

ния адвокат может апеллировать к таким ценностям, как свобода слова, любовь, здравый смысл. Апелляция к антиценностям (малодушие, моральная незрелость, трусость) направлена на признание поступка подзащитного допустимым и возможным при известных обстоятельствах и поэтому заслуживающим снисходительного отношения.

Литература

1. Корнилова Т.В. Мотивационная регуляция принятия решений: современные представления // Современная психология мотивации / под ред. Д.А. Леонтьева. М.: Смысл, 2002. С. 171–213.
2. Леонтьев А.Н. Категория деятельности в психологии // Хрестоматия по курсу «Введение в психологию»: учеб. пособие / ред.-сост. Е.Е. Соколова. М.: Рос. психол. о-во, 1999. С. 265–280.
3. Леонтьев А.Н. Основные процессы психической жизни // Хрестоматия по курсу «Введение в психологию»: учеб. пособие / ред.-сост. Е.Е. Соколова. М.: Рос. психол. о-во, 1999. С. 281–283.
4. Леонтьев Д.А. К психологии поступка. URL : <http://www.existradi.ru>.
5. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17 : Теория речевых актов. М., 1986. С. 22–130.
6. Палашевская И.В. Функции юридического дискурса и действия его участников // Изв. Самар. науч. центра Рос. акад. наук. 2010. Т.12. №5(2). С. 535–540.
7. Солдатова А.А. Речевые стратегии и тактики адвокатского дискурса в уголовных процессах : автореф. ... дис. канд. филол. наук. Тверь, 2013.
8. Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. М.: ТЕРРА, 1996.
9. Hustler Magazine, Inc. v. Falwell // The First Amendment : Transcripts of the oral arguments made before the Supreme Court. N. Y., 1997.
10. Dreiser T. An American Tragedy. URL : <http://royallib.ru>.

Performative characteristics of lawyer's speech (based on the English language speech)

There are considered the performative characteristics of lawyer's speech represented in the tactics of acquittal of a client, which presupposes the appeal both to particular values and to antivalues.

Key words: *lawyer's speech, performative act, performative discourse, tactics of acquittal, appeal to values / antivalues.*

Д.С. ХРАМЧЕНКО
(Тула)

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПИСЬМЕННОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА В УСЛОВИЯХ ДЕКОНВЕНЦИОНАЛИЗАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО БИЗНЕС-ОБЩЕНИЯ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Дается функционально-синергетический анализ тактической хаотизации английского делового дискурса как тенденции в развитии современной деконвенционализированной бизнес-коммуникации.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, коммуникативная тактика, лингвосинергетика, деловой дискурс, прагматика, функциональная лингвистика.

Анализ образцов письменного англоязычного бизнес-общения за последние несколько десятилетий свидетельствует о важных трансформационных процессах, протекающих в данной институциональной сфере. Намечившиеся тенденции к отходу от конвенциональных коммуникативных норм и нарушению незыблемых ранее установок и правил вербального поведения обусловили важность и необходимость поиска адекватной методологической базы для проведения всестороннего исследования данной комплексной проблемы. Несомненный интерес представляет рассмотрение динамики эволюционных изменений прагма-семантического пространства английского делового дискурса с позиций функциональной лингвосинергетики – нового широко развиваемого направления в языкознании, занимающегося изучением процессов самоорганизации в сложной открытой нелинейной системе смыслов дискурса, в которой под воздействием внешней среды (сознания участников общения и коммуникативной ситуации) и внутренних процессов возникают случайные функциональные колебания (в терминах лингвосинергетики – флуктуации). В качестве реакции на отклонение от равновесного состояния в системе начинают проявляться спонтанные эмерджентные свойства, способствующие продвижению дискурса к наиболее упорядоченной точке системы – функциональному аттрактору (коммуникативной цели) – и пе-

реходу на качественно новый уровень развития [1].

Нелинейность как базовое свойство английского языка делового общения предопределяет существование некоторого множества альтернативных траекторий смыслового развития дискурсивной системы. Выстраивание функциональной перспективы с учетом внутренних системных процессов чередования этапов хаотизации и упорядоченности, сочетаемости элементов системы друг с другом и с объективными тенденциями внешней среды существенно повышает вероятность эволюционного движения кооперирующих прагма-семантических компонентов в направлении прогнозируемого аттрактора. С точки зрения функциональной лингвосинергетики коммуникативная стратегия представляет собой один из вероятных путей развития смыслового пространства, влекущий выполнение поставленных субъектом речи целевых установок делового общения. Коммуникативная тактика, таким образом, сводится к осуществлению комплекса мер по нейтрализации условий, способствующих эволюционированию дискурса к наименее оптимальным функциональным аттракторам, и успешному преодолению системных точек бифуркации (этапов выбора системой одного из нескольких путей развития).

В условиях деконвенционализации делового общения коммуниканты все чаще прибегают к «нестандартным» тактическим приемам, хаотизирующим функциональное пространство дискурса для достижения поставленных целей и задач. Реализация стратегического замысла в письменной форме английского делового дискурса обладает определенной спецификой, заключающейся в естественных ограничениях возможности адресата оказывать какое-либо воздействие на прагма-семантическую подсистему субъекта речи, корректировать ход развертывания дискурса, актуализировать альтернативную траекторию, оперируя тактическими языковыми приемами и средствами. Основная нагрузка, связанная с выбором вектора смыслового развития и прогнозированием обменных процессов между дискурсивной системой и сознанием реципиента как подсистемой внешней среды, ложится на автора письменного текста. Читателю при этом отводится пассивная роль в силу отсутствия «технического» доступа к арсеналу вербальных средств. Итог функционирования смысловой системы, таким образом, определяется успешностью коммуни-

кативной тактики адресанта и способностью адресата в полной мере воспринять синергию прагма-семантических компонентов при наличии адекватного уровня владения вертикальным контекстом. В рамках одного фрагмента (текста) письменного делового дискурса абсолютное доминирование смысловой подсистемы автора и сведение активности читателя к рецепции аттрактора обусловили практически полное отсутствие конфронтации между подсистемами коммуникантов, исключая возникновение интенсивных функциональных колебаний. В связи с этим продуманное использование дерегламентирующих тактических приемов в письменном тексте характеризуется повышенной эффективностью прагматического воздействия.

Так, автор статьи “The Great Fall”, опубликованной в деловом разделе журнала “Time”, осуществляет комплексную тактическую дерегламентацию дискурса, эксплуатируя синергию значительного числа прагма-семантических элементов, имеющих весьма далекое отношение к функциональному пространству бизнес-коммуникации: *When you're looking for a way to describe the global economy, the thing that comes to your mind is a mountain climber. High on a peak, he sees an inviting gully that seems to lead to the top. He starts scrambling, easily finds holds for his hands and feet, basks in the thin sunshine. Then the gully gets steeper, tougher and narrower; thunderclouds gather overhead. Soon our adventurer, perched on a ledge with nothing below but air, realizes he's stuck. At which point, this thought occurs: knowing precisely how he got into such a fix is an interesting question, one that he will enjoy discussing with fellow climbers at that nice bar in the valley. But the important thing right now is to get down. In one piece.*

At last week's annual meeting of the World Economic Forum in Davos, there was no shortage of explanations for how the global economy had to go into such a mess. Some were simple: bankers (and their clients, to be fair) were both stupid and greedy. Some were psychostatistical: the inherent uncertainty of life had engendered an irrationality among economic decision makers. Some were historical: empires always overreach, in the process running up ruinous debts that must one day be paid [3] (Если попытаться найти адекватный способ описать состояние мировой экономики, то первым на ум придет слово «скалолаз». Забравшись высоко на гору, скалолаз замечает лошину, которая, как ему кажется, ведет к самой вершине. Он начинает карабкаться вверх,

с легкостью находя удобные выступления, освещаемые тусклым солнечным светом. Затем лощина становится круче и уже, на небе собираются грозовые облака. Совсем скоро наш отважный искатель приключений понимает, что застрял на опасной высоте. В этот момент его посещает мысль: он с удовольствием обсудил бы то, как попал в эту переделку, с друзьями в баре. Но сейчас самое главное – спуститься вниз. Целым и невредимым. На ежегодном Международном экономическом форуме в Давосе, состоявшемся на прошлой неделе, было предостаточно объяснений печального состояния мировой экономики. Самые простые версии касались глупости и жадности банкиров (а также их клиентов, если говорить честно). Другие версии винили во всем неуверенность в завтрашнем дне, сказавшуюся на способности экономистов принимать взвешенные решения. Третьи искали ответ в истории: империи всегда переоценивали свои финансовые возможности, что приводило к накоплению неподъемных долгов, расплата по которым неизбежна).

Перед автором статьи ставятся несколько важных коммуникативных задач, решение которых требует тщательного отбора языковых средств и продуманного выстраивания функциональной перспективы. Необходимость в максимально понятной, доступной и яркой форме объяснить свою точку зрения на причины мирового экономического кризиса, сформировать у читателей определенное отношение к участникам давосского форума, поддерживая внимание реципиентов в ходе развертывания дискурса через активизацию обменных процессов с такой подсистемой внешней среды, как сознание адресатов, обусловила выбор риторического приема метафоры – эффективного нелинейного оператора функционально обоснованной дерегламентации английского делового дискурса.

На начальном этапе своего развития смысловая система фрагмента находится в равновесном состоянии. Ключевое словосочетание первого предложения *a way to describe the global economy* настраивает читателей на последующее обстоятельное описание положения дел в мировой экономике. Однако далее вместо ожидаемой лексики деловой тематики в дискурс вводится элемент совершенно иного семантического поля – *mountain climber*, хаотизирующий функциональное пространство и вызывающий существенное отклонение от предполагавшейся ранее траектории

эволюционного движения. Логико- и прагматическое отношение включения / пояснения между первым и вторым высказываниями облегчают протекание обменных процессов с внешней средой – сознанием адресатов, не имеющих физической возможности полноценно участвовать в общении, задавая вопросы и проясняя непонятные им моменты. Планомерное внедрение в систему элементов *peak, gully, the top, steeper, tougher and narrower, adventurer, perched on a ledge, fellow climbers, valley, to get down*, несущих тематический компонент скалолазания, усиливает флуктуации, порождаемые также дополнительными средствами создания выразительности: окказиональной аллитерацией (*gully, thunderclouds, ledge, below, realizes, precisely, will, fellow climbers, valley*) и варьированием длины высказываний (*But the important thing right now is to get down. In one peace*). Масштабная дестабилизация вынуждает систему искать способы выхода из кризисного состояния и погашения разупорядоченности. Хаотизирующее влияние деструктивных элементов нейтрализуется благодаря интенсификации взаимодействия с сознанием читателей, из которого в систему поступают смысловые компоненты, обеспечивающие рецепцию аттрактора, – идеи о том, что международный финансовый кризис застал многих буквально врасплох, и прежде, чем обсуждать его последствия, необходимо сначала окончательно преодолеть все проблемы.

Функциональные отношения исключения/переключения на стыке двух первых абзацев статьи маркируют фазовый скачок дискурсивной системы на новый этап своего развития. Автор переходит от иносказательного манипулирования синергичным ресурсом нелинейности речи к прямому изложению оценочных суждений. Прямолинейно-негативные прагматические компоненты актуализируемых дискурсивных элементов *such a mess, both stupid and greedy, psychostatistical* кооперируют, препятствуя адекватному обмену с коммуникативной ситуацией, предписывающей вербализацию более взвешенного и корректного отношения к излагаемой проблеме. В результате смысловая система воздействует на среду – сознание адресатов, – формируя у них предвзятое отношение к непрофессиональности и некомпетентности некоторых представителей делового сообщества.

Искусственное нагнетание функциональных колебаний прагма-семантической системы последовательным применением разно-

уровневых операторов тактической дерегламентации в конечном итоге позволило автору статьи в полной мере реализовать его коммуникативную стратегию, достигнув спрогнозированного прагматического эффекта и подтолкнув систему в направлении идеального аттрактора.

В некоторых случаях воздействие хаотизирующих смысловых компонентов на систему (и последующая активизация обменных процессов с сознанием реципиента) может рассматриваться автором не только в качестве эффективного тактического приема, но и как самостоятельная стратегия выстраивания письменного бизнес-дискурса. Например, статья "The Economist" под заголовком "Stakes and Mistakes" о приватизации крупных частных компаний государственными структурами имеет ярко выраженное провокационное начало: *Which flavour of condom do you prefer? Strawberry, chocolate or banana, perhaps? Prostitutes in India opted for paan, or betel nut wrapped in a leaf, which many Indians chew as a digestive. Their answer persuaded HLL Lifecare, a company based in the state of Kerala, to market a paan-flavoured condom. The sheath takes its place alongside the company's other offerings, including a textured condom and one that glows in the dark.*

HLL Lifecare, which until this year was called Hindustan Latex, is one of 246 enterprises owned by India's central government. Spanning everything from nuclear energy to artificial limbs, these companies employed almost 1.6 m people in 2008 and accounted for 8.3% of the country's GDP. On November 5th the government expressed a new willingness to reduce its stake in these enterprises. It wants the profitable ones to offer at least 10% of their shares to the public [2] (Презерватив с каким ароматом вы предпочтете? Клубничным, шоколадным, а может быть, банановым? Проститутки в Индии выбирают паан или бетель, который индусы любят жевать для улучшения пищеварения. Этот выбор повлиял на решение компании "HLL Lifecare" начать выпуск соответствующего товара наряду с прочими предложениями – светящимися и текстурными кондоми. "HLL Lifecare", в недавнем прошлом называвшаяся "Hindustan Latex", одно из 246 предприятий, находящихся в собственности правительства Индии. Производя буквально все, от ядерной энергии до протезов (8,3% ВВП страны), эти компании предоставляли в 2008 г. 1,6 млн рабочих мест. Пятого ноября правительство заявило о планах со-

кратить свою долю в компаниях, наиболее доходные из которых будут обязаны разместить на биржах как минимум 10% своих акций).


Отвергая все существующие в деловом дискурсе конвенциональные коммуникативные нормы и правила вербального поведения, нарушая максимы вежливости, корректности, такта и релевантности информации, автор статьи буквально шокирует читателей с первых строк. Текст, опубликованный журналом в разделе "State-owned Enterprises" с подзаголовком "India's government is privatising companies for the wrong reasons", открывается серией внезапных вопросов, касающихся личной жизни адресатов, что недопустимо в консервативном бизнес-общении. Деструктивная семантика элементов *flavour of condom, Prostitutes, paan-flavoured condom, sheath, textured condom, one that glows in the dark* лишена делового тематического компонента, противоречит коммуникативной ситуации и предполагавшемуся изначально вектору смыслового развития системы, нарушая взаимодействие с внешней средой. Мощные функциональные и стилистические колебания приводят в действие синергийные самоорганизационные процессы, направленные на поиск путей выхода дискурсивной системы из разупорядоченного состояния. Активизация взаимообмена с сознанием читателей и постепенное наращивание числа элементов, коррелирующих с семантическим полем бизнеса и деловых отношений (*HLL Lifecare, a company, to market, the company's other offerings, enterprises owned by India's central government, these companies employed almost 1.6 m people, 8.3% of the country's GDP, 10% of their shares*), позволяют системе преодолеть негативные тенденции и сформировать траекторию движения функциональных связей в направлении аттрактора. Преобладающие в системе параметры порядка (лого- и прагма-семантические отношения между высказываниями), свойственные привычным для экономического текста рассуждениям и анализу, помогают читателю уловить ход авторской мысли «от частного к общему», игнорируя дерегламентирующие девиации выстраивания логической структуры статьи, вытесняемые на периферию сознания в результате осуществления диссипативных процессов.

Таким образом, предпринятый в статье функционально-синергетический анализ эмпирического материала, наглядно иллюстрирующего деконвенционализированный характер современной бизнес-коммуникации, по-

зволяет сделать вывод о том, что успешность «нестандартных», дерегламентирующих тактических приемов и стратегий, а также высокая эффективность оказываемого на адресатов прагматического воздействия заключаются в прямопропорциональной зависимости между целенаправленным усилением хаотизации функционального пространства письменного английского делового дискурса и интенсификацией взаимообмена смысловой системы с сознанием читателей, предусматривающего как приток в систему новых прагматических компонентов из внешней среды, так и противоположный процесс модификации самой среды, манипулирования сознанием при помощи внесения качественных изменений в систему оценочных суждений, эмоционально-модальную сферу адресата. Лингвосинергетическое исследование тактических операторов хаотизации прагматического пространства письменного бизнес-общения, катализирующих спонтанное возникновение новых функциональных дискурсивных свойств, дает возможность по-новому взглянуть на проблему стратегического планирования и открывает широкие перспективы совершенствования современной деловой риторики.

Литература

1. Пономаренко Е.В. Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода (на материале английского языка). М.: МГИМО-Университет МИД РФ, 2010.
2. Stakes and Mistakes // *The Economist*. 2009. Nov. 14th. P. 74–75.
3. The Great Fall // *Time*. 2009. Feb. 16. P. 37–38.



Communicative strategies and tactics of the written business discourse in the conditions of deconventionalization of the English language business communication: functional and synergetic aspect


There are represented the functional and synergetic analysis of the tactical chaotization of the English business discourse as the tendency in the development of the modern deconventional business communication.

Key words: *communicative strategies, communicative tactics, linguosynergetic, business discourse, pragmatics, functional linguistics.*

М.Ю. ПАПЧЕНКО
(Москва)

**О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ
ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ
В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМНОЙ
КОММУНИКАЦИИ**

Предпринята попытка определить роль лингвистических приемов и средств языковой игры в немецкой печатной рекламной коммуникации. С опорой на концепции ведущих российских и немецких специалистов в области рекламной коммуникации анализируются варианты различных коммуникативных стратегий и тактик в немецкой журнальной рекламе, в том числе с учетом различия условий функционирования рекламы в России и Германии. На примере немецких рекламных текстов выявляются основные функциональные особенности языковой игры с позиций коммуникативной лингвистики.



Ключевые слова: *коммерческая рекламная коммуникация, коммуникативные стратегии, языковая игра.*

Теория речевых актов позволяет рассматривать рекламный текст как продукт языковой деятельности или, другими словами, как часть коммуникативного действия. При формулировании мысли адресант сообщения выбирает из доступного ему множества коммуникативных действий именно то, которое, по его мнению, *наиболее вероятно* обеспечит успех коммуникации (здесь и далее перевод мой. – М.П.) [8, S. 241–242]. Результат общения тем самым во многом зависит от выбранной коммуникативной стратегии [4, с. 18], которая понимается как «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [2, с. 18].

Таким образом, любой рекламный текст (речь в статье идет о коммерческой рекламе) можно рассматривать как набор вербальных и невербальных единиц, тщательно подобранных создателями рекламы с целью реализации основных персуазивных коммуникативных стратегий. В последнее время рекламодатели все большее предпочтение отдают лингвистическим приемам и средствам языковой игры (ЯИ) [1, с. 37–38; 3, с. 133].

Для того чтобы проследить, как приемы ЯИ используются в рекламной коммуни-