

Храмченко Дмитрий Сергеевич

**ГИПЕРБОЛА КАК НЕЛИНЕЙНЫЙ ОПЕРАТОР ПРАГМАТИЧЕСКОЙ МОДИФИКАЦИИ
АНГЛИЙСКОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА**

Статья посвящена рассмотрению механизма гиперболы как нелинейного приема англоязычной бизнес-риторики и комплексного средства прагматического воздействия с точки зрения функциональной лингвосинергетики. Использование приема гиперболы в деловой коммуникации способствует продвижению синергийной смысловой системы дискурса к наиболее упорядоченной области, обеспечивая реализацию целевых установок субъекта речи и порождение спонтанных функциональных свойств дискурса.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2013/9-2/54.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 9 (27): в 2-х ч. Ч. II. С. 206-208. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2013/9-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

УДК 81' 42

Филологические науки

Статья посвящена рассмотрению механизма гиперболы как нелинейного приема англоязычной бизнес-риторики и комплексного средства прагматического воздействия с точки зрения функциональной лингвосинергетики. Использование приема гиперболы в деловой коммуникации способствует продвижению синергичной смысловой системы дискурса к наиболее упорядоченной области, обеспечивая реализацию целевых установок субъекта речи и порождение спонтанных функциональных свойств дискурса.

Ключевые слова и фразы: гипербола; лингвосинергетика; функциональная лингвистика; риторика; прагматика.

Храмченко Дмитрий Сергеевич, канд. филол. наук

*Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого
hratchenko@rambler.ru*

ГИПЕРБОЛА КАК НЕЛИНЕЙНЫЙ ОПЕРАТОР ПРАГМАТИЧЕСКОЙ МОДИФИКАЦИИ АНГЛИЙСКОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА[©]

На сегодняшний день вопрос о лингвистическом статусе гиперболы до конца не решен. На это указывает значительное число трактовок, относящих её к тропам, фигурам речи, художественным или речевым приемам [2; 4; 6]. Ряд исследователей считает гиперболу риторическим приёмом, повышающим экспрессивность и сообщающим высказыванию дополнительную эмфатичность [3; 8]. Ю. И. Борисенко определяет гиперболу как «риторический прием нефигурального типа (преимущественно тропеического), состоящий в приписывании какому-либо предмету (в широком смысле) свойств или действий, преувеличенных по сравнению с тем, какими он обладает в действительности, на основе принципа переноса сопоставляемого с этим предметом свойства объекта» [1]. С. А. Тихомиров, говоря о сущности гиперболы в русском языке, трактует её как «прием явного и намеренного преувеличения, имеющего целью усиление выразительности, модифицирующий градусемеру (термин С. М. Колесниковой) – сему меры и степени – и реализующий категорию градуальности» – одного из факторов возникновения и существования образной семантики преувеличения [7, с. 9]. Тем не менее, вопрос функционирования гиперболы как риторического приема в целом и приема англоязычного делового общения в частности остается до сих пор малоизученным.

Анализ обширного эмпирического материала свидетельствует о том, что гипербола активно используется как в устном, так и письменном деловом дискурсе на современном этапе его развития. Являясь, по сути, образным выражением, содержащим непомерное преувеличение определенных качеств какого-либо явления или предмета, гипербола вступает в противоречие с максимой качества Г. П. Грайса, заключающейся в коммуникативной установке на оптимальный объем вкладываемой в высказывание информации, и способствует укреплению наметившейся в последние десятилетия тенденции к деконвенционализации и функционально обоснованной дерегламентации бизнес-общения.

Интересный взгляд на гиперболу предлагает функциональная лингвосинергетика, осуществляющая изучение свойств и процессов самоорганизации речевой деятельности в русле функционального лингвистического направления. Основная идея функциональной лингвосинергетики заключается в том, что в процессе развертывания дискурса (например, делового) 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 (области притяжения всех элементов системы), т.е. к реализации коммуникативной цели. Лингвосинергетика, одной из центральных задач которой является создание современной эффективной бизнес-риторики, позволяет под новым углом взглянуть на многие проблемы делового общения, раскрыв особенности динамики функционального пространства англоязычной бизнес-коммуникации [5].

С точки зрения функциональной лингвосинергетики, эффект от использования гиперболы в деловом общении заключается в блокировании взаимодействия прагма-семантической системы дискурса с такими подсистемами его внешней среды как сознание коммуникантов и ситуация общения. С одной стороны, семантика вводимых в систему элементов, входящих в состав гиперболы, диссонирует с имеющимися у участников дискурса представлениями о том или ином факте/явлении действительности, ставшем «мишенью» рассматриваемого риторического приема. С другой стороны, часто некоторые компоненты гиперболы могут не соответствовать требованиям коммуникативной ситуации, вызывая в системе функциональные и стилистические колебания. В результате система смыслов отклоняется от равновесного состояния. В ответ на хаотизацию активизируются внутренние синергичные механизмы прагма-семантической самоорганизации. Деструктивные элементы, мешающие эволюционному развитию дискурса в направлении наиболее благоприятного режима функционирования, подвергаются диссипации (рассеиванию) и отходят на периферию сознания, из которого для поддержания баланса привлекаются дополнительные смысловые

компоненты намеренного преувеличения, несерьезности, дружеского расположения или, наоборот, раздраженности говорящего/пишущего субъекта.

Так, например, в деловой статье с ироничным названием «Psst, Wanna Buy A Law Firm?» популярного журнала *The Economist* речь идёт о поправках к законодательству, позволяющих бизнесменам приобрести долю в юридических фирмах:

Lawyers have long considered themselves a breed apart: highly educated professionals, not dim-witted businessmen who think a —whereas” is a man who turns into a small member of the horse family when the moon is full. Many countries bar business types from owning even a bit (much less all) of a law firm. But in Britain, that law changed in October [9, p. 67]. / Юристы давно относят себя к отдельной касте, они ведь высококвалифицированные профессионалы и не чета недалеким бизнесменам, считающим, что слово *—whereas*” означает человека, который в полнолуние превращается в маленькое вьючное животное (игра слов). Во многих странах представителям бизнеса запрещено владеть даже долей в юридической фирме. Однако в Британии этот закон в октябре претерпел изменения (*Здесь и далее перевод наш – Д. Х.*).

Автор текста с юмором обыгрывает закрытость юридического сообщества и его нежелание впускать в свои ряды людей с деловой хваткой. Бизнесмены, при этом, представляются людьми в крайней степени неинтеллектуальными и необразованными. Элементы *small member of the horse family* и *when the moon is full* не согласуются с текущей стадией развития прагма-семантической системы, диссонируют с уже функционирующими в ней смысловыми компонентами и нарушают полноценное взаимодействие с внешней средой – коммуникативной ситуацией и сознанием целевой аудитории журнала, вряд ли считающей всех представителей деловых кругов настолько глупыми и недогадливыми. Воздействующая риторика синергично формируется ключевым риторическим приёмом гиперболы, использованным на фоне других дерегламентирующих деловой дискурс средств: повышающей экспрессивность фрагмента аллитерации (*man, small, member, family, moon, many*); игры слов (*whereas :: wereass*); импликации авторского окказионализма *wereass*, образованного по аналогии с *werewolf*; разговорной лексемы (*dim-witted*). В ходе самоорганизации прагма-семантической системы линейная сумма смыслов компонентов фразы *who think a —whereas” is a man who turns into a small member of the horse family when the moon is full* подвергается диссипации, а из внешней среды привлекаются дополнительные новые смысловые компоненты. Функциональный аттрактор дискурсивной системы воспринимается при минимальной затрате мыслительных усилий реципиентов: традиция юристов недооценивать бизнесменов необоснованна, следовательно участие опытных дельцов в деятельности адвокатских контор не представляет никакой серьёзной угрозы для таких фирм.

Основной функциональной нагрузкой риторического приёма гиперболы как в письменном, так и устном английском деловом дискурсе является убеждение участников общения читателей в правильности излагаемых доводов. В романе Сидни Шелдона «*The Stars Shine Down*» Говард Келлер, правая рука владелицы крупной строительной компании Лары Кэмерон, пытается доказать бизнес-леди необходимость временно отказать от поисков новых проектов и сконцентрировать всё внимание на текущих делах:

There was nothing for her to do. She was used to more action. She liked to have half a dozen projects going at once. —Why don't we look around for another deal?” Lara asked Keller.

—Because you're up to your ears in this one. If you even breathe hard, this whole thing is going to collapse. Do you know you've leveraged every penny you have to put this building up? If anything goes wrong...” [10].

Она привыкла к более активной деятельности, а здесь ей делать было нечего. Она предпочитала возводить несколько зданий одновременно.

— Почему бы нам не подыскать что-нибудь еще? — спросила Келлера Лара.

— Потому что и этого проекта вам более чем достаточно. Одно ваше неверное движение — и все рухнет. Вы понимаете, что в строительство этого здания вы вложили все до последнего пени? Если хоть что-то случится...

Келлер использует риторический приём гиперболы для того, чтобы убедить Лару не расплывать силы и сосредоточиться на выполнении взятых обязательств по текущим сделкам. Элементы *breathe hard* и *collapse* диссонируют с текущей стадией развития смысловой системы делового дискурса. Линейный смысл содержащего данные лексемы высказывания явно не соответствует действительности, на что Лара, как реципиент сообщения, не может не обратить внимания. Возводимое компанией Кэмерон здание вряд ли может рухнуть от одного лишь дыхания молодой бизнесвумен. Адекватное взаимодействие с подсистемами внешней среды нарушается, и функциональное пространство дискурса отклоняется от равновесного состояния. В ходе синергичного процесса прагма-семантической самоорганизации линейная сумма смыслов подвергается диссипации, а из среды привлекаются новые прагма-семантические компоненты серьезности сложившегося финансового положения фирмы и опасности её банкротства. Обеспечиваемая гиперболой экспрессивность фрагмента усиливает его прагматическое воздействие на Лару и облегчает восприятие функционального аттрактора системы.

Таким образом, функционально-синергетический анализ иллюстративного материала свидетельствует о том, что использование риторического приёма гиперболы в английском деловом дискурсе обеспечивает оптимальное продвижение дискурсивной системы смыслов в направлении функционального аттрактора (коммуникативной цели), а также синергичное формирование эффективно воздействующего на реципиентов прагма-семантического пространства, способствуя в ряде случаев снижению официальности деловой речи и созданию благоприятной коммуникативной атмосферы.

Список литературы

1. **Борисенко Ю. И.** Гипербола: лингвистический статус и структурные типы [Электронный ресурс]. URL: <http://91.239.233.38/konfer26/914.pdf> (дата обращения: 01.07.2013).
2. **Елисеев И. А.** Словарь литературоведческих терминов. Ростов н/Д: Феникс, 2002. 320 с.
3. **Зарецкая Е. Н.** Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М.: Дело, 1998. 480 с.
4. **Панов М. И.** Гипербола // Педагогическое речеведение: словарь-справочник / под ред. Т. А. Ладыженской и А. К. Михальской. М.: Флинта: Наука, 1998. С. 34-36.
5. **Пономаренко Е. В.** Лингвосинергетика бизнес-общения с позиций компетентностного подхода (на материале английского языка). М.: МГИМО-Университет МИД РФ, 2010. 148 с.
6. **Скребнев Ю. М.** Тропы и фигуры речи как объект классификаций // Проблемы экспрессивной стилистики. Ростов н/Д: изд-во Ростовского университета, 1987. С. 60-65.
7. **Тихомиров С. А.** Гипербола в градуальном аспекте: дисс. ... канд. филол. наук. М., 2006. 241 с.
8. **Хазагеров Г. Г., Корнилова Е. Е.** Риторика для делового человека. М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2003. 136 с.
9. **Psst, Wanna Buy A Law Firm?** // The Economist. 2012. January 28.
10. **Sheldon S.** The Stars Shine Down. N. Y.: Grand Central Publishing, 1993. 416 p.

**HYPERBOLE AS NONLINEAR OPERATOR OF ENGLISH
BUSINESS DISCOURSE PRAGMATIC MODIFICATION**

Khramchenko Dmitrii Sergeevich, Ph. D. in Philology
Tula State Pedagogical University named after L. N. Tolstoy
hramchenko@rambler.ru

The article is devoted to the consideration of hyperbole mechanism as nonlinear device of the English-language business rhetoric and the complex means of pragmatic impact from the point of view of functional linguo-synergetics. Using the stylistic device of hyperbole in business communication contributes to the progression of synergetic sense system of discourse to the most ordered sphere, ensuring the implementation of targets of the subject of the speech and the generation of spontaneous functional properties of discourse.

Key words and phrases: hyperbole; linguo-synergetics; functional linguistics; rhetoric; pragmatics.

УДК 82

Филологические науки

Анализу подвергается характер автобиографизма в «Былом и думах» А. И. Герцена. Автор статьи определяет принципы художественной интерпретации Герценом своей биографии в сравнении с методом Л. Толстого и С. Т. Аксакова. Вниманию читателя предлагается концепция «историко-социального автобиографизма» Герцена, базирующаяся на воссоздании писателем «исторических и социальных координат» собственного «я».

Ключевые слова и фразы: автобиографизм; жанр; историко-социальная концепция; просветительство; идеологизм; апология разума; документальная правда.

Цирулев Александр Федорович, к. филол. н.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского
tzirulev.al@yandex.ru

О ПРИНЦИПАХ АВТОБИОГРАФИЗМА В «БЫЛОМ И ДУМАХ» А. И. ГЕРЦЕНА[©]

В середине XIX века наблюдается небывалый и замечательный расцвет русской «исповедальной прозы». К самопознанию, к осмыслению собственного «я» писателей этой поры понуждают причины не только имманентно-личностного свойства, но и растущее предчувствие тех перемен и исторических катаклизмов, которые скоро обрушатся на русский мир. Автор статьи ставит задачу – высветить основные принципы герценовского жизнеописания, понять «историко-личный» характер его автобиографизма и тем самым очертить сущность новаторского вклада Герцена в становление поэтики русской автобиографии.

Многотомное сочинение под названием «Былое и думы» [1] явно не укладывается в традиционные «исповедальные рамки». Герцен-художник словно «взрывает» автобиографический жанр изнутри, придавая ему новое содержание и необыкновенную тональность. Именно это качество герценовской семейной хроники и подчеркивал Л. Толстой в беседе с И. С. Тургеневым, говоря о том, что биографическому творению «Искандера» аналогов в мировой литературе не сыскать [5, с. 305].

По наблюдению Л. Я. Гинзбург, с тех пор, как возникло искусство, в литературе идет непрестанная борьба между сторонниками документальной правды и теми, кто строит поэтическую концепцию мира в опоре на художественный вымысел и фантазию. «Две модели личности, – пишет исследовательница, –