

**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СВОЙСТВА ИРОНИИ
В АНГЛИЙСКОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ ****

На примере иронии в статье рассматривается одна из актуальных тенденций бизнес-коммуникации – все активнее проявляющаяся деконвенционализация и функциональная дерегламентация английского делового дискурса. Анализируется роль иронии как средства повышения образности, которое способствует порождению в дискурсе новых смысловых компонентов. Автор приходит к выводу: так как в деловых кругах англоязычные модели коммуникации воспринимаются как авторитетные и закрепляются в стиле общения представителей других наций, этому речевому средству следует уделять особое внимание при обучении деловой коммуникации. Таким образом, ирония как прием деловой риторики заслуживает серьезного изучения с точки зрения его использования для повышения эффективности общения и для более глубокого освоения иноязычной культуры.

Ключевые слова: английский деловой дискурс, институциональный дискурс, ирония, деконвенционализация, функциональная дерегламентация, риторическое воздействие, функциональные свойства иронии.

В деловом общении характерные коммуникативные стратегии обычно включают сотрудничество, конкуренцию, избегание (уклонение), приспособление, компромисс или уступки и др. Они достаточно широко освещаются в специальной литературе. При этом очевидно, что, поскольку основная задача партнеров по бизнес-общению состоит в выработке обоюдодоприемлемых решений профессиональных задач [1–5], коммуниканты далеко не всегда могут позволить себе свободное выражение мнения, эмоций, впечатлений; их речевое поведение должно способствовать, а не препятствовать поиску компромисса. Бизнес-дискурсу как разновидности институционального дискурса в зависимости от более или менее конвенционального характера ситуации общения присуща определенная степень стандартизации, повышенной корректности, взвешенности. В связи с этим способы воздействия на партнера при решении профессиональных задач осложняются, так как коммуниканты вынуждены оперировать в рамках ограниченного круга возможностей.

В связи с этим большое значение приобретает умение оптимально планировать функциональную перспективу речи и выстраивать комбинацию риторических приемов, способствующих реализации коммуникативной цели (целей) в наиболее эффективном ключе. К таким приемам, несомненно, относится ирония, которая входит в круг речевых средств, наиболее притягательных и многоплановых с позиций функциональной лингвистики.

* © Пономаренко Е.В., 2016

Пономаренко Евгения Витальевна (english5mgimo@mail.ru; 1pev2009@mail.ru), кафедра английского языка № 5, Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, 119454, г. Москва, пр. В.И. Вернадского, 76.

** Публикация подготовлена при поддержке МГИМО МИД России в рамках конкурса на выполнение научных работ молодыми исследователями под руководством докторов и кандидатов наук.

Как известно, ирония обычно рассматривается как стилистическое или риторическое средство, фигура речи, троп. Этот прием заключается в том, что у слова или высказывания появляется контекстно обусловленный смысл, противоположный буквальному значению используемых единиц либо ставящий его под сомнение [6–9]. Так, в следующих примерах смысл, «противоположный буквальному значению используемых единиц», настолько очевиден, что сразу порождает комический эффект:

And we talked to some of the lads from the Post Office last night and they said we could trust Mr Lipwig's word 'cos he's as straight as a corkscrew [10].

Rocky is returning to American cinemas this Christmas. And the financial markets increasingly resemble Sylvester Stallone's ageing pugilist: they may get knocked about a bit, but they always seem to bounce back [11].

Иронии и другие средства создания образности традиционно не рекомендовали использовать в институциональном дискурсе, включая деловой, образовательный, правовой и т. д. Однако эксперты считают, что в современном англоязычном деловом общении дерегламентация и деконвенционализация приобрели характер устойчивой тенденции [12–16]. Соответственно, языковеды должны поставить задачу подробно исследовать эту тенденцию, определить, в чем ее истоки, в каких рамках она допустима и какое влияние она оказывает на общее коммуникативное пространство дискурса.

Функциональную сущность приема иронии в свое время удачно охарактеризовал А.А. Потенция: «Как способ доказательства и убеждения, ирония есть доведение данного в образе до абсурда с тем, чтобы ярче выставить действительность или необходимость значения» [17, с. 184]. Действительно, комический эффект создается с целью произвести определенное впечатление на партнера, замаскировать негативное мнение, привлечь внимание, создать психологический комфорт. Во многих работах психолингвистическим основанием иронии как риторической фигуры признается сочетание несочетаемого, или семантический сдвиг – переключение хода мысли с одного сценария на другой и их переплетение – по известным теориям семантических сценариев, фреймов и др. (В. Раскин, А. Кестлер, М. Минский и т. д.).

Множество характерных примеров такого сдвига находим в книге Артура Блоха *Murphy's Law Complete*, начиная с самой первой формулировки: *If anything can go wrong, it will* [18]. Услышав или прочитав первую часть этой фразы (*if anything can go wrong*), человек невольно ожидает, что далее последуют какие-то рекомендации или оценки вероятных последствий сложившейся ситуации, но вместо этого его «успокаивают» тем, что именно *wrong* все и будет. Как утверждает автор книги, эта цитата необычайно широко используется в деловых кругах. Известны также различные вариации на заданную тему, среди которых: *If Murphy's Law can go wrong, it will*, не только усиливающая юмористический колорит исходного утверждения, но и добавляющая прагматику нелепости этого так называемого «закона» [18].

Как видим, семантический сдвиг действительно порождает эффект иронии как прием, выявляющий участки пересечения несочетаемых функциональных пространств сопоставляемых речевых компонентов. В деловом дискурсе ирония, интегрируя функциональные возможности таких компонентов, не только оживляет достаточно типизированные ситуации общения, но и активизирует восприятие коммуникантами позиций друг друга. В функциональном плане она также служит проявлением так называемой вербальной недостаточности [19] в том смысле, что смысловое и эмоциональное восприятие иронии именно как риторического приема обеспечивается способностью реципиента улавливать иронические импликации, невербализованные в поверхностной структуре текста. Сами ангlosаксы во многих публикациях признают, что они просто наслаждаются «дистанцирующими» (отстраняющими) приемами в общении, используя намеки, аллюзии, неполные фразы и особенно иронию.

Тенденцию к деконвенционализации делового дискурса и включению средств образности демонстрируют даже такие неожиданные источники, как, например, Бюллетень Международного валютного фонда (*International Monetary Fund Working Paper*). Материалы такого рода содержат профессиональный (вплоть до академического) анализ

серьезных экономических проблем и обычно не предполагают использования стилистически окрашенных единиц. Тем не менее для повышения убедительности и эмоционального воздействия (то есть прагматического эффекта) авторы иногда позволяют себе отступления от строгого официально-делового стиля.

В одном из обзоров управления по финансовым делам (Fiscal Affairs Dpt.) на тему Deficit Limits, Budget Rules, and Fiscal Policy (подготовлен экспертом фонда Паоло Манассе) при обосновании актуальности анализируемой проблемы автор перечисляет ряд принятых в Европе моделей управления финансами и выдвигает следующий аргумент:

In a nutshell, all these frameworks aim at getting rid of the “dirty water” of (politically motivated) excessive budget deficits without sacrificing the “baby” of fiscal stabilization. But how should that be done? [20].

В данном случае снижение официозности и риторическая фигура иронии реализуется через использование выражения In a nutshell (приведенного в словарях как *informal*) и метафорическое уподобление ситуации излишнего бюджетного дефицита «грязной воде» (предполагающее не всегда честные манипуляции в этой сфере), а финансовой стабилизации – «младенцу» (которого, по известной поговорке, могут «выплеснуть» при неудачном ведении дел). Вопросительная форма последнего предложения также служит оператором прагматической модификации, показывая, что поиск решения и выход из данной ситуации носит проблематичный характер и, вероятно, не имеет однозначной формулировки.

Для русскоязычных людей, изучающих английский язык, понимание функциональных свойств англоязычной иронии, навыки узнавания этого приема, адекватного реагирования, представлений об ее уместности или неуместности особенно актуальны. Английский юмор претендует на своеобразие и некую уникальность как специфическая черта национального менталитета. В научной литературе высказывается мысль, что английская культура вполне нормативным поведением считает внешнюю любезность при замаскированной ироничной и пренебрежительной манере общаться с собеседником. С учетом того, что в деловых кругах англоязычные модели коммуникации воспринимаются как авторитетные и закрепляются в стиле общения представителей других наций, приходится признать, что этому речевому средству следует уделять особое внимание. Таким образом, ирония как прием деловой риторики заслуживает серьезного изучения с точки зрения его использования для повышения эффективности общения и для более глубокого освоения иноязычной культуры.

Библиографический список

1. Арупова Н.Р. Профессионализация бакалавров международного профиля в процессе изучения иностранного языка // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2014. № 11. С. 229–231.
2. Пономаренко Е.В., Харьковская А.А. Риторическое воздействие как фактор межкультурного делового общения // Язык и коммуникация в современном поликультурном социуме: сб. науч. тр. М.: Трансарт, 2014. С. 111–117.
3. Раицкая Л.К. Методы активного обучения языку профессии в магистратуре (на примере кейс-стади) // Профессионально-ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе: материалы Международной конференции / Российский университет дружбы народов, Юридический факультет, компания “Britannia”. М., 2008. С. 239–243.
4. Раицкая Л.К., Коровина Л.В., Арупова Н.Р. Деловая коммуникация на английском языке. М.: Аспект-Пресс, 2015. 525 с.
5. Bargiela-Chiappini Fr., Nickerson C., Planken B. Business Discourse. N. Y.: Palgrave Macmillan, 2007. 282 p.
6. Панов М.И. Ирония // Эффективная коммуникация: история, теория, практика: словарь-справочник / отв. ред. М.И. Панов. М.: ООО «Агентство КРПА Олимп», 2005. С. 377–380.

7. Фомичева Ж.Е. Постмодернистская ирония в современном английском романе // Вопросы филологии. 2008. № 1. С. 107–113.
8. Харьковская А.А. Дискурсивный мир англоязычных и русскоязычных бестселлеров // Вопросы прикладной лингвистики. 2013. № 10. С. 75–88.
9. Храменко Д.С. Ирония как средство активизации синергических процессов прагматической самоорганизации английского делового дискурса // Вестник Самарского государственного университета. 2009. № 1 (67). С. 175–180.
10. Pratchett T. Making Money. L.: Corgi Books, 2008. 480 p.
11. Ageing Bull // The Economist. 2006. December 9th–15th.
12. Малюга Е.Н. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 84. С. 147–155.
13. Малюга Е.Н. Лингвопрагматические аспекты делового интервью // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. 2010. № 4. С. 127–131.
14. Харьковская А.А. Англоязычный образовательный дискурс: современные тенденции // Профессиональная коммуникация и мультикомпетентность: сб. науч. тр. к 15-летию кафедры английского языка № 5 МГИМО / под общ. ред. Л.К. Раицкой. М.: МГИМО-Университет, 2015. С. 177–181.
15. Храменко Д.С. Ирония в английском деловом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 25 с.
16. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. Business English and Functional Linguistics: Teaching Practical English in Perfect Harmony with Theory // ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation Proceedings. Madrid: International Association of Technology, Education and Development, IATED, 2012. P. 4524–4529.
17. Потехня А.А. Теория словесности: Тропы и фигуры. М.: КРАСАНД, 2010. 200 с.
18. Bloch A. Murphy's Law Complete. L.: Arrow Books, 2002.
19. Филиппова И.Н. Классификация вербальной недостаточности в одноязычии и двуязычии // Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты: сборник научных трудов по материалам Международной заочной научно-практической конференции: в 7 ч. 2012. С. 137–138.
20. Manasse P. Deficit Limits, Budget Rules, and Fiscal Policy // The IMF Working Paper. 2005. № 120.

References

1. Arupova N.R. Professionalizatsiia bakalavrov mezhdunarodnogo profilia v protsesse izucheniia inostrannogo iazyka [Professionalization of Bachelor Degree Students of international profile in the process of study of a foreign language]. *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniia)* [Vestnik of University (State University of Management)], 2014, no. 11, pp. 229–231 [in Russian].
2. Ponomarenko E.V., Kharkovskaya A.A. Ritoricheskoe vozdeistvie kak faktor mezhnatsional'nogo delovogo obshcheniia [Rhetoric influence as a factor of international business communication]. In: *Iazyk i kommunikatsiia v sovremennom polikul'turnom sotsiуме: sbornik nauchnykh trudov* [Language and communication in modern multicultural society: collection of research papers]. M.: Transart, 2014, pp. 111–117 [in Russian].
3. Raitskaya L.K. Metody aktivnogo obucheniia iazyku professii v magistrature (na primere keis-stadiz) [Methods of active teaching language of profession in Master's degree programme (on the example of case studies)]. In: *Professional'no-orientirovannoe obuchenie inostrannomu iazyku i perevodu v vuze. Materialy Mezhdunarodnoi konferentsii* [Profession-oriented teaching foreign language and translation in the university. Materials of the International conference]. Peoples Friendship University of Russia, Law faculty, company «Britannia», M., 2008, pp. 239–243 [in Russian].
4. Raitskaya L.K., Korovina L.V., Arupova N.R. Delovaia kommunikatsiia na angliiskom iazyke [Business communication in English]. M.: Aspekt-Press, 2015, 525 p. [in Russian].
5. Bargiela-Chiappini Fr., Nickerson C., Planken B. Business Discourse. New York: Palgrave Macmillan, 2007, 282 p. [in English].

6. Panov M.I. Ironiia [Irony] in *Effektivnaia kommunikatsiia: istoriia, teoriia, praktika: slovar'-spravochnik. Otv. red. M.I. Panov* [Effective communication: history, theory, practice: glossary. M.I. Panov (Ed.)]. M.: OOO «Agentstvo KRPA Olimp», 2005, pp. 337–380 [in Russian].
7. Fomicheva Zh.E. Postmodernistskaia ironiia v sovremennom angliiskom romane [Postmodern irony in modern English novel]. *Voprosy filologii* [Journal of Philology], 2008, no. 1, pp. 107–113 [in Russian].
8. Kharkovskaya A.A. Diskursivnyi mir angloiazychnykh i russkoiazychnykh bestsellerov [Discursive world of English and Russian bestsellers]. *Voprosy prikladnoi lingvistiki* [Issues of applied linguistics], 2013, no. 10, pp. 75–88 [in Russian].
9. Khranchenko D.S. Ironiia kak sredstvo aktivizatsii sinergiinykh protsessov pragma-semanticeskoi samoorganizatsii angliiskogo delovogo diskursa [Irony as a means of activation of synergetic processes of pragma-semantic self-organization of the English business discourse]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2009, no. 1(67), pp. 175–180 [in Russian].
10. Pratchett T. *Making Money*. London: Corgi Books, 2008, 480 p. [in English].
11. Ageing Bull. *The Economist*, 2006, December 9th–15th [in English].
12. Malyuga E.N. Vzaimovliianie delovoi kommunikatsii i mezkul'turnogo delovogo diskursa [Interinfluence of business communication and intercultural business discourse]. *Izvestiia Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena* [«IZVESTIA: Herzen University Journal of Humanities and Sciences»], 2008, no. 84, pp. 147–155 [in Russian].
13. Malyuga E.N. Lingvopragmaticheskie aspekty delovogo interv'iu [Linguopragmatic aspects of business interview]. *Vestnik Severo-Osetinskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Kosta Levanovicha Khetagurova* [Bulletin of North Ossetian State University], 2010, no. 4, pp. 127–131 [in Russian].
14. Kharkovskaya A.A. Angloiazychnyi obrazovatel'nyi diskurs: sovremennye tendentsii [English educational discourse: modern trends]. In: *Professional'naia kommunikatsiia i mul'tikompetentnost': Sbornik nauchnykh trudov k 15-letiiu kafedry angliiskogo iazyka № 5 MGIMO. Pod obshch.red. L.K. Raitskoi* [Business communication and multicompetence: Collection of research works on the 15th anniversary of the Department of the English Language №5 of MGIMO]. L.K. Raitskaya (Ed.). M.: MGIMO-Universitet, 2015, pp. 177–181 [in Russian].
15. Khranchenko D.S. *Ironiia v angliiskom delovom diskurse: Avtoreferat dissertatsii na soiskanie uchenoi stepeni kandidata filologicheskikh nauk* [Irony in English business discourse: Author's abstract of Candidate's of Philological science thesis]. M., 2010, 25 p. [in Russian].
16. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. Business English and Functional Linguistics: Teaching Practical English in Perfect Harmony with Theory. *ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation Proceedings*. Madrid: International Association of Technology, Education and Development, IATED, 2012, pp. 4524–4529 [in English].
17. Potebnja A.A. Teoriia slovesnosti: Tropy i figury [Theory of literature: Tropes and Figures]. M.: KRASAND, 2010, 200 p. [in Russian].
18. Bloch A. *Murphy's Law Complete*. London: Arrow Books, 2002 [in English].
19. Filippova I.N. Klassifikatsiia verbal'noi nedostatochnosti v odnoiazychii i dvuiazychii [Classification of verbal insufficiency in monolingualism and bilingualism]. In: *Voprosy obrazovaniia i nauki: teoreticheskii i metodicheskii aspekty. Sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoi zaochnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii: v 7 chastiakh* [Issues of education and science: theoretical and methodological aspects. Collection of research works on the materials of the International extra-mural research and practice conference: in 7 Vols.], 2012, pp. 137–138 [in Russian].
20. Manasse P. Deficit Limits, Budget Rules, and Fiscal Policy. *The IMF Working Paper*, 2005, no. 120 [in English].

FUNCTIONAL PROPERTIES OF IRONY IN BUSINESS ENGLISH DISCOURSE**

The article focuses on irony as an illustration of one of the topical trends in business communication, that of evolving deconventionalisation and functional deregulation of Business English discourse. Irony is analyzed as means of enhancing figurativeness that generates new sense components in discourse. The author comes to the following conclusion: considering that business circles accept English communicative models as authoritative, and non-native speakers follow their style, this verbal means is worth special attention in teaching business communication. Thus irony as a means of business rhetoric deserves profound investigation in terms of its use for increasing communicative efficiency and for more profound perception of foreign culture.

Key words: Business English discourse, institutional discourse, irony, deconventionalisation, functional deregulation, rhetoric impact, functional properties of irony.

Статья поступила в редакцию 23/IV/2016.
The article received 23/IV/2016.

* Ponomarenko Evgeniya Vitalyevna (english5mgimo@mail.ru; lpev2009@mail.ru), Department of English Language № 5, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University), 76, Avenue Vernadskogo, Moscow, 119454, Russian Federation.

** The publication has been prepared with support of MGIMO University of Russia in the framework of the research contest for young scholars under doctors' and candidates' of sciences supervision.