

ЛИНГВИСТИКА

Прямолинейность и категоричность высказывания как проявление коммуникативной категории авторитетности (на материале аутентичных англоязычных финансово-аналитических комментариев)¹

© Н.И. Сухорукова, 2011

В настоящей статье рассматривается коммуникативная категория авторитетности источника/сообщения на примере текстов англоязычных финансово-аналитических комментариев, выпускаемых инвестиционными компаниями и специализированными аналитическими агентствами Великобритании и США. В центре внимания – маркирование авторами рассматриваемых текстов прямолинейности и категоричности высказываний как один из способов утверждения собственного авторитета на рынке

Как уже отмечалось нами ранее [Сухорукова, 2010], категория авторитетности источника/ сообщения является одной из важнейших для успешной коммуникации в условиях современных рынков вообще и финансовых рынков в особенности. Царящая на финансовых рынках неопределенность, непредсказуемость, сверхзвуковая скорость текущих изменений, неохватные объемы информации, с одной стороны, и необходимость принятия конкретных практических решений, влекущих за собой ощутимые материальные последствия, с другой, заставляют инвесторов (будь то профессиональные участники рынка или просто желающие «подзаработать на бирже») искать некую рациональную базу (англ. *investment rationale*), обосновывающую или, в зависимости от результата, оправдывающую их действия.

Спрос, как известно, рождает предложение, и на помощь смятенным инвесторам готовы прийти сотни профессиональных финансовых аналитиков, работающих в структуре инвестиционных банков, фондов, независимых аналитических агентств или же самостоятельно, индивидуально. Финансовые аналитики с различной периодичностью (ежедневно, еженедельно, ежегодно et al.) выпускают комментарии, описывающие состояние рынков и имеющие целью если не предоставить

¹ Н.И. Сухорукова – преподаватель кафедры иностранных языков факультета государственного управления, аспирант кафедры английского языкознания филологического факультета МГУ им М.В. Ломоносова.

готовые решения (на это редко кто осмеливается), то, по крайней мере, направить инвесторов в нужную сторону. Здесь, конечно, сразу возникает вопрос: «Нужную – кому?», и встает проблема манипуляции vs. сотрудничества аналитиков и инвесторов, который, однако, мы оставим открытым до следующей дискуссии и сосредоточим внимание читателя на другом: на роли авторитета финансового аналитика в коммуникации.

Ежедневно на рынок выходят сотни аналитических комментариев, но далеко не все они удостоиваются равнозначного внимания со стороны целевой аудитории. Сообщество инвесторов, пусть негласно и не единогласно, все же достаточно однородно и ясно ранжирует финансовых аналитиков по принципу полезности – неполезности для своей профессиональной деятельности. Таким образом, формируется глобальная иерархия финансовых аналитиков, на вершине которой – звезды и живые легенды своего времени, такие как Уоррен Баффет, а в основании – те, имен которых мы, вероятно, никогда и не узнаем. В основе такого разделения, очевидно, авторитет, который смогли или не смогли приобрести аналитики среди своих конечных потребителей – инвесторов.

Использование нами лексики купли-продажи в предыдущем абзаце неслучайно. Как неоднократно отмечалось социологами и социальными лингвистами, диалогическая природа коммуникации, ее включенность в процесс совместной человеческой деятельности влекут за собой распределение ролей коммуникантов по степени их влияния на эту деятельность. Если понимать коммуникацию как процесс взаимной координации деятельности через посредство вербальных и невербальных знаковых систем, вырабатываемых и изменяемых в самом этом процессе, любое высказывание, любой фрагмент дискурсивного процесса, таким образом, имеет определенную «стоимость» на рынке лингвистических действий и, как подчеркивает П. Бурдьё, стоимость эта определяется «верой в легитимность слов и тех, кто их произносит» [Bourdieu 1991; Кашкин 2008]. Отдельные единицы затем суммируются и образуют «символический капитал», который, в свою очередь, наравне с реальной действительностью или общепринятым представлением о реальности, становится инструментом социальной классификации, разделяя коммуникантов на общественные группы и классы. Что касается авторитета, то даже на уровне словарного определения очевиден его динамический, накопительный характер как формы общественного символического капитала: его можно *приобретать* и *терять*, *завоевывать* и *утрачивать*, *обладать* большим или меньшим его объемом, и т.п. [ССРЛЯ, 1991].

Итак, авторитет является формой символического капитала, приобретенного коммуникантом (индивидуальным либо коллективным, институционализированным) в результате предыдущих действий (как

реальных, так и дискурсивных). Последствия коммуникации, то есть физические и/или ментальные действия, совершаемые вследствие коммуникации, зависят во многом от фактора веры и взаимного доверия коммуникантов, и в ситуации неопределенности, которую мы находим на финансовых рынках, авторитет финансового аналитика подчас становится единственным ориентиром для осторожного и недоверчивого по природе своей инвестора.

В статье, посвященной авторитетности как коммуникативной категории, В. Б. Кашкин, в доказательство тезиса о наличии неравенства коммуникантов как исходной коммуникативной константы, приводит пример из своей преподавательской практики: на лекции студентам задается вопрос: «Кому из сказавших, что завтра занятия отменяются, вы больше поверите: декану, уборщице или случайно забежавшему в аудиторию школьнику?» [Кашкин, 2008]. Выбор в пользу декана в данной ситуации очевиден, и, казалось бы, по аналогии, задав инвестиционному сообществу вопрос о том, кому из аналитиков они больше доверяют: владельцу собственного прибыльного инвестиционного фонда, главе аналитического отдела ведущего инвестиционного банка или малоизвестному молодому блоггеру, мы получим предсказуемый ответ. Но не тут-то было. В более сложных социальных контекстах рейтинг доверия коммуникантов не столь прозрачен. Зачастую, у инвесторов нет возможности (ресурсов, времени и т.п.) оценивать аналитиков на основе их реальных (физических) действий и состояний: занимаемые аналитиками должности дублируются от банка к банку, следить за успехом инвестиционной деятельности аналитика – если она имеет место быть и информация о ней доступна – нет времени, а малоизвестные блоггеры в наше время в считанные дни становятся общепризнанными мировыми знаменитостями. Дискурсивная же деятельность аналитиков всегда находится в поле зрения инвесторов, и именно она лежит в основе признания авторитета за теми или иными авторами финансово-аналитических комментариев.

Как коммуникативная категория, или обязательная коммуникативная константа, играющая ведущую роль в достижении коммуникативного взаимодействия, авторитетность находит свое выражение, как правило, в межуровневых или надуровневых средствах языка, и весьма редко – в средствах явной грамматики. Ее можно усмотреть в категории вежливости, наиболее ярко, как указывают востоковеды, развитой в японском языке. В европейских языках категория авторитетности, как правило, выражается в дискурсивных маркерах типа вводных фраз, ссылок, вставных текстов, цитат, типа: *как считали еще античные философы; ...американские психологи пишут*, и т.п.. На настоящий момент лингвистами выделена целая группа метакоммуникативных маркеров авторитетности, включающая: словесные (коннотации внутри семантики

слова, словосочетания), фразовые (вводные предложения), текстовые (нарратив, позволяющий сделать вывод об авторитете источника), интертекстовые (ссылка на прецедентный текст), интонационные и фонетические (ударение), а также невербальные знаки авторитетности (корона, гербовая печать, подпись, логотип, et al).

В предыдущей статье выпуска № 42 «Язык. Сознание. Коммуникация» мы достаточно подробно остановились на лексических и стилистических средствах выражения категории авторитетности источника/сообщения [Сухорукова, 2010]. Однако, каким образом, помимо очевидного выражения посредством вышеуказанных парентез, на вербальном уровне маркируется авторитетность источника в случае, если перед нами *стилистически нейтральный письменный текст* (исключающий, по определению, интонационные и фонетические маркеры)? Как показывает проведенный нами анализ, наиболее распространенной формой выражения авторитетности в стилистически-нейтральных (или, как минимум, сдержанных) текстах финансово-аналитических сообщений является нарочитое усиление автором категоричности, прямолинейности своих высказываний, которое достигается, в свою очередь, рядом лексических и синтаксических средств.

Материалом для анализа послужили ежедневные комментарии британского финансового аналитика Д. Фуллера, основателя и ведущего автора базирующегося в Лондоне финансового аналитического агентства *Stockcube Research Limited* и владельца сайта *www.fullermoney.com*. Д. Фуллер и его агентство предлагают читателям несколько видов финансово-аналитических продуктов, а именно: нерегулярные тематические аналитические обзоры (например, обзор валютного рынка за какой-то период); «*Fullermoney*» – обзоры финансовых рынков средним объемом 50 тысяч знаков, выходящие один раз в два месяца; а также наиболее лаконичные из всех ежедневные комментарии о состоянии рынков «*Fullermoney Plus*» объемом в одну страницу формата А4 (около 4 – 5 тысяч знаков). Все выпускаемые агентством финансово-аналитические сообщения распространяются по платной электронной подписке, при этом подписчиком может стать любой желающий, готовый ежемесячно платить установленную комиссию. Однако, учитывая цену подписки и сложность излагаемого материала для неподготовленного читателя, целевую аудиторию Д. Фуллера составляют, в подавляющем большинстве, профессиональные участники финансовых рынков: частные и институциональные инвесторы, владельцы фондов, трейдеры и т.д.. Что же заставляет профессиональных инвесторов доверять именно Д. Фуллеру и его команде аналитиков, и, как следствие, тратить на финансово-аналитические комментарии «*Fullermoney*» деньги, и, что, возможно, еще дороже каждому занятому деловому человеку, время? Или, если посмотреть с другого ракурса, каким образом Д. Фуллер сумел зарабо-

тать авторитет в профессиональном сообществе? Может ли коммуникативная категория авторитетности раскрываться в «сухом» письменном тексте объемом в одну страницу? Чтобы ответить на эти вопросы, приведем полностью текст одного из выпусков «Fullermoney Plus: Global Strategy and Investment Trends by David Fuller» [Fullermoney Plus, Issue 210, 25 June 2003]:

THE EURO HAS PROBABLY SEEN MOST OF ITS CORRECTION

When the strongest market stops advancing, it often becomes the weakest for a while, even within primary trends. The reason is profit taking. Everyone in forex was long euros in May. Then after a strong run, the single currency encountered psychological resistance near \$1.20 and ¥140 against the dollar and yen. Warnings of currency-aggravated economic weakness within Euroland contributed to this month's correction. Also, the euro had strengthened prior to the ECB's widely anticipated 50 basis point rate cut on 5th June, and weakened shortly thereafter. Similarly, the dollar has firmed prior to today's expected rate cut by the Fed and may ease shortly after the decision, in another case of 'buy the rumour, sell the news'.

There is nothing to suggest that the euro's primary uptrend has ended. While the single currency's gains in April and May were strong, there was no climactic acceleration. More importantly, there have been no significant downward dynamics to date. The weekly euro/dollar chart shows three similar-sized upward steps, and the early-2003 correction was equal in size to the mid-2002 correction, although of shorter duration. Similar-sized corrections over an equal or exponentially shortening time frame are not uncommon with strong trends. Therefore the euro has probably seen most of its correction and it is also near potential support against the dollar, yen and sterling. I look for new highs against the first two in the next few months, as currency traders look beyond a modest economic recovery for the US and refocus on credit creation (printing money), Bernanke's earlier statement and the recent deflation-fighting comments of Koenig and Dolmas from the Dallas Fed – see www.fullermoney.com. Further MoF/BoJ intervention, if necessary, will prevent the yen from appreciating against the dollar. The euro is likely to see smaller gains against comparatively high-yielding sterling, but should at least test its May high. I hold sterling/yen, am repurchasing euro/yen and Swiss/yen, and may add other positions. Note: for clarity, I'll post more euro cross-rate charts on my website this evening.

Best regards – David Fuller²

Какие же доказательства нашего тезиса об использовании автором финансово-аналитических комментариев категоричности высказывания

² Мы не приводим здесь перевод всего текста, так как считаем это не релевантным для данной дискуссии. Большая часть фрагментов текста переведена ниже по ходу анализа. – Н.С.

с целью установления и продвижения собственного авторитета дает нам этот небольшой, менее 2000 печатных знаков, текст?

Посмотрим на организацию текста. Прежде всего, обращает на себя внимание простой синтаксис. Используются преимущественно короткие простые предложения. Создается впечатление, что автор уверенно констатирует факты, прямо и безапелляционно:

- *The reason is profit taking. (Причиной тому фиксирование прибыли. – здесь и далее перевод автора).*
- *Everyone in forex was long euros in May. (В мае все сидели в евро [держали длинную позицию в евро]).*

Высокая степень категоричности приведенных высказываний станет нам еще более заметна, если мы вспомним, что Д. Фуллер живет и работает в Великобритании и что для речевого поведения носителей именно британского варианта английского языка, как принято считать в современной лингвокультурологии, характерны уклончивость, иносказание (*circumlocution*), парафраза, расплывчатые смыслы (*ambiguity*), двусмысленность (*double meaning, doublespeak, double talk*), эвфемизация речи, недосказанность и недоговоренность (*understatement*) и их более узкая разновидность мейосис, ирония, сарказм [Филиппова, 2004]. Здесь ничего подобного мы не наблюдаем.

Обратим также внимание, что в первом абзаце простые предложения объединяются в синтаксическом параллелизме, одном из самых распространенных маркеров категории авторитетности в научном дискурсе [Болдырева, 2008]. Там синтаксический параллелизм – прием методический: он делает подачу материала более доступной для понимания (и, если необходимо, запоминания) реципиентами. Здесь Д. Фуллер использует параллелизм как в методических целях (как наставник, обучающий свою аудиторию), так и для того, чтобы подчеркнуть логичность своих рассуждений и неизбежность выводов касаясь развития событий в ближайшем будущем:

- *Warnings of currency-aggravated economic weakness within Euroland contributed to this month's correction.*
- *Also, the euro had strengthened prior to the ECB's widely anticipated 50 basis point rate cut on 5th June, and weakened shortly thereafter.*
- *Similarly, the dollar has firmed prior to today's expected rate cut by the Fed and may ease shortly after the decision.*
- (= *Признаки ослабления экономики Еврозоны, усугубленного укрепляющейся валютой, стали еще одной причиной коррекции рынка в этом месяце.*

- Кроме того, евро усилил свои позиции в преддверии ожидаемого всеми снижения ЕЦБ процентной ставки на 50 базисных пунктов, и ослаб сразу после.
- Аналогично, доллар укрепился в преддверии ожидаемого сегодня снижения ФРС процентной ставки и может понизиться сразу после принятия этого решения.

Встречающиеся в тексте сложноподчиненные предложения включают в себя придаточные времени, причины, следствия или уступки, раскрывая читателю способ рассуждения и логику повествования автора или же уточняя их:

- *When the strongest market stops advancing, it often becomes the weakest for a while...*(= Когда самый сильный рынок перестает расти, он часто на какое-то время становится самым слабым).
- *I look for new highs against the first two in the next few months, as currency traders look beyond a modest economic recovery for the US and refocus on credit creation (printing money)...* (= Я ожидаю, что евро достигнет новых максимумов относительно первых двух [валют], так как валютные трейдеры будут игнорировать данные о незначительном восстановлении экономики США, и вновь сосредоточат внимание на денежной эмиссии (печатании денег)...)
- *While the single currency's gains in April and May were strong, there was no climactic acceleration.*(= Хотя укрепление единой валюты в апреле и мае было мощным, завершающего разгона не случилось.)

Для организации текста даже такого небольшого объема Д. Фуллер активно использует дискурсные маркеры типа: *Also, ...*(= Также...)/ *Similarly, ...*(= Аналогично, ...)/ *More importantly, ...*(= И что еще важнее, ...)/ *Note: ...*(= Обратите внимание: ...), а также *Therefore...* (= Следовательно/ Поэтому...) и *Further...* (Далее...), облегчающие читателю восприятие текста, помогающие, опять-таки, следить за логикой повествования и отмечать наиболее важные содержательные моменты. Д. Фуллер выступает в роли если не ментора, то более опытного и знающего коллеги по рынку, «разжевывающего» инвесторам и без того, казалось бы, несложный текст.

Единственная в составе текста парантеза: *... refocus on credit creation (printing money)...*(*вновь сосредоточат внимание на денежной эмиссии (печатании денег)...*), предельно лаконична (всего два слова) и поясняет далеко не самый сложный термин *credit creation* через общеупотребительную лексику (или, по классификации Т.Б. Назаровой, слова, принадлежащие уровню общего языка [Назарова, 2006]) – *печатание денег*.

Автор словно боится, что читатель может его не понять или истолковать неправильно, и на всякий случай разъясняет даже это.

Обучающие интонации «слышны» и в другом предложении: *Similar-sized corrections over an equal or exponentially shortening time frame are not uncommon with strong trends* (= *Коррекции одинаковой амплитуды, повторяющиеся через равные или экспоненциально сокращающиеся промежутки времени вполне типичны для сильного [рыночного] тренда.*). Это предложение звучит как фраза из учебника по техническому анализу (пусть на сей раз и смягченная за счет словосочетания *are not uncommon*), как хрестоматийное высказывание, входящее в состав некоторой фундаментальной теоретической базы профессии. Отсылка к подобным очевидным профессиональным истинам – один из самых распространенных способов рационализации рассуждения и маркирования авторитетности источника сообщения в западном, картезианском по сути своей, обществе, выросшем на «Рассуждении о методе» Р. Декарта.

С той же целью, полагаем, Д. Фуллер в конце первого абзаца приводит профессиональную поговорку трейдеров: *«buy the rumour, sell the news»* (= *покупай на слухах, продавай на новостях*). Во-первых, это уже прописная истина торговли на фондовой бирже, апеллирующая к здравому смыслу, который, по выражению того же Декарта, «есть вещь, распределенная <среди людей> справедливее всего» [Декарт, 1989]. Во-вторых, оперируя подобными крылатыми выражениями, автор устанавливает с читателями более доверительные отношения, показывает, что он принадлежит с ними к одному кругу, а, как известно, всякий авторитет строится прежде всего на доверии.

На укрепление доверительных отношений направлено также высказывание в первом лице, открывающее читателям недавнюю персональную инвестиционную деятельность автора: *I hold sterling/yen, am repurchasing euro/yen and Swiss/yen, and may add other positions* (= *Я держу фунт против йены, снова покупаю евро против йены и швейцарский франк против йены, и могу добавить другие позиции*).

Уверенность же автора в том, что он имеет сообщить, очевидным образом проявляется в отрицательных предложениях, где отрицание ничем не смягчается, а дается в форме безоговорочного заявления: *there was no climactic acceleration. More importantly, there have been no significant downward dynamics to date.* (= *завершающего разгона не случилось. И что еще важнее, по настоящий момент не было никакого сколько-нибудь значимого нисходящего движения*).

Еще яснее уверенность автора в себе как в профессионале видна нам в предложении, где Д. Фуллер делает прогнозы относительно будущей ситуации на рынках: *Further MoF/BoJ intervention, if necessary, will pre-*

vent the yen from appreciating against the dollar (= Дальнейшие интервенции Министерства финансов и Банка Японии, в случае необходимости, не дадут иене укрепиться относительно доллара). Автор использует простое будущее время в изъявительном наклонении, никакой дополнительной вероятностной модальности – его прогноз грамматически оформлен как прямое заявление. Подобная категоричность характеризует автора как абсолютно убежденного в правильности своих расчетов, что, повторимся, в условиях тотальной неопределенности финансовых рынков дано немногим.

В других двух случаях, когда Д. Фуллер делает предсказания касательно будущего, смягчая высказывания, мы, тем не менее, наблюдаем весьма высокую степень вероятности, передаваемую посредством наречий *probably* (= скорее всего, вполне вероятно) и *at least* (= как минимум, в любом случае), и конструкции *to be likely to do something* (= скорее всего/ наиболее вероятно сделать что-то):

- *Therefore the euro has probably seen most of its correction and it is also near potential support against the dollar, yen and sterling.* (= Таким образом, евро, скорее всего, уже прошел большую часть своего коррекционного движения и находится вблизи уровней поддержки против доллара, иены и фунта стерлингов).
- *The euro is likely to see smaller gains against comparatively high-yielding sterling, but should at least test its May high.* (= Скорее всего, евро будет прибавлять совсем понемногу против сравнительно более высокодоходного фунта стерлингов, но, как минимум, должно достичь наивысших значений, показанных в мае).

Таким образом, приведенный выше подробный анализ всех составляющих текста подтверждает, что в финансово-аналитических комментариях подобного формата (то есть в лаконичных письменных сообщениях объемом не более 5 тысяч знаков или одной страницы формата А4) именно прямолинейность и категоричность являются основными средствами реализации коммуникативной категории авторитетности. При этом в языковом плане прямолинейность и категоричность выражаются синтаксически, лексически или на общетекстовом уровне посредством различных дискурсных маркеров.

Использование этих приемов организации дискурса позволяет автору финансово-аналитического комментария «Fullermoney Plus» Д. Фуллеру демонстрировать уверенность в собственном профессионализме, апеллировать к профессионализму аудитории и в то же время просвещать ее, а также устанавливать с читателями доверительные отношения, подчеркивая принадлежность к одному и тому же сообществу. В результате автору удается транслировать собственный авторитет и

распространять этот авторитет на все продукты своей дискурсивной деятельности, что делает их востребованными среди целевой аудитории и, в конечном итоге, приносит автору и его финансово-аналитическому агентству реальные дивиденды.

Л и т е р а т у р а

1. *Bourdieu P.* Language and Symbolic Power. – Cambridge, 1991
2. *Fuller D.* Fullermoney Plus: Global Strategy and Investment Trends by David Fuller. Issue 210, 25 June 2003// www.fullermoney.com
3. *Болдырева А.А.* Авторитетность в научной коммуникации // Авторитетность и коммуникация (коллективная монография). Серия: Аспекты языка и коммуникации. Выпуск 4. – Воронеж, 2008.
4. *Декарт Р.* Рассуждение о методе, чтобы верно направлять свой разум и отыскивать истину в науках: Соч. в 2 т. Т. 1 / Пер. Г.Г. Слюсарева. – М., 1989.
5. *Кашкин В.Б.* Авторитетность как коммуникативная категория // Авторитетность и коммуникация [коллективная монография]. Серия: Аспекты языка и коммуникации. Выпуск 4. – Воронеж, 2008.
6. *Назарова Т.Б., Кузнецова Ю.Н., Преснухина И.А.* Словарный состав английского языка делового общения: Спецкурс под редакцией проф. Т.Б. Назаровой – М., 2006.
7. *Словарь современного русского литературного языка.* В 20 тт. / Гл. ред. *К.С. Горбачевич.* – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 1991.
8. *Сухорукова Н.И.* Лексические маркеры авторитетности источника сообщения в специализированном финансовом дискурсе // Язык. Сознание. Коммуникация. Выпуск 42. – М., 2010.
9. *Филиппова М.М.* Выражение косвенного содержания в английском языке и литературе // Язык. Сознание. Коммуникация. Выпуск 25. – М., 2004.