

**ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ АНГЛИЙСКОГО БИЗНЕС-ДИСКУРСА:  
ФУНКЦИОНАЛЬНО-СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Статья посвящена функционально-синергичному анализу роли интертекстуальных элементов в развитии прагма-семантической системы английского делового дискурса

*Ключевые слова:* интертекстуальность, синергичный, лингво-синергетика, дискурс, семантика, прагматика.

Тенденции постмодернизма как специфического способа мироощущения и мировосприятия постепенно проникают в самые закрытые и конвенциональные сферы коммуникации, неизбежно приводя к трансформации устоявшихся за долгое время норм и правил, регулирующих вербальное поведение участников устного и письменного общения. Анализ фактического материала свидетельствует о том, что на современном этапе развития английского делового дискурса значительно возросла популярность функционально обоснованного включения в речь элементов, входящих в состав различных языковых средств интертекстуальности, одного из ключевых маркеров постмодерна. В бизнес-общении интертекстуальность, или воплощение в дискурсивной ткани прецедентных феноменов в виде различного рода реминисценций, отсылающих к соответствующим разножанровым текстам, намеков и референций к информации, часто не имеющей прямого отношения к деловой тематике, вступает в диссонанс с существующими установками на соблюдение максим количества, релевантности и ясности, предписывающими коммуникантам последовательно, четко и недвусмысленно излагать свою позицию в оптимальной для адекватного восприятия форме. Декодирование передаваемой средствами интертекстуальности информации требует от участников делового дискурса дополнительных интеллектуальных усилий и владения широким вертикальным контекстом, включающим в себя знания различного рода аллюзий, определенных реалий, идиом, цитат, а также языковых единиц, содержащих в себе информацию социального, экономического, географического и идеологического характера. Несоблюдение этих условий ведет к утрате взаимопонимания между коммуникантами, потере значительного пласта семантики, заложенной автором в звучащем/ письменном тексте, вероятному срыву реализации цели общения и обструкции делового взаимодействия. Актуальность приобретает умение субъекта речи выстраивать функциональную перспективу дискурса с учетом целого комплекса факторов, включающего синергичный характер английской бизнес-риторики.

Ключевая идея функциональной лингвосинергетики состоит в том, что в процессе развертывания делового дискурса его смысловое и прагматическое пространство формируется как открытая нелинейная неравновесная система, постоянно взаимодействующая с внешней средой (сознанием коммуникантов и коммуникативной ситуацией), способная к самоорганизации и саморегулированию в процессе чередования этапов хаотизации и упорядоченности и продвигающаяся к функциональному аттрактору

---

\* © Храмченко Д.С., 2013

Храмченко Дмитрий Сергеевич (hramchenko@gambler.ru), кафедра английского языка Тульского государственного педагогического университета, 300026, Российская Федерация, г. Тула, пр. Ленина, 125

(области притяжения всех элементов системы), т. е. к реализации коммуникативной цели [1]. При этом самоорганизация подразумевает образование новых функционально-смысловых свойств по принципу, сформулированному Л.В. Щербой в известном труде «Языковая система и речевая деятельность»: в языке действуют правила сложения смыслов, дающие не сумму смыслов, а новые смыслы [2, с. 24]. И хотя Л.В. Щерба, по понятным причинам, не употреблял термины синергетики, в этом определении отражена сама суть того процесса, который теперь называют функциональным саморегулированием речи. В основе самоорганизации такого рода лежит свойство нелинейности, определяемое в трудах по синергетике как результат суммы воздействий на систему, не равный сумме их результатов – условно говоря, когда « $2+2=5$ » и общий результат функционирования системы зависит от любого, даже малозначительного на первый взгляд элемента или фактора.

Введение в смысловую систему интертекстуальных элементов дерегламентирует бизнес-дискурс, блокируя обмен с подсистемами внешней среды – коммуникативной ситуацией и частично сознанием участников общения, от которых, в соответствии с замыслом продуцента речи, требуется актуализация глубинных значений посредством манипуляции с фреймовыми структурами, не связанными с семантикой бизнеса и вызывающими комплекс ассоциаций содержательного и эмоционального плана. В результате в систему привлекаются новые прагма-семантические компоненты, способствующие выходу дискурса на новый уровень смысловой упорядоченности и успешному движению в направлении функционального аттрактора.

Например, в названии статьи «From Brussels, With Shove», опубликованной в популярном деловом журнале *The Economist*, содержится завуалированная отсылка к известному кинофильму «From Russia, With Love» из цикла о похождениях агента британской разведки Джеймса Бонда. В начале текста автор специально вводит в прагма-семантическую систему дискурса элементы, призванные сигнализировать реципиентам о наличии дополнительного, второго смыслового плана, содержащего «закодированную» информацию:

*Just as Hollywood blockbusters tend to spawn sequels, financial regulations do not usually stop at the first effort. For years insurers, actuaries and consultants have awaited the premiere of Solvency 2, an updated regulatory regime that sets out tougher risk-management and capital requirements for European insurers. Originally planned for October of this year, its launch is now expected in January 2014. So there is still time for lobbying to pay off* [3].

Лексемы *Hollywood, blockbusters, sequels* и *premiere* принадлежат к семантическому полю кинематографа и, таким образом, коррелируют с заголовком статьи, хаотизируя смысловую систему. Вынесенная в сильную позицию фраза *From Brussels, With Shove* структурно и фонетически напоминает название шпионского боевика, имеющего мало общего с серьезным обсуждением нововведений в сфере предоставления страховых услуг. Нарушение адекватного взаимодействия с внешней средой и возникновение функциональных колебаний вынуждают систему интенсифицировать обменные процессы с сознанием читателей, задействовав их знания в области кино, обеспечивающие распознавание авторской аллюзии. В итоге деструктивные смысловые компоненты нейтрализуются, подвергаясь диссипации, а в систему для гармонизации функционального пространства из внешней среды транслируются новые прагма-семантические компоненты, которые кооперируют с содержащимся в последнем высказывании фрагмента словосочетанием *time for lobbying*, подчеркивая его значимость для понимания ключевой идеи фрагмента. Синергия дерегламентирующих деловой дискурс элементов формирует прагматический эффект весомости доводов автора и обеспечивает эволюционное движение системы в направлении аттрактора – мысли о том, что всем лицам, так или иначе вовлеченным в проекте *Solvency 2*, предстоит столк-

нуться с разного рода интригами и неожиданными поворотами в ходе лоббирования интересов крупного бизнеса. Нетипичный для делового издания заголовок с привлечением интеллектуального ресурса интертекстуальности позволяет автору модифицировать прагматику дискурса выгодным для себя образом и облегчает канализацию предлагаемой точки зрения в оригинальной запоминающейся форме при условии соответствия вертикального контекста адресатов ожидаемому уровню.

На экономическом форуме *In Defense of Globalization*, проходившем в 2004 году под эгидой МВФ, одни из докладчиков, профессор Колумбийского университета Дж. Бхагвати, выстроил часть своего выступления, активно используя языковые средства интертекстуальности для повышения образности, выразительности и доступности излагаемых тезисов:

*Often I'm asked, which is the best proof you could advance for free trade? I respond with the famous Diderot story. He was at court of Catherine the Great in Russia. He didn't believe in God. So Catherine brought in Euler, then the greatest mathematician of his time, who confronted Diderot in court and said: « $X$  is equal to  $A$  plus  $B$  raised to the power of  $n$  divided by  $n$ ; therefore, God exists.» And this scared the pants off Diderot and he rapidly left the court and returned to France.*

*So the point is that you could always try to produce a decisive proof through the Euler technique that wins your case. So, to prove the case for free trade, you could say: Let's go back to the Garden of Eden and assume that Adam and Eve had been able to trade at the time. Then it's just conceivable that they could have traded in the apple for a kiwi fruit, perhaps, and then the whole history of the human race would have been much more benign [4].*

Первое высказывание оратора настраивает собравшихся участников форума на обсуждение доказательств важности и эффективности свободной торговли (*free trade*) для мирового сообщества. Вопросительная форма предложения в начале фрагмента подразумевает последовательное раскрытие заявленной проблематики в процессе дальнейшего развертывания дискурса. Однако встраивание в прагма-семантическую систему элемента *the famous Diderot story* противоречит сложившимся ожиданиям аудитории и диссонирует с максимумами количества и релевантности Г.П. Грайса, регулирующими вербализацию содержательной информации в каноническом англоязычном бизнес-общении и предписывающими излагать свою позицию по существу в наиболее простой и ясной форме. Возникающие функциональные и стилистические колебания усиливают обмен дискурса с внешней средой — сознанием слушателей, в котором актуализируются фоновые знания, связанные с выдающимся французским мыслителем. Поступающие при этом в систему компоненты смыслов провоцируют новые флуктуации в результате нарушения адекватного взаимообмена с другой подсистемой внешней среды — коммуникативной ситуацией, предписывающей доминирование деловой семантики в рамках эволюционирующего пространства данного дискурсивного типа. Двукратная номинация лексемы *God*, принадлежащей тематическому полю антонимичного религиозного дискурса, упоминание антропонимов *Catherine the Great* и *Euler*, разговорного выражения со сниженным коннотативным значением *scared the pants off*, а также недостоверное цитирование слов математика Леонарда Эйлера (« $X$  is equal to  $A$  plus  $B$  raised to the power of  $n$  divided by  $n$ ; therefore, God exists.») отклоняют систему от равновесного состояния. Введение элементов *So the point is, decisive proof, to prove the case for free trade* призвано стабилизировать хаотизированное прагма-семантическое пространство при установлении логических связей между всеми основными компонентами фрагмента. Тем не менее далее автор намеренно нивелирует наметившуюся позитивную тенденцию к упорядочиванию смысловой системы использованием новых дерегламентирующих аллюзивных элементов *the Garden of Eden, Adam and Eve, the apple*. Нагнетаемые флуктуации вынуждают дискурс оказывать

ответное воздействие на внешнюю среду, активизировав в сознании аудитории концептуальные области, связанные с историей грехопадения Адама и Евы. Внутренние синергетические самоорганизационные процессы приводят к рассеиванию деструктивных смыслов, препятствующих упорядоченному развитию, взамен которых для поддержания баланса привлекаются новые прагма-семантические компоненты, коррелирующие с добавленными в последнем высказывании лексическими единицами *benign* и *the whole history of the human race*.

Управляя системными процессами и перенаправляя движение функциональных связей в наиболее выгодное русло, автор последовательно и методично манипулирует сознанием коммуникантов, задействовав неожиданные и нестандартные для бизнес-общения концепты и фреймы, выстраивая риторику на основе эксплуатации широкого спектра фоновых знаний реципиентов и создавая в представлении слушателей прочные ассоциативные связи между свободной торговлей и возможными положительными изменениями в жизни людей. Функциональный аттрактор, таким образом, не вербализуется, но при должном уровне владения вертикальным контекстом легко воспринимается всеми участниками дискурса.

Таким образом, функционально-синергетический анализ примеров свидетельствует о том, что синергия включаемых в английский деловой дискурс аллюзивных конститuentов вынуждает смысловую систему оказывать активное воздействие на внешнюю среду – сознание реципиентов, актуализируя различные не связанные с функциональной областью бизнеса концепты и фреймы. В результате этого в систему из среды начинают поступать прагма-смысловые компоненты, которые катализируют эволюцию дискурса в направлении оптимального для субъекта речи аттрактора и значительно модифицируют прагматическое пространство, приобретающее эмерджентные манипулятивные свойства.

#### **Библиографический список**

1. Пономаренко Е.В. Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода (на материале английского языка). М.: МГИМО-Университет МИД РФ, 2010. 148 с.
2. Шерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. М.: Едиториал УРСС, 2004. 432 с.
3. From Brussels, With Love // *The Economist*. 2012. April 7<sup>th</sup>. P. 85
4. Transcript of an Economic Forum «In Defense of Globalization». URL: <http://imf.org>.

*D.S. Khranchenko\**

#### **INTERTEXTUALITY OF ENGLISH BUSINESS DISCOURSE: FUNCTIONAL AND SYNERGETIC ASPECT**

This article is devoted to the functional-synergetic analysis of the role of intertextual elements in the evolution of English business discourse pragma-semantic system.

**Key words:** intertextuality, synergetic, linguosynergetics, discourse, semantics, pragmatics.

---

\* *Khranchenko Dmitriy Sergeevich* (khranchenko@rambler.ru), the Dept. of English Language, Tula State Teachers' Training University, Tula, 300026, Russian Federation.