

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АУКЦИОННОЙ РЕЧИ
НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО АУКЦИОННОГО
СКАНДИРОВАНИЯ**
**LINGUISTIC CHARACTERISTIC OF AUCTION SPEECH ON THE
EXAMPLE OF ENGLISH AUCTION CHANT**

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению лингвистических особенностей аукционной речи на примере англоязычного аукционного скандирования. Актуальность данного исследования обусловлена потребностью в изучении аукционного скандирования как одного из наиболее популярных методов речевого поведения аукционистов. Исследована специфика структуры данного типа речевого поведения аукционистов. Рассмотрен основной лексический состав аукционного скандирования. Сопоставлены американский и английский стиль речевого поведения на аукционах.

Ключевые слова: аукцион; аукционист; аукционная речь; аукционное скандирование; аукционная лексика; слова-связки.

Abstract: The paper studies the peculiarities and specific features of auction speech on the example of English auction chant. The importance of this research is stipulated by the necessity of studying auction chants as one of the most popular methods of auctioneers' verbal behavior. The specific structure of this kind of auction speech is analyzed. The basic lexical composition of auction chant is determined. American and English styles of auction chant are compared.

Keywords: auction; auctioneer; auction speech; auction chant; bid calling; auction lexicon; filler words.

Аукцион, будучи одной из наиболее популярных форм торговли, представляет собой публичную продажу товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона. Общим для всех аукционов принципом является принцип состязательности между потенциальными покупателями. Скандирование аукциониста (или речитатив аукциониста) – это метод быстрой речи, который используется аукционистами в большинстве аукционов в США.

Скандирование, или речитатив, аукциониста (auction chant, bid calling), которое зачастую простому обывателю кажется бессмысленным набором слов, является одним из наиболее популярных методов речевого поведения аукционистов (auctioneers) и их ассистентов (ringmen, bid chatters) в большинстве аукционов США. Суть данного метода заключается в ритмичном и распевном повторении слов с целью сконцентрировать внимание участников торгов (bidders)

на конкретном лоте (lot), а также сэкономить время, которое на многих аукционах ограничено. В отличие от других видов торгов, аукцион – это одноразовое мероприятие, на котором одновременно присутствуют все участники торгов. [1] Поэтому цель аукциониста – продать как можно большее количество лотов за отведённое время (как правило, несколько часов).

Речь аукциониста традиционно состоит из двух повторяющихся чисел, связанных с продажей товара [5]. Первое – текущее предложение (the statement), также известное как the «have». Например, начальная фраза аукциониста: «I'm bid ten dollars» (Г-н N предлагает десять долларов). Второе – сумма следующего предложения, которое перебьет текущее (the suggestion), известное также как the «want». Обычно the «want» произносится приблизительно в четыре раза чаще, чем the «have» (чтобы всё более повышать ставки). Например, фраза, означающая повышение ставки (bid): «Ten dollars, twenty dollars» (Десять долларов, двадцать долларов). Однако помимо этих двух ключевых чисел, аукционисты используют так называемые слова-связки (filler words). Они помогают сделать речь плавной и ритмичной, создают своеобразные паузы, во время которых аукционисты и участники аукциона могут подумать между ставками. Также слова-связки используются, чтобы делать заявления, задавать вопросы или просто помогают создать ритм в речитативе. Как правило, слова-связки каждого аукциониста различаются, что и делает их речь уникальной. Однако существуют типичные слова-связки, которые преподают в школах аукционеров. Например, «dollar-bid» (ставка в один доллар), «now» (а теперь) и «will you give me?» (Вы дадите?). Однако у опытных аукционистов со временем слова-связки превращаются в «звуки-связки». Например, фраза, призванная стимулировать участников торгов, «somebody give me» (Кто-нибудь, предложите больше), превращается в «sbody give m».

Схема универсального скандирования, которому обучают будущих аукционистов, может быть представлена следующим образом: «One-dollar bid, now two, now two, will you give me two? Two-dollar bid, now three, now three, will you give me three?» (Один доллар, два, Вы дадите мне два доллара? Два доллара, а теперь три, Вы дадите три доллара?), она продолжается до тех пор, пока лот не будет продан. Часто перед окончанием торга аукционист объявляет: «Going once, going twice, sold!» («раз, два, продано!») или «Going, going, gone!» («едем, едем, ушел!»), а затем объявляет победителя и делает удар молотком. Из-за того, что слова-связки произносятся неотчетливо, сливаясь вместе, возникает иллюзия, что аукционист быстро говорит, что создает больше волнения и нагоняет ажиотажа на участников аукциона.

Однако наряду с текущим предложением (the «have») и суммой следующего предложения (the «want») аукционист должен держать в уме ещё одно число – так называемое «новое следующее предложение» (the «next»), также известное как the question. Оно возникает в ситуации, когда текущее предложение (the «have») перебито (т. е. сумма следующего предложения (the «want») становится текущим предложением (the «have»), и возникает новое предложение (the «next»). Например, фраза, в которой аукционист произносит ставку, ещё не предложенную участниками торгов: «Do I hear 30?».

Таким образом, речь аукциониста должна содержать три ключевых элемента, разделяемых словами-связками:

- текущее предложение (the «have»),
- сумма следующего предложения (the «want»),
- «новое следующее предложение» (the «next»).

Особую роль в аукционном скандировании играет техника произнесения вышеуказанных элементов. Одной из наиболее популярных методик в американских аукционных школах является техника «Want? Sold! Have a Buyer!». Суть данной методики сводится к особому интонационному балансу в речи аукциониста. Так, каждая последующая ставка должна произноситься громче предыдущей, а сумму следующего предложения (the «want») нужно оформлять в виде вопроса. Перед финальной точкой разыгрывания лота (фраза «Sold!» (продано), которая должна быть самой громкой) аукционист обязательно должен сделать паузу, чтобы максимально спровоцировать участников торгов.

Классическим примером использования данной техники являются автомобильные торги. Так, например, если начальная цена лота (автомобиля) была \$1,000, а окончательная (hammer price) – \$2,500, то примерная речь аукциониста может выглядеть следующим образом: «I have \$1,000 and I want \$1,100!» (У меня есть \$1,000, но я хочу \$1,100!). Ставки постепенно повышаются, и, когда называется цена \$2,500, аукционист делает небольшую паузу, после чего говорит «Sold!» и называет номер победившего участника торгов. Следует отметить, что автомобильные торги – один из самых скоростных типов аукционов: за один час опытным аукционистам удаётся продать до 170 автомобилей [4].

Кроме того, следует отметить, что, зародившись в США, аукционное скандирование стало одним из ключевых методов речевого поведения на аукционах по всему миру. Тем не менее, в каждой стране оно имеет свои национальные особенности [3]. Так, если сопоставлять американский и английский стиль, можно заметить, что последний куда менее быстрый. Однако это скорее чисто лингвокультурологическая особенность, которая не отражается на количестве продаваемых лотов. Ещё одно отличие заключается в использовании слова the «want» (сумма следующего предложения) [2]. Американский стиль использует его эксплицитно, в то время как английский аукционист сначала выдержит паузу, пока кто-нибудь из участников торгов сам не предложит следующую ставку. Кроме того, для американских аукционистов характерен более неформальный стиль общения с участниками торгов. Тем не менее, всё это лишь национальные культурные особенности, которые коренным образом на процедуре скандирования не отражаются.

Также важно отметить, что существует специальная лексика, используемая в скандировании аукционистов. Терминов, характерных для аукционного речитатива, довольно много, поскольку каждая аукционная школа предлагает собственный (нередко сленговый) лексикон. Ниже мы приводим наиболее используемые слова и словосочетания из сборника, составленного одним из старейших аукционных домов мира Sotheby's (Сотбис):

1) универсальные термины:

– Absentee Bid – заявка отсутствующего покупателя (её подаёт лицо, которое намерено участвовать в аукционе, но не может присутствовать на торгах;

данная заявка содержит указание лотов, в которых хотело бы принять участие данное лицо, и максимальной приемлемой для него цены);

- Appraisal – оценка стоимости имущества;
- As Is – как есть (в текстах официальных соглашений означает, что покупаемый или поставляемый товар принимается приобретающей стороной в том состоянии, в каком находится на момент покупки, со всеми ошибками, неполадками, недоделками или какими-либо другими дефектами);
- Auction – is a process of buying and selling goods or services by offering them up for bid, taking bids, and then selling the item to the highest bidder;
- Auctioneer – аукционист (лицо, проводящее аукционные торги, которое сообщает начальную цену, принимает заявки, объявляет цену продажи или снятие товара с аукциона);
- Bid – предложение цены на аукционе;
- Bought-In – тип лота, который не был продан ввиду отсутствия ставок и остался у владельца;
- Fair market value – справедливая рыночная стоимость (цена, при которой товар может быть продан на рынке, если стороны сделки не находятся под принуждением и хорошо осведомлены обо всех возможностях использования данного товара);
- Gavel – молоток аукциониста (то же самое, что hammer);
- Hammer Price – окончательная цена, по которой продаётся лот;
- Knocked down – тип лота, который ударом молотка объявляется проданным;
- Paddle – аукционная табличка, на которой пишется предложение цены;
- Provenance – история происхождения лота (список владельцев на момент текущей продажи);

2) специальная лексика, используемая преимущественно в аукционном скандировании:

- Chant / bid calling – аукционный речитатив (ритмичное и распевное повторение слов);
- Runner – ассистент аукциониста, задача которого заключается в скоростной доставке лота победителю торгов;
- The «have» – текущее предложение (цена, по которой лот торгуется в данный момент);
- The «next» – сумма следующего предложения;
- The «want» – «новое следующее предложение».

Таким образом, можно сделать вывод, что аукционное скандирование является особым методом речевого поведения аукционистов, для которого характерна специфическая лексика и процедура проведения. Ключевая особенность аукционного речитатива заключается в ритмичном и распевном повторении основных лексических элементов: текущее предложение (the «have»), сумма следующего предложения (the «want») и «новое следующее предложение» (the «next»).

Библиографический список

1. Воскресенская, Л. И. Лексические и стилистические приемы формирования языковой личности в художественном произведении на английском языке / Л. И. Воскресенская // Вестник Омского университета. – 2013. – № 3. – С. 90–94.
2. Brandly, M. Bid calling in the United States differs from England / M. Brandly. – <https://mikebrandlyauctioneer.wordpress.com/2011/02/02/bid-calling-in-the-united-states-differs-from-england/> (дата обращения : 20.11.2017).
3. Lacetera, N. Bid Takers or Market Makers? The Effect of Auctioneers on Auction Outcome / N. Lacetera, B. J. Larsen, D. G. Pope, J. R. Sydnor // American Economic Journal: Microeconomics. – 2016. 8(4). P. 195–229.
4. Lindsay, K. The Auctioneer's Chant Making sense of the jibber jabber / K. Lindsay. – http://www.michiganauctioncompany.com/Articles_The_Auctioneers_Chant.html (дата обращения : 2.12.2017).
5. Tung, A. 15 Fast-Talking Auctioneering Terms / A. Tung. – <http://mentalfloss.com/article/78668/15-fast-talking-auctioneering-terms> (дата обращения : 18.11.2017).