурсе как о самостоятельном феномене, то необходимо отметить, что, как и любой другой коммуникативный акт, он обладает собственной структурой [3]. Так, основными компонентами аукционного дискурса выступают: адресант/говорящий, представленный аукционистом; адресаты/слушающие, представленные участниками торгов; референт/предмет речи, представленный информацией о том или ином лоте; коммуникативный код, представленный особой профессиональной терминологией аукционного дискурса.

#### **Заключение**

Таким образом, анализ характерных особенностей и уникальной сферы реализации феномена аукциона позволяет сформулировать следующее определение аукционного дискурса. Аукционный дискурс представляет собой сложное коммуникативное явление, подразумевающее социальное взаимодействие участников и организаторов аукциона на основе норм и принципов проведения публичных торгов, а также обладающее уникальными лингвистическими характеристиками (профессиональная терминология и специфическое речевое поведение).

#### **Библиографический список**

- 1 Беляева О. А. Торги: основы теории и проблемы практики / О. А. Беляева. – Москва : ИНФРА-М, 2015. – 250 с.
- 2 Волков К. Н. Торги как способ заключения догово-

вора // Автореф. ... дис. канд. юр. наук / К. Н. Волков. – Екатеринбург, 2006. – 149 с.

3 Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмативно-лингвистический и когнитивный аспекты / В. С. Григорьева. – Тамбов : Изд-во Тамбовского гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.

4 Мурыгина Н. В. Дизайн теории аукционов в контексте обеспечения экономической безопасности государства и бизнеса / Н. В. Мурыгина // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2016. – № 3 (62). – С. 23–27.

5 Смирнов Н. А. Западное влияние на русский язык в петровскую эпоху / Н. А. Смирнов. – Текст : электронный // Научное наследие России: [сайт]. URL: <http://books.e-heritage.ru/book/10095662> (дата обращения: 26.07.2019).

6 Новейший большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург : Норинт; Москва : Рипол классик, 2008. – 1534 с.

7 Экономический словарь : справ. изд. / В. И. Нечаев,

П. В. Мухайлушкин. – Краснодар : Амри, 2011. – 464 с.

8 Angela Tung. 15 Fast-Talking Auctioneering Terms. – URL: <http://mentalfloss.com/article/78668/15-fast-talking-auctioneering-terms> (дата обращения: 28.01.2019).

9 Cassady R. J. *Auctions and Auctioneering*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press. 1967. 327 p.

10 Klemperer P. *Auctions: Theory and Practice*. Princeton University Press. Princeton. US. 2004.

11 Krishna V. *Auction Theory*. Academic Press. 2009. 336 p.

12 Milgrom P., Weber R. J. *A Theory of Auctions and Competitive Bidding*. *Econometrica*. 1982. Vol. 50. September.

13 *Oxford English Dictionary, second edition*, edited by John Simpson and Edmund Weiner, Clarendon Press. 1989.

14 R. Preston McAfee, John McMillan *Auctions And Bidding*. *Journal of Economic Literature*. 1987. pp. 699–738.

15 Vickrey W. *Counterspeculation, Auctions and Competitive Sealed Tenders*. *Journal of Finance*. 1961. Vol. 16. March.

#### References

1 Beliaeva O. A. *Torgi: osnovy teorii i problemy praktiki*. Moscow: INFRA-M. 2015.

2 Volkov K. N. *Torgi kak sposob zakliucheniiia dogovora: avtoref. ... dis. kand. iur. nauk*. Yekaterinburg, 2006. 149 p.

3 Grigor'eva V. S. *Diskurs kak element kommunikativnogo protsesssa: pragma-lingvisticheskii i kognitivnyi aspekty of the communicative process: pragmativ-linguistic and cognitive aspects*. Tambov. 2007. 288 p.

4 Murygina N. V. *Dizain teorii auktsionov v kontekste obespecheniia ekonomicheskoi bezopasnosti gosudarstva i biznesa*. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta*. 2016. No. 3 (62), pp. 23–27.

5 Smimov N. A. *Zapadnoe vliyanie na russkij iazyk v petrovskuyu epokhu*. URL: <http://books.e-heritage.ru/book/10095662>.

6 *Novejshij bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka*. Sankt-Peterburg: Norint. Moscow: Ripl klassik. 2008. 1534 p.

7 V. I. Nechaev, P. V. Mihajlushkin. *Ekonomicheskij slovar'*. Krasnodar: Atri. 2011. 464 p.

8 Angela Tung. 15 Fast-Talking Auctioneering Terms. – URL: <http://mentalfloss.com/article/78668/15-fast-talking-auctioneering-terms> (дата обращения: 28.01.2019).

9 Cassady R. J. *Auctions and Auctioneering*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press. 1967. 327 p.

10 Klemperer P. *Auctions: Theory and Practice*. Princeton University Press. Princeton. US. 2004.

11 Krishna V. *Auction Theory*. Academic Press. 2009. 336 p.

12 Milgrom P., Weber R. J. *A Theory of Auctions and Competitive Bidding*. *Econometrica*. 1982. Vol. 50. September.

13 *Oxford English Dictionary, second edition*, edited by John Simpson and Edmund Weiner, Clarendon Press. 1989.

14 R. Preston McAfee, John McMillan *Auctions And Bidding*. *Journal of Economic Literature*. 1987. pp. 699–738.

15 Vickrey W. *Counterspeculation, Auctions and Competitive Sealed Tenders*. *Journal of Finance*. 1961. Vol. 16. March.