

Термин «техноценоз» и ценологический подход к исследованию сложных технических систем предложены замечательным ученым Б.И. Кудриным. В его теории имеется четкая аналогия между развитием техники и живой природы. Он обосновал использование модели Н-распределения для математического описания видового и рангового распределения.

Основу научных исследований Б.И.Кудрина, ведущихся с 1971 г. и концептуально завершённых в области электрики к 1976 г., а философии – к 1996 г., составил опыт проектирования и строительства крупных заводов и их хозяйств, цехов; отдельных комплексов, зданий, сооружений и сетей. Сами ценологические свойства цехов (предприятий) и городов стали проявляться в нашей стране в 50-е годы и были замечены Б.И.Кудриным в 70-е годы.

Исследование технических систем предполагает адекватный математический аппарат для выделенной целостности – технического ценоза и для каждого из фрагментов созданного человеком материального и идеального миров. Применительно к промышленным предприятиям, как правило, определяют связь между количеством видов продукции и электропотреблением.

Теория предполагает существование некоторого идеального распределения элементов ценоза, причем стабильность системы характеризуется значением рангового коэффициента, находящегося в пределах от 0,5 до 1,5. Эти данные были получены Б.И. Кудриным и его учениками эмпирически.

В работах В.И. Гнатюка предполагается, что оптимальным является такой техноценоз, который по своим функциональным показателям характеризуется максимальной энтропией и обеспечивает выполнение поставленных задач, т.е. идеальное выполнение своего функционального назначения.

Поясним существование идеальной технической системы с точки зрения гармонии. В тех-

нике существует понятие «Золотое сечение» – деление отрезка на две части, при котором длина отрезка так относится к большей части, как большая часть относится к меньшей. Это определение предложено Леонардо да Винчи в XV веке.

Будем считать, что гармония и идеальное распределение ценоза как системы, выполняющей свое функциональное назначение, подчиняются «Золотому сечению», а понятие «Золотое сечение» неразрывно связано с числами Фибоначчи.

В 1202 г. итальянским купцом и математиком из Пизы Леонардо Фибоначчи была написана «Книга об абаке», в которой помещена задача про кроликов. Решая эту задачу, Фибоначчи обнаружил последовательность чисел, где последующее число равно сумме двух предыдущих чисел: 1; 1; 2; 3; 5; 8; 13; 21; 34 и т.д. Отношение последующего члена ряда к предыдущему с ростом последовательности стремится к коэффициенту золотого сечения $\Phi = 1,618$.

Если взять числовой ряд, состоящий из чисел с коэффициентом 1,618 («Золотое сечение») 1,0; 0,62; 0,38; 0,24; 0,15; 0,09 и т.д. (что сильно напоминает шкалу мощностей трансформаторов), и аппроксимировать его, то получим гиперболическую кривую, которая описывается следующей формулой:

$$y = f(x) = \Phi e^{-0,4812 \cdot r},$$

где $\Phi = 1,618$ – золотая пропорция, r – ранг объекта.

С учетом опыта развития живой природы, можно предполагать, что формула отражает идеальное соотношение количества видов и численности каждого вида. Поэтому при определении основных показателей и количества установленного оборудования целесообразно использовать понятие «Золотое сечение» и числа Фибоначчи. Поскольку эти соотношения существуют в природе, то человек бессознательно создает техноценозы таким образом, что их оптимальная структура определяется этими постоянными.

Филологические науки

МАКРО-РЕЧЕВЫЕ АКТЫ КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСА

Колобова А.А.

*Дальневосточный Государственный
Гуманитарный Университет
Хабаровск, Россия*

Понятие корпоративной культуры на сегодняшний момент является очень актуальным. Корпоративная культура является средством позиционирования компании на рынке вообще, на рынке труда и в обществе в целом. Формируемая и поддерживаемая корпоративная культура является способом повышения лояльности сотрудников и повышения эффективности их работы.

Практика внутренней и внешней корпоративной речевой коммуникации - корпоративный дискурс - реализует корпоративную культуру в виде кодексов корпоративного поведения компаний, содержания корпоративных сайтов и непосредственно речевой коммуникации в компании.

Изучение корпоративного дискурса через изучение его знакового продукта – текстов корпоративных кодексов, представленных на корпоративных сайтах, позволяет эксплицитно описать существенные особенности данного социального и лингвокультурного явления и выработать рекомендации, касающиеся именно вербального аспекта корпоративных документов. Приведенные в литературе по корпоративному менеджменту ре-

комендации по написанию корпоративных кодексов определяют только тематические разделы этого документа (миссия, ценности, стандарты поведения, история). Вопрос же о репертуаре "корпоративного языка" остается неизученным.

Для анализа корпоративного дискурса как лингвокультурного явления необходимо изучить его структурные и вербальные характеристики как реализацию коммуникативно-речевых стратегий и прагматических категорий.

Исходя из того, что речевые акты являются минимальными единицами речевой деятельности, целесообразно начать изучение корпоративного дискурса с его единиц - речевых актов.

Классификация речевых актов может соответствовать основным типам предложений с соответствующими коммуникативными функциями – утверждения, вопросы и императивы. Классификация Дж. Остина основывается на критерии иллокутивной функции (экспозитивы, вердиктивы, побудительные акты (экзерситивы), акты обязательств (комиссивы) и акты этикетного поведения (бехабитивы)).

В классификации Дж. Сёрла помимо иллокутивной силы, выраженного психологического состояния адресанта и содержания речевого акта выделен критерий референции – соотношения с действительностью:

- репрезентативы (assertives) – говорящий описывает действительность и несет ответственность за истинность этого описания;

- директивы (directives) – говорящий побуждает адресата в действие, которое изменит действительность – приказ, просьба, совет и т.п.;

- комиссивы (commissives) – говорящий возлагает на себя обязательства по выполнению действия, которое изменит действительность – обещание, клятва, угроза и т.п.;

- экспрессивы (expressives) – говорящий описывает свое психо-эмоциональное состояние, вызванное действительностью – благодарность, извинение, поздравление, приветствие и т.п.;

- декларативы (declaratives) – говорящий изменяет действительность путем устранения несоответствия между содержанием высказывания и действительностью.

Для более детального анализа иллокуций директивных актов необходимо применить классификацию директивных речевых актов Е. И. Беляевой, основанную на критериях взаимодействия участников коммуникации (приоритетность и бенефактивность):

- прескриптивы – приоритет говорящего, бенефактивность не отражена (приказ/запрет, распоряжение, инструкция, заказ);

- реквестивы – бенефактивность для говорящего, приоритетность адресата (просьба, мольба, приглашение);

- суггестивы – бенефактивность для адресата, приоритетность не отражена (совет, предложение, предупреждение).

Также функциональная направленность речевого акта носит неоднозначный характер – в одном речевом акте могут присутствовать две иллокуции, которые дополняют друг друга, или в форме одного речевого акта реализуется совершенно другой речевой акт.

Тот факт, что последовательности речевых актов могут иметь некоторую общую иллокуцию, помимо своих индивидуальных иллокуций, отмечается такими лингвистами как Дж. Браун, Дж. Юл, Т.А. ван Дейк и А. Феррара. В рамках последовательности речевых актов функционирует некоторая "главная" иллокуция и совокупность "второстепенных" иллокуций отдельных речевых актов, которые в целом подчинены главной. Термином ван Дейка "макро-речевой акт" описывается такой комплекс высказываний, объединенный общей иллокутивной целью.

Исследование текстов корпоративных кодексов на предмет представленности типов речевых актов по Дж. Серлу и Е. И. Беляевой с учетом косвенной/прямой их формы и реализации в виде макро-речевого акта, позволило получить следующие результаты.

Разделы "Миссия компании" и "Ценности компании" представляют собой репрезентативные макро-речевые акты, одновременно имеющие иллокуции комиссивов (описание положения дел также обозначает и принятие на себя обязательств по достижению и поддержанию описанной ситуации). Характерными языковыми средствами для реализации репрезентативов - комиссивов являются формы простого настоящего времени (уже достигнутые результаты и цели, еще не достигнутые компанией, описываются как свойственные ей/регулярно-совершаемые действия) и формы простого будущего времени:

The company leads in shareholder value growth. [Valero]

FedEx will strive to develop mutually rewarding relationships with its employees, partners and suppliers... [FedEx]

В разделе "История компании" представлены репрезентативные речевые акты, вместе составляющие макро-речевой акт с дополнительной иллокуцией экспрессива. Через изложение значимых моментов истории и жизни компании адресант передает положительно-окрашенное эмоциональное состояние. Наиболее частотными языковыми средствами здесь выступали be able to, to grow, to develop, a leader/to leader/leadership, to pioneer в формах простого прошедшего и настоящего совершенного времен, а также существительное success:

Rockville Bank, however, was able to work out their problem loans and did not suffer severely from the downturn in the market. [Rockville Bank]

Founded in 1968 by Jim Moran, JMFE has grown from a core distribution business into a diversified automotive corporation... [JM Family]

Much of Cameron's success was the result of pioneering efforts to make insurance available to the working class. He was an early leader in voluntary payroll deduction insurance... [AFA Corp.]

Разделы, описывающие компанию как "корпоративного гражданина", представляют собой репрезентативные макро-речевые акты, реализующиеся через употребление форм настоящего совершенного времени, подчеркивающих результативность общественно-полезных действий, совершенных компанией, причем в качестве субъекта выступает компания в целом (название) и ее сотрудники:

For more than 20 years, CDW and its co-workers have contributed millions of dollars and thousands of volunteer hours to national and local charitable activities. [CDW]

Употребление форм настоящего простого времени подчеркивает постоянство и привычность благотворительных действий компании, в качестве субъекта выступают различные именованные сотрудники как команды или группы, часто сочетающиеся с местоимениями *we* и *our*:

Our staff give their time to a variety of volunteer endeavors. [Plante&Moran]

В пунктах, касающихся экологичности производственной деятельности компании, представлены комиссивные макро-речевые акты. Они реализуются через использование простого настоящего времени (как описание принятой практики осуществления производственной деятельности компании):

We promote and participate in recycling programs in our communities. We are committed to reusable packaging, reduced packaging, and water and energy conservation. [Whole Foods Market's]

Помимо описания благотворительной деятельности компании и ее сотрудников, в данных разделах описывается пример реализации компанией таких ценностей американского общества как равноправное отношение к представителям различных меньшинств (расовых, религиозных, сексуальных и т.д.), важность семьи. Репрезентативные макро-речевые акты в данном случае реализуются через использование форм совершенного и простого настоящего времени и простого прошедшего времени с именами и названиями авторитетных лиц и организаций, а также клиентов в качестве субъекта оценки;

Publix was named by Child magazine as one of the Top 10 Family-Friendly Supermarkets (2003) [Publix]

В разделах, описывающих преимущества работы в компании реализуются макро-речевые акты с иллюзией комиссива (компания принимает на себя обязательства по отношению к своему работнику) и репрезентатива (описывается практика взаимодействия компании с сотрудни-

ками в области создания благоприятных и даже конкурентных по сравнению с другими условий работы) с дополнительной иллюзией директива-суггестива (побуждение совершить действие, которое будет бенефактивно для адресата). Что выражалось в основном формами будущего времени, где субъектом выступает компания (название компании) и формами простого настоящего времени в сочетании с местоимениями *you/youre* и *our*, причем компания или ее подразделение выступает субъектом, предоставляющим блага для сотрудников:

The Container Store will work with an individual to match his or her career desires. [The Container Store]

Genentech pays the full cost of membership at our local full-service athletic clubs. [Genentech]

Помимо описания благоприятных условий работы в компании суггестивы реализуются в форме повелительных предложений:

Making a Difference is Our Job. Make it Yours, too. [Timberland]

В разделах, касающихся желательного поведения сотрудника представлены прямые и косвенные директивы – прескриптивы (в инструкциях по осуществлению производственной деятельности и в описании основных принципов общения), которые реализуются с помощью использования модальных глаголов и конструкций со значением долженствования – в качестве субъектов выступают различные именованные сотрудники как группы, часто с местоимением *our*, местоимения *we* и *you*, форм настоящего времени (правила репрезентируются как обычная практика функционирования компании):

All employees shall carry out their responsibilities on behalf of the Company in accordance with all laws, rules and regulations applicable to the Company. [Atlantic Coast Airlines Holdings]

All new associates attend training sessions. [Milliken]

Разделы "Правила работы в компании", касающиеся нежелательного поведения, представляют собой прескриптивные макро-речевые акты, в которых возможно выделить, помимо прямых прескриптивных речевых актов, косвенные в форме репрезентативных речевых актов. Широко используются модальные глаголы различной степени внедрения в личную сферу адресата, придаточные условные предложения, имперсональное именование нарушений:

We should not seek information illegally or in a way that involves a breach of integrity or breach of any confidentiality or employment agreement. [SAS]

When discussing confidential information or trade secrets, you must not do so in places where you can be overheard, such as taxis, elevators, the Company cafeteria or restaurants. [American Express]

The Covered Persons shall: Never use the power and authority entrusted to them by CDW to promote their own interests at the expense of CDW

or any of its coworkers, customers or vendors.
[CDW]

Harassing behavior is not tolerated.
[Genentech]

В корпоративном дискурсе наблюдается однородная реализация основных типов макро-речевых актов. Наиболее коммуникативно-опасные макро речевые акты (регуляция поведения сотрудника в разделах "Правила поведения в компании") реализуются в косвенной форме с помощью различных языковых средств

СЛУЧАИ НЕПОЛНОГО СОГЛАСОВАНИЯ ЧЛЕНОВ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В АБАЗИНСКОМ ЯЗЫКЕ

Пазов С. У.

*Карачаево-Черкесский государственный университет
Карачаевск, Россия*

В современном абазинском языке подлежащее, прямое и косвенное дополнения как члены предложения имеют свои классно-личные показатели в структуре глагола-сказуемого. Между "глаголом-сказуемым, с одной стороны, подлежащим, прямым и косвенным объектами, с другой стороны, имеется устойчивая двусторонняя взаимосвязь:

а) лицо, класс и число глагольных показателей грамматического субъекта и объекта зависят от лица, класса и числа присутствующих в структуре предложения подлежащего, прямого и косвенного дополнений;

б) возможность присутствия последних (прямого и косвенного дополнений) в предложении, в свою очередь, зависит от структуры глагола-сказуемого: если в нем имеются показатели прямого и косвенного объектов, их можно иметь в предложении в качестве отдельных его членов; если в глаголе-сказуемом нет показателей прямого и косвенного объектов, невозможно их иметь в предложении"¹.

Такая двусторонняя синтаксическая взаимосвязь основных членов предложения может называться «согласованием» условно, поскольку грамматическая форма сказуемого не просто согласуется с помощью своих классно-личных формантов в лице, классе и числе с подлежащим, прямым и косвенным дополнениями, но и определяет возможность появления самих прямого и косвенного дополнений в структуре предложения. Предложение с одноличным глаголом-сказуемым никогда не может иметь дополнения.

Подлежащее, прямое и косвенное дополнения и соответствующие их показатели (субъекта, прямого и косвенного объектов) совпадают

(согласуются) в лице, числе и классе в абсолютном большинстве случаев.

Однако встречаются случаи, когда такая устойчивая, стройная, двусторонняя связь между основными структурообразующими членами предложения (сказуемым, подлежащим и дополнением) нарушается. Отклонения от общих принципов грамматического оформления синтаксической связи (или неполное согласование) сказуемого с подлежащим и дополнением встречаются в нескольких случаях.

1. Показатель ряда номинатива (субъект непереходного или прямой объект переходного глагола) **й-** (3 л., ед. ч., кл. вещ., а также 3 л., мн. ч.) не отражается в структуре глагола-сказуемого, если непосредственно перед ним стоит член предложения (подлежащее или прямое дополнение), к которому относится этот формант². *Бага ъату ла таишмI* "Где лиса, там и лает собака" (соотв.: нет дыма без огня). Сказуемое предложения (*йтаишмI* "лает туда (вовнутрь)" - одноличный непереходный динамический финитный глагол. Показателем субъекта является формант **й-** (3 л., ед. ч., кл. вещ.) в абсолютном начале слова. Однако в связи с тем, что подлежащее *ла* "собака", показателем которого является субъектный формант **й-**, стоит непосредственно перед сказуемым, этот классно-личный аффикс опускается. Глагол-сказуемое в данном предложении формально выглядит как безличный.

Саби дзыгIенам, саби хьыччабыжь ГлазIвнымглауа атдзы насыпданI "В доме, в котором нет ребенка, из которого не раздаётся детский смех, нет счастья". Сказуемое *йнасыпданI* "не счастливый, не имеет счастья" - одноличный, непереходный статический глагол. Формант субъекта **й-** (3 л., ед. ч., кл. вещ.) стоит в начале слова, а подлежащее *атдзы* «дом, семья, семейство» занимает позицию перед сказуемым, в связи с чем классно-личный показатель **й-** опускается.

Ачуан гьажьын ахъарна гланайаухтI. "Котел покатылся и нашел свою крышку" (соотв.: По Сеньке и шапка). Сказуемое предложения (*й)глана-йаухтI* "нашел" - двухличный переходный динамический финитный глагол. Показатель прямого объекта **й-** (3 л., ед. ч., кл. вещ.) занимает место в абсолютном начале слова. Прямое дополнение *ахъарна* "крышка" стоит непосредственно

² У. S. Allen. Structure and System in the Abaza Verbal Complex //Transaction of the Philological Society. -Hertford, 1956. – С. 134; Р.Н. Клычев, Н.Т. Табулова-Мальбахова. Краткий грамматический очерк абазинского языка //Абазинско-русский словарь. - М., 1967 - С. 532; К. В. Ломтатидзе. Отражение в глаголах члена предложения ряда номинатива в абхазско-адыгских языках //Вопросы синтаксического строя иберийско-кавказских языков. - Нальчик, 1977. - С. 18-19; Р.Н. Клычев. Некоторые вопросы синтаксиса абазинского языка //Ежегодник иберийско-кавказского языкознания. Т. 14. -Тбилиси: Менниереба, 1987.-С. 134.

¹ Р. Н. Клычев. Некоторые вопросы синтаксиса абазинского языка //Ежегодник иберийско-кавказского языкознания. Т. 14. - Тбилиси: Мецниереба, 1987. -С.135.