

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М. В. ЛОМОНОСОВА**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра английского языкознания**

На правах рукописи

**ЗУБОВА УЛЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА**

**ВЕРТИКАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ БИЗНЕС-  
ДИСКУРСЕ: ДИНАМИКА ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ И РЕЧЕТВОРЧЕСТВА**

Диссертация  
на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Специальность 10.02.04 – Германские языки

**Научный руководитель:  
д. филол. н., профессор  
Назарова Т. Б.**

Москва, 2014

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>4</b>
<b>Глава 1. Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных ученых .....</b>	<b>13</b>
§1. Вводные замечания. ....	13
§2. Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных ученых. ....	16
§3. Деформированные идиомы. ....	22
§4. Цитаты и аллюзии. ....	25
§5. Реалии. ....	30
Выводы к Главе 1 .....	35
<b>Глава 2. Онтология филологического фонового знания: словари цитат и аллюзий. ....</b>	<b>37</b>
§1. Вводные замечания. ....	37
§2. Словарь цитат и аллюзий как отрасль специальной лексикографии. ....	38
§3. Типологический анализ словарей цитат и аллюзий. ....	42
§4. Анализ мега- и макроструктуры авторитетных словарей цитат и аллюзий. ....	49
§5. Анализ микроструктуры авторитетных словарей цитат и аллюзий. ....	52
Выводы к Главе 2 .....	66
<b>Глава 3. Вертикальный контекст в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе: основные разновидности и смежные явления.....</b>	<b>68</b>
§1. Вводные замечания. ....	68
§2. Вертикальный контекст в аутентичных статьях из одноязычной бизнес-энциклопедии <i>Business: The Ultimate Resource</i> . ....	71

§3. Вертикальный контекст в книге <i>Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration</i> (Bennis, Biederman 1997).....	100
§4. Вертикальный контекст в книге <i>The World's Business Cultures and How to Unlock Them</i> (Tomalin, Nicks 2007).....	119
§5. Вертикальный контекст в рассмотренных разновидностях аутентичного англоязычного бизнес-дискурса: общее и особенное. ....	132
Выводы к Главе 3 .....	139
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>142</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>145</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Английский язык делового общения — относительно новое направление в отечественной филологии. Интерес к миру бизнеса и, соответственно, к английскому языку как к средству общения в международном масштабе заметно возрос в последние два десятилетия. Английский язык делового общения понимается как «взаимообусловленное единство различающихся по функциональной направленности разновидностей устной и письменной речи, используемых в деловых целях»: техника ведения беседы (Socializing), телефонное общение в деловых целях (Telephoning), деловая корреспонденция (Business correspondence), деловая документация и контракты (Business documents and contracts), деловая встреча (Business meetings), презентация (Presentations), техника ведения переговоров (Negotiating), средства массовой информации, ориентированные на мир бизнеса (The business media) [157, 158, 175, 159, 103, 90, 161, 94, 95, 96].

Многие аспекты делового английского не раз становились предметом научно-теоретического изучения: детально описан каждый из вовлеченных в деловое общение функционально-коммуникативных типов речи [157, 158, 175, 159, 103, 90, 161, 94, 95, 96]; ряд работ посвящен его лексическому составу [157, 158, 175, 159, 103, 90, 98, 99, 96, 133, 14, 112, 95]; ключевая бизнес-терминология представлена в двуязычном толковом учебном словаре [175]; рассмотрен грамматический аспект делового английского [125, 105, 93]; выявлено многообразие знаковости в деловой коммуникации на английском языке [16, 93, 101, 102]; специальный курс посвящен региональному варьированию в устном и письменном деловом дискурсе [104, 113]; рассмотрена и обобщена онтология экспрессивности в деловой корреспонденции [102, 35, 36, 37]; сформулированы методологические принципы исследования делового английского [157, 92] и обобщены

методические приемы преподавания английского языка делового общения [99, 156].

Важно отметить, что для изучения разных аспектов любого регистра английского языка делового общения существенным условием является единство языковой и понятийной картин мира. Без понимания основных составляющих мира бизнеса, овладение языком делового общения представляется проблематичным. С другой стороны, язык «постоянно развивается, меняясь, расширяясь и преобразовываясь в ответ на непрерывное развитие и неизбежную изменчивость реальности и реалий делового мира», благодаря чему возникают новые бизнес-термины для обозначения новых понятий, закрепляемых таким образом в терминосистеме [96: 273].

Подобное развитие объясняет постоянное сосуществование в современном англоязычном бизнес-дискурсе двух тенденций речеупотребления: **воспроизведения** «наиболее значимых к настоящему моменту в высшей степени кодифицированных — предписываемых и предсказуемых — составляющих языка и слога деловой коммуникации», и **речетворчества**, проявляющегося в «готовности пишущих и говорящих на современном английском языке оживить, обыграть и самым неожиданным способом задействовать разнообразие ресурсов самобытной семасиологической системы» [95: 153-155; 136].

В связи с тем, что средства **экспрессивности** все чаще проникают в деловой дискурс, полное и адекватное понимание развернутых произведений речи деловой направленности нередко оказывается невозможным без учета собственно стилистического аспекта. В этом отношении весьма значимым представляется диссертационное исследование Х. А. Дарбишевой, в котором детально описаны многообразные проявления экспрессивности в аутентичных англоязычных письмах-оферта, выявлена связь между характером экспрессивности оферт и их функциональными особенностями, а также

убедительно продемонстрировано, что экспрессивность характерна для некоторых разновидностей письменного бизнес-дискурса [35, 36, 37].

Из обобщений, сформулированных на стр. 3 и 4 настоящей диссертации, следует, что усилиями отечественных специалистов были изучены многие составляющие английского языка делового общения, в том числе и те, что напрямую связаны с предлагаемым диссертационным исследованием, а именно: экспрессивность и речетворчество [161: 246-251; 95: 153-154; 35; 36; 37; 136]. Необходимо подчеркнуть, однако, что до последнего времени оставался неизученным на уровне кандидатской диссертации вопрос о функционировании вертикального контекста в аутентичном англоязычном деловом дискурсе. Целесообразность исследования этой проблематики неоднократно подчеркивалась в статьях ряда отечественных специалистов [162] и в учебниках делового английского [161].

**Вертикальный контекст** — информация историко-филологического характера, для понимания которой необходимы определенные фоновые знания. В зависимости от способов введения вертикального контекста различают **филологический** (цитаты, аллюзии, деформированные идиомы) и **социально-исторический** вертикальный контекст (разного рода реалии, имена собственные, топонимы) [11: 47-54]. Вертикальный контекст как филологическая проблема подробно изучается на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова уже более 30 лет. За это время было выполнено немало исследований в области вертикального контекста: к настоящему моменту обоснована структура вертикального контекста и разработан соответствующий терминологический аппарат; особенности бытования и функционирования этого сложного по составу явления проанализированы на примере многочисленных произведений художественной литературы и печатных СМИ; выделены основные источники аллюзивных фигур речи, предложены способы обнаружения вертикального

контекста в произведениях художественной литературы [11: 47-54; 30; 31; 80; 81; 82; 83].

**Актуальность** настоящей диссертации определяется необходимостью изучения современного письменного аутентичного англоязычного бизнес-дискурса, не получившего достаточного внимания лингвистов и, шире, филологов. Бизнес-дискурс понимается как «вербализация бизнес-ментальности, реализующаяся в форме открытого множества текстов, объединенных деловой тематикой, в сочетании с экстралингвистическими факторами» [33: 7]. Рассматриваемый в третьем разделе диссертации корпус текстов по бизнес-проблематике написан ведущими бизнес-теоретиками для делового сообщества с целью информирования, просвещения, приобщения к новым понятиям и тенденциям.

**Научная новизна** диссертации заключается в том, что впервые большие массивы аутентичного англоязычного бизнес-дискурса рассматриваются для выявления закономерностей реального бытования и функционирования вертикального контекста — как социально-исторического, так и филологического, что будет содействовать системному описанию особенностей дискурса деловой направленности.

**Теоретическая значимость** исследования определяется вкладом в такие разделы науки о языке, как теория и практика английского языка делового общения, филологическая герменевтика, лингвистическая и филологическая семиотика, лингвостилистика и стилистика. Выводы, полученные в результате исследования, будут полезны для развития как когнитивно-дискурсивной парадигмы в лингвистике, так и методологии бизнес-лингвистики — «комплексного изучения особенностей функционирования языка в бизнес-контексте» [33: 3].

**Практическая ценность** данного исследования состоит в том, что материалы, обобщения и наблюдения, предлагаемые в трех разделах диссертации, могут быть использованы в обучении деловому общению на

английском языке, письму в деловых целях и риторике деловой коммуникации; они также будут полезны в спецкурсах по деловому английскому, лингвостилистике и бизнес-лингвистике.

**Объектом** исследования является современный письменный аутентичный англоязычный бизнес-дискурс.

**Предмет** исследования составляет социально-исторический и филологический вертикальный контекст, выявляемый, описываемый и систематизируемый с опорой на большой корпус аутентичных образцов бизнес-дискурса информативной направленности.

Основной **целью** работы является распознавание всех проявлений вертикального контекста в аутентичном бизнес-дискурсе с использованием принципов, сформулированных отечественными учеными и разработанных на материале художественной литературы, научной прозы и медиа-дискурса.

Цель и предмет исследования обусловили постановку следующих **конкретных задач**:

1. обобщить опыт отечественных и зарубежных филологов и лингвистов в области английского языка делового общения, с одной стороны, и вертикального контекста, с другой стороны;
2. собрать обширный корпус аутентичных образцов делового дискурса информативной направленности и применить выводы отечественных и зарубежных ученых к исследованию вертикального контекста в аутентичном англоязычном письменном бизнес-дискурсе;
3. показать особенности реального бытования и функционирования социально-исторического и филологического вертикального контекста в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе.

**Материал**, использованный в диссертации, включает 144 статьи из раздела Best Practice аутентичного одноязычного издания *Business: The Ultimate Resource* (3<sup>rd</sup> edition, Bloomsbury Publishing Plc, 2011), книгу *Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration* Уоррена Бенниса и Патрисии Бидерман

(Basic Books, 1997) и книгу *The World's Business Cultures and How to Unlock Them* Барри Томалина и Майка Никса (Thorogood Publishing, 2007).

Задачи, поставленные в ходе диссертационного исследования, потребовали комплексного применения следующих **методов** и **методик**: анализ словарных дефиниций, контекстологический, семиотический, этимологический анализ, лингвостилистический метод, метод филологической топологии, методика сплошной выборки материала.

**Методологической базой** диссертационного исследования служат труды отечественных и зарубежных исследователей в области стилистики и лингвостилистики (О. С. Ахманова, В. В. Виноградов, В. Я. Задорнова, А. А. Липгарт, И. Р. Гальперин, Р. Ф. Идзелис, И. В. Арнольд, Дж. Лич, Ю. М. Скребнев, Дж. Х. Валлинс, И. В. Алещанова, Ю. М. Скребнев, Д. Кристалл, А. В. Кунин), филологической герменевтики (О. С. Ахманова, Л. В. Болдырева, И. В. Гюббенет, Н. Ф. Катинене, К. Н. Даирова, Л. В. Полубиченко, В. П. Андросенко, Д. А. Протопопова, М. Ю. Прохорова, Л. В. Селеменова, И. С. Христенко, К. Шаар, Л. А. Машкова, Ю. И. Погребенко, Л. М. Кеннет, Т. Пинчон, К. Рикс), теории интертекстуальности (Ю. Кристева, М. В. Вербицкая, В. К. Тыналиева, Э. М. Аникина, Е. А. Козицкая, Н. А. Кузьмина, Г. Г. Слышкин, А. А. Гусева, Е. В. Михайлова, Г. Блум, С. Стюарт), теории перевода (Л. Н. Соболев, С. Г. Бархударов, Я. И. Рецкер, В. Я. Задорнова, С. Влахов, С. Флорин, В. Н. Комиссаров, В. С. Виноградов, Ю. А. Зеленкова, Е. В. Сорокина), теории и практики английского языка делового общения (Т. Б. Назарова, Ю. В. Данюшина, В. А. Богородицкая, Б. В. Буданова, Х. А. Дарбишева, Т. В. Толстова, Л. А. Юршева, И. А. Преснухина, М. А. Шанаева), медиа-дискурса (В. В. Варченко, Е. О. Менджеричская, А. А. Изотова, Ю. И. Клименова, Э. М. Аникина), лексикологии и лексикографии (О. С. Ахманова, А. И. Смирницкий, В. В. Виноградов, Н. Б. Гвишиани, О. М. Карпова, Л. В. Щерба, Р. Р. К. Хартманн, Ю. Д. Апресян, С. В. Гринев-Гриневиц, В. Д. Девкин,

Х. Кесарес, Л. В. Минаева, Л. П. Ступин, И. В. Федорова, Г. Бергенхольц, Х. Бежуа, Р. Р. К. Хартман, Т. МакАртур, Э. Партридж), экспрессивного синтаксиса (О. В. Александрова, Х. А. Дарбишева, Р. Р. Чайковский), лингвистической и филологической семиотики (О. С. Ахманова, Т. Б. Назарова, Р. Ф. Идзелис, Б. В. Буданова, И. В. Юнусова), когнитивной лингвистики (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Е. С. Кубрякова).

**Апробация работы.** Основные положения диссертации получили апробацию на международной научно-практической конференции: «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения» (Российский университет дружбы народов, апрель 2012 г.), а также на международной конференции Лингвистической ассоциации преподавателей английского языка при Московском университете (LATEUM) “ELT and Linguistics — 2013: New Strategies for Better Solutions” (3-4 октября 2013 г.). По теме диссертации опубликовано 4 статьи, из них 3 в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Аутентичный англоязычный бизнес-дискурс создается пишущими в деловых целях с учетом основных составляющих социально-исторического и филологического вертикального контекста.
2. Социально-исторический вертикальный контекст в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе представлен реалиями мира бизнеса, культурными реалиями, именами собственными, названиями компаний, ссылками на известные события.
3. Наиболее распространенным способом внесения «чужого» слова в тексты деловой направленности является полное непрерывное цитирование. В аутентичном бизнес-дискурсе выявлены цитаты разной протяженности — от нескольких слов до нескольких предложений. Собственно филологический вертикальный контекст, связанный с классической литературой, поэзией и

Библией, минимизирован в рассматриваемом типе дискурса и представлен главным образом аллюзиями, а также полным непрерывным и фрагментарным цитированием.

4. Целью обращения пишущих к цитации в бизнес-дискурсе является, в основном, обеспечение наиболее объективной, многогранной и профессиональной передачи информации.

5. Такие составляющие вертикального контекста, как деформированные идиомы, пословицы и поговорки, иноязычные вкрапления, носят в аутентичном бизнес-дискурсе менее частотный характер.

6. Выявлены следующие источники цитат и аллюзивных фигур речи: статьи и книги авторитетных специалистов в мире бизнеса, произведения и герои произведений западноевропейской литературы, Библия, мифология и фольклор, речи известных политических деятелей, высказывания философов, психологов, композиторов, художников, а также произведения современной музыкальной и киноиндустрии, качественная пресса.

7. В подавляющем большинстве случаев предпочтение отдается эксплицитному представлению материала: пишущие, как правило, называют источники цитат и аллюзий. Зачастую имеют место неточности в формулировке названий книг; наблюдаются погрешности в подборе знаков препинания для обозначения границ «чужого» слова в тексте. В некоторых случаях установление инварианта оказывается принципиально невозможным.

8. В аутентичном англоязычном письменном бизнес-дискурсе информативной направленности вертикальный контекст сосуществует с такими средствами экспрессивности, как аллитерация, синонимическая конденсация, повторы, параллельные конструкции, паронимическая аттракция, антитеза, парцелляция.

В **Главе 1** «Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных ученых» подробно рассматривается вся система ключевых понятий и категорий вертикального контекста; в этом же разделе диссертации важнейшие итоги исследовательской деятельности отечественных филологов-

англистов сопоставляются с выводами и обобщениями ряда зарубежных ученых.

В **Главе 2** «Онтология филологического фонового знания: словари цитат и аллюзий» путем сравнения имеющихся лексикографических изданий определяется оптимальный источник филологического фонового знания. Авторитетные словари цитат и аллюзий сопоставляются с точки зрения их типологических особенностей, принципов формирования словника и структуры словарной статьи.

В **Главе 3** «Вертикальный контекст в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе: основные разновидности и смежные явления» последовательно применяется методика сплошной выборки, что позволяет не только обособить многообразие проявлений социально-исторического и филологического вертикального контекста, но и продемонстрировать целый ряд смежных явлений (разнообразные проявления экспрессивного синтаксиса и намеренное совмещение в тексте черт устной и письменной форм языка). В этой главе диссертации проанализированы следующие источники: 144 статьи из раздела Best Practice аутентичного одноязычного издания *Business: The Ultimate Resource* (3<sup>rd</sup> edition, Bloomsbury Publishing Plc, 2011), книга *Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration* Уоррена Бенниса и Патрисии Бидерман (Basic Books, 1997) и книга *The World's Business Cultures and How to Unlock Them* Барри Томалина и Майка Никса (Thorogood Publishing, 2007).

В **Заключении** кратко формулируются основные выводы выполненного исследования, а также подчеркивается целесообразность дальнейшего изучения аутентичного бизнес-дискурса с особым вниманием к региональному варьированию современного английского языка.

## Глава 1

### Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных ученых

#### §1. Вводные замечания.

Термин **контекст** является многозначным, что неизменно находит отражение в соответствующих словарных статьях терминологических словарей. В одном из них — «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахмановой — заголовочный термин определяется как «1. Лингвистическое окружение данной языковой единицы; условия, особенности употребления данного элемента в речи. Контекст речевой (контекст речи). 2. Законченный в смысловом отношении отрезок письменной речи, позволяющий установить значение входящего в него слова или фразы». В зависимости от ситуации употребления различают контекст бытовой, метафорический, топонимический, контекст ситуации и др. [173: 206-207].

В целом, любое высказывание, будучи «обусловлено ситуативно или той или иной филологической традицией, всегда реализуется в «контексте»» [31: 6]. В случае, когда контекст понятен читателю и поддается однозначному трактованию, говорят о **горизонтальном** контексте, например: “With a total area of five square miles, Monte Isola ranks as the largest lake island in Italy”. Когда понимание представляется проблематичным без наличия определенного фонового знания, читатель сталкивается с **вертикальным** контекстом [31: 6-38], как, например, в следующем фрагменте из книги Ричарда Сеннета “The Corrosion of Character”:

Rico began as technology adviser to a venture capital firm on the West Coast, in the early, heady days of the developing computer industry in Silicon Valley; he then moved to Chicago, where he also did well. But the next move was for the sake of his wife’s career. If Rico were an ambition-driven character out of the pages of Balzac, he would never

have done it, for he gained no larger salary, and he left hotbeds of high-tech activity for a more retired, if leafy, office park in Missouri. Enrico felt somewhat ashamed when Flavia went to work; Rico sees Jeannette, his wife, as an equal working partner and has adapted to her.

Richard Sennett. *The Corrosion of Character*, p. 18-19.

В данном фрагменте текста продемонстрировано различие взглядов на жизнь и карьеру у представителей двух поколений — отца и сына. Для более точной характеристики сына автор прибегает к аллюзии на героев произведений Бальзака, которые в такой ситуации бы повели себя по-другому. В подобных случаях, когда понимание текста предполагает способность читателя увидеть в тексте дополнительные смысловые компоненты, соотношение содержания и выражения «носит не семантический, а семиотический характер», оно «обусловлено конкретным художественным намерением и возникает «по установлению» автора художественного произведения» [89: 160-161].

Изучение вертикального контекста на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова началось в конце 70-х гг. прошлого века, когда исходный термин был снабжен и четким определением [11: 47-54]. Прототипами горизонтального контекста и вертикального контекста являются **infracontext** и **surface context**, предложенные Клаусом Шааром [166; 167].

Вертикальный контекст представляет собой «информацию историко-филологического характера, объективно заложенную в конкретном литературном произведении» [11: 47-54]. Восприятие и интерпретация этой информации всегда предполагает наличие у читателя определенного фонового знания. Чем больше фоновые сведения автора и читателя пересекаются, тем более полной и адекватной представляется интерпретация читателем того или иного произведения. Принципиальное различие терминов **вертикальный контекст** и **фоновое знание** заключается в том, что первый термин относится к

ведению филологии, в то время как фоновое знание, «совокупность сведений культурно- и материально-исторического, географического и прагматического характера» — часть науки, именуемой страноведением. Объединяет эти два понятия термин **глобальный вертикальный контекст**, представляющий собой всю совокупность моральных, этических и эстетических ценностей, характеризующих период создания того или иного произведения [59; 30: 97-102].

В зависимости от способов введения вертикального контекста различают **филологический** (цитаты, аллюзии, деформированные идиомы) и **социально-исторический** (разного рода реалии, имена собственные, топонимы). Эта классификация, тем не менее, остается довольно относительной, так как часто обе разновидности вертикального контекста могут пересекаться, дополняя друг друга в реальности речеупотребления в устной и письменной формах. Помимо филологического и социально-исторического вертикального контекста, И. В. Гюббенет выделяет также **социально-психологический** вертикальный контекст, параметрами которого являются происхождение, возраст, образование, профессиональный и социальный статус героя литературного произведения [31: 39-81]. Этот аспект рассматриваемой проблематики связан с такими областями научно-теоретического описания развернутого произведения речи, как лингвистическая и филологическая семиотика [97, 101, 91, 95, 135].

Л. В. Полубиченко в своих работах расширяет эту классификацию и выделяет **синтагматический** и **ассоциативный** филологический вертикальный контекст. Синтагматический вертикальный контекст предполагает «рассмотрение и установление тождества/различия целых оригинальных произведений словесно-художественного творчества» [106: 89], в то время как ассоциативный филологический вертикальный контекст связан непосредственно с функционированием цитат и аллюзий в художественном произведении [106: 89].

Изучая социально-исторический вертикальный контекст, Л. В. Болдырева проводит разграничение между собственно **социально-историческим вертикальным контекстом** (который определяется как «часть историко-филологической информации, объективно заложенной в литературном произведении и раскрывающей перед читателем картину внешнего мира, определенного среза действительности во всем многообразии ее проявлений» [15: 9] и охватывает, помимо реалий, и цитаты, и литературные аллюзии, и язык автора) и **социально-историческим фоном эпохи** (определяемым исследователями как «совокупность черт, характеризующих важнейшие аспекты жизни людей как представителей определенной социальной группы на протяжении определенного исторического периода») [15: 12].

Для исследования, проводимого в настоящей диссертации, весьма важным представляется более подробное рассмотрение разновидностей и структуры вертикального контекста, что в свою очередь будет дополнено сопоставлением опыта отечественных ученых с обобщениями ряда зарубежных лингвистов.

## §2. Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных ученых.

Филологический вертикальный контекст, то есть «те части произведения словесно-художественного творчества, которые содержат ссылки (или «аллюзии») на другие произведения художественной литературы, принадлежащие перу большей части классиков данной литературной традиции» [115: 7], и социально-исторический вертикальный контекст, определяемый как «часть историко-филологической информации, объективно заложенной в литературном произведении и раскрывающий перед читателем картину внешнего мира, определенного среза действительности во всем многообразии ее проявлений» [15: 12] исследуются на кафедре английского языкознания МГУ имени М. В. Ломоносова в течение продолжительного периода времени. К настоящему моменту представлены классификации

основных составляющих вертикального контекста в зависимости от способа введения его в художественное произведение, отмечены основные источники цитирования, предложены методы обнаружения вертикального контекста в литературном произведении [11, 15, 30, 31, 83, 106, 107, 108, 109, 110, 117, 126, 154, 164].

И. В. Гюббенет выделяет девять способов введения вертикального контекста: автор сам дает детальную информацию об источнике; герои художественного произведения сообщают эту информацию читателю; намеренно дается ссылка на неверный источник для достижения комического эффекта; известные цитаты представлены как анонимные, либо как пословицы или поговорки; вертикальный контекст введен без графических обозначений, что приводит к слиянию слов автора и цитатной речи; дается авторский комментарий; цитата деформируется, что приводит к смешению регистров и стилей; сравнения (какой-то элемент из заимствующего текста сравнивается с определенным элементом из текста-источника, что приводит к более полному пониманию текста читателем в случае наличия у него достаточного фонового знания) [30: 47]. В зависимости от способов, перечисленных выше, филологический вертикальный контекст может быть представлен деформированными идиомами, цитатами и аллюзиями. Среди основных источников цитирования И. В. Гюббенет отмечает произведения Уильяма Шекспира, Библию Короля Иакова, англоязычную классическую прозу и поэзию, мировую литературу в оригинале и переводах, античную литературу и мифологию, историческую литературу, высказывания исторических лиц и об исторических лицах, детские стихи, пословицы и поговорки [30: 27].

В отношении социально-исторического вертикального контекста подобные обобщения и классификации не всегда возможны, так как «многообразие форм признаков социально-исторического вертикального контекста не поддается систематическому описанию, как не поддается такому описанию и сама картина мира» [15: 29]. Формально к социально-

историческому контексту принято относить реалии, цитаты и литературные аллюзии (в тех случаях, если они характеризуют героя и его социальный фон), а также язык автора, средствами которого дается характеристика персонажа, что сигнализирует о достаточно «прозрачной» границе между двумя разновидностями вертикального контекста. Л. Б. Болдырева называет разделение филологического и социально-исторического вертикального контекста «искусственным» и «возможным лишь в целях более подробного рассмотрения» [15: 43] каждой разновидности.

Большой вклад в разработку методологии исследований в области филологического вертикального контекста внесен в кандидатской диссертации М. Ю. Прохоровой. В ее работах это явление представлено в **прагмалингвистическом** освещении. Применяя сопоставительный метод в области прагмастилистики, М. Ю. Прохорова рассматривает аллюзивные фигуры речи в их функционально-речевом аспекте. «Горизонтальное» сопоставление достаточно протяженных отрезков текста «источника» и «заимствующего текста» способствует наиболее полному раскрытию метасемиотического содержания той или иной аллюзивной фигуры речи. В качестве алгоритма предлагается следующее: нахождение аллюзивной фигуры речи в обоих текстах; поочередное объяснение употребления этой фигуры в каждом из текстов на семантическом уровне; объяснение вертикального контекста в заимствующем тексте с точки зрения лингвопоэтики [115: 9]. Обобщим результаты осуществленного М. Ю. Прохоровой прагмалингвистического исследования:

1. для обнаружения деформированной, скрытой цитаты предполагается научиться находить в тексте те места, которые будут явно «выпадать» из авторского стиля изложения, по самым разнообразным своим свойствам вызывать какие-то ассоциации с фоновыми знаниями в области английской художественной литературы;

2. хотя значение словарей цитат нельзя переоценить, они должны восприниматься с долей сомнения, так как само понятие «аллюзивный инвариант» исторически условно;

3. чаще всего полные цитаты представляют собой одну-две строки (если это поэтическое произведение) или одно законченное предложение (в случае прозаического источника);

4. в целом ряде случаев именно знаки препинания выступают в качестве основной опоры при прагмалингвистическом выявлении аллюзивных фигур речи в тексте литературно-художественного произведения;

5. особенностями построения речи, которые помогают читателю или слушателю распознать наличие вертикального контекста, чаще всего являются аллитерация, использование устаревших слов, выражений, резкая смена ритма внутри одного короткого отрезка текста [115].

Л. В. Селеменова также предлагает прагмастилистическое исследование и с опорой на метод прагмалингвистического сопоставления М. Ю. Прохоровой привлекает внимание к анализу автобиографических текстов двуязычного автора В. В. Набокова (“Conclusive Evidence. A Memoir” (1951), «Другие берега» (1954), “Speak, Memory. An Autobiography Revisited” (1966)). Л. В. Селеменова подчеркивает, что в отличие от прагмалингвистических исследований в области фонетики, грамматики или лексикологии, в которых создание совершенно нового текста путем моделирования представляется возможным, «вопрос о прагмастилистическом изучении художественного текста можно ставить только в плане поиска путей к целенаправленному подбору материала и его сопоставительному изучению на основе соположения «живых» (авторских, вошедших в филологическую сокровищницу данного языка) художественных текстов» [117: 8].

Другим этапом в изучении филологического вертикального контекста стало исследование в области **филологической топологии**, оперирующей понятиями **инварианта** и **варианта** [106, 107, 108, 109, 4]. Филологическая

топология занимается «соотношением генетически родственных, филологически сопоставимых текстов (вариантов) и выделением в них главного, относительно постоянного, семиологически релевантного и социально значимого (инварианта)» [4: 1]. В. П. Андросенко использует метод филологической топологии применительно к функционированию цитат в художественных и научных текстах с точки зрения реализации этими цитатами функций сообщения и воздействия [4: 2]. В ходе исследования становится очевидным, что для топологии важнее не «адрес» цитаты, а установление того, «что является инвариантом в сознании данного коллектива, что именно из всей богатой культурной традиции воспроизводится в разных видах и у разных авторов» [4: 8].

Л. В. Полубиченко, развивая идею о том, что с течением времени фокус смещается с адреса цитаты на ее внутренние характеристики, говорит о постепенном переходе цитат с этического уровня (уровень речи) на эмический уровень (уровень языковой системы). Основными «вехами» для художественных цитат являются *цитата — крылатые слова — идиомы*, в то время как для научных цитат движение осуществляется в направлении от *цитаты к терминологическому выражению и к термину* [110: 214]. Учитывая «неисчерпаемый» характер понятия вертикальный контекст, Л. В. Полубиченко предлагает разграничивать, с одной стороны, исследование той области вертикального контекста, «которая связана с «вертикальным» рассмотрением и установлением тождества-различия целых оригинальных произведений словесно-художественного творчества», т.е. **синтагматический вертикальный контекст** (или, в соответствии с классификацией И. В. Гюббенет, филологический вертикальный контекст), а с другой — изучение аллюзий, «отдельных упоминаний в тексте о тех или иных фактах культурно-исторического социального, географического, политического, научного и прочего характера, которые предполагаются известными читателю заранее» — **ассоциативный вертикальный контекст** (социально-исторический

вертикальный контекст). Понятие инварианта Л. В. Полубиченко считает абстракцией: «инвариант вторичен по отношению к вариантам и существует только в них и через них» [110: 214].

В начале 90-х годов прошлого столетия основой многих исследований отечественных филологов-англистов становится язык делового общения. Наряду с исследованием собственно языковых составляющих ставится задача описания средств экспрессивности в англоязычном деловом дискурсе в целом и описания онтологии и функционирования филологического вертикального контекста в частности [161, 95, 96, 102, 35, 36, 37, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 172]. Изучение аутентичных англоязычных статей из авторитетных периодических изданий позволило сделать следующие наблюдения: в печатных средствах массовой информации филологический вертикальный контекст представлен в заголовках, подзаголовках, комментариях к иллюстрациям и таблицам, а также в самих текстах статьи; основными источниками аллюзивных фигур речи в деловой журналистике являются прежде всего произведения Уильяма Шекспира, Библия, англоязычная классическая проза и поэзия, пословицы и поговорки; реже цитируются современная литература, поэтический дискурс и тексты популярных песен [47].

Немало работ отечественных филологов посвящены непосредственно изучению вертикального контекста и его основных категорий в развернутых произведениях речи, относящихся к таким функциональным стилям, как художественный, научный и публицистический [3, 4, 11, 30, 31, 54, 58, 59, 79, 80, 81, 82, 106, 107, 108, 109, 110, 114, 115, 117, 126, 128]. В ряде публикаций как отечественных, так и зарубежных ученых, направленных на изучение разных аспектов филологической герменевтики используются различные аналоги понятия «вертикальный контекст» [18, 39, 143, 153, 138, 130, 146, 147, 118]. Некоторые ученые отдают предпочтение **теории интертекстуальности**, и тогда ключевым для них становится понятие «интертекстуальность» [5, 6, 29, 69, 88, 164, 165, 168], связь того или иного текста с другими текстами [139, 66,

13], текст как «впитывание и трансформация какого-либо другого текста» [66: 167]. Эти работы объединяет то, что основные составляющие филологического вертикального контекста рассматриваются учеными как интертекстуальные вкрапления, как разновидности «чужого слова» (термин М. М. Бахтина).

Немало работ отечественных и зарубежных специалистов посвящено обыгрыванию и деформации идиом, цитат, классификации аллюзий и аллюзивных фигур речи [3, 164, 165, 17, 32, 54, 151, 70, 71, 72, 73, 154, 111, 131, 132, 128, 144]. Выводы и наблюдения во многом пересекаются с выводами и наблюдениями, сделанными отечественными учеными в связи с изучением разных категорий вертикального контекста. Сам родовый термин «вертикальный контекст», как и видовые «социально-исторический вертикальный контекст» и «филологический вертикальный контекст» не используются за пределами отечественной филологии, являясь неотъемлемой частью терминосистемы российских ученых-языковедов.

Рассмотрим более подробно основные составляющие вертикального контекста (деформированные идиомы, цитаты, аллюзии, реалии) и их место в классификациях отечественных и зарубежных ученых.

### §3. Деформированные идиомы.

Термин **идиома** характеризуется неоднозначностью трактования. Еще в работах В. В. Виноградова подчеркивается сложность классификации внутри системы эквивалентов отдельного слова. По возрастанию степени семантической спаянности компонентов выделяются фразеологические сочетания, фразеологические единства и фразеологические сращения [20: 140-161].

В «Словаре лингвистических терминов» предложены следующие определения термина **идиома**: 1. словосочетание, обнаруживающее в своем синтаксическом и семантическом строении специфические и неповторимые

свойства данного языка; 2. то же, что фразеологическая единица, т.е. словосочетание, в котором семантическая монолитность (цельность номинации) довлеет над структурной раздельностью составляющих его элементов (выделение признаков предмета подчинено его целостному обозначению), вследствие чего оно функционирует в составе предложения как эквивалент отдельного слова [173: 165].

Термин **собственно идиома** используется для обозначения фразеологической единицы, обладающей ярко выраженными стилистическими особенностями, благодаря которым ее употребление вносит в речь элемент игры, шутки, нарочитости [173: 165-166; 8; 9; 10; 120: 225-227].

Под **деформацией** (или **разложением**) **идиомы** понимается фигура речи, состоящая в разрушении семантической монолитности фразеологического сращения, в оживлении составляющих идиому слов и использовании их как самостоятельных семантических единиц. Отмечено, что наиболее последовательно в речи деформации подвергаются собственно идиомы [131: 165-166; 124].

Функционирование идиом и раздельнооформленных эквивалентов слова в устной и письменной речи были детально описаны в научном направлении Л. А. Чиненовой, которая отмечает, что все без исключения собственно идиомы обладают способностью к деформации. Тем не менее, в зависимости от определенных языковых и экстралингвистических факторов, «одни из них деформируются чаще, другие реже, третьи, как правило, воспроизводятся в словарном виде». Наиболее часто деформации подвергаются протяженные глагольные и именные образования, имеющие два или более семантически ведущих компонента, а также собственно идиомы, являющиеся по своей структуре предложением [131: 15-21].

Л. А. Чиненова подчеркивает, что одни идиомы сохранили связь с инвариантом, в то время как другие ее полностью утратили, пройдя следующие этапы своего структурно-семантического развития: «сочетание слов сначала

утверждается в речи; затем его суммарное значение подвергается метафорическому расширению (или же полной семантической перестройке). В конце оно как бы «окаменевают» и становится частью лексикона» [131: 7].

Эти «окаменевшие» сочетания, становятся так называемыми «мертвыми» или «окаменевшими» метафорами. Стремление «оживить» их, придать им в речи более индивидуальный характер является «одной из экстралингвистических причин столь широкого распространения деформации собственно идиом» [131: 6-7].

Л. А. Чиненова выделяет два основных вида деформации собственно идиом. Первый известен как **метаметафора**: «исходная собственно идиома перестраивается и из нее извлекается потенциальное слово, которое употребляется в новом значении, определяемом глобальной, идиоматической семантикой соответствующей единицы». Второй вид деформации предполагает «оживление» исходного значения составляющих собственно идиомы.

Классификация способов деформации идиом представлена в работах А. А. Изотовой как продолжение направления, развиваемого фразеологической школой А. В. Кунина [70, 71, 72, 73]. На основе материала современных печатных средств массовой информации были выделены следующие основные способы деформации: добавление/вклинивание, подстановка/замена и усечение. **Добавлением** или **вклиниванием** называют «включение в состав фразеологической единицы дополнительных лексических составляющих» (have cold feet | have very cold feet; wet blanket | a very wet blanket). **Усечение** представляет собой «изъятие из состава фразеологической единицы одного из ее компонентов» (to make someone's blood run cold | to make someone's blood run). При **подстановке** один из компонентов фразеологической единицы заменяется произвольно выбранным словом (to spill the beans | to spill the peas).

Необходимо отметить, что число приемов преобразований фразеологических единиц, выделяемых в рамках этого направления, значительно превышает количество основных трансформаций, перечисленных

выше. К таким приемам можно отнести, например, **фразеологическую зевгму**, вследствие которой «компонент фразеологической единицы вычленяется из ее состава и используется как общий в слитном употреблении соответствующей фразеологической единицы и свободного «переменного сочетания»». Прием **контаминации** основан на «слитном употреблении двух различных фразеологических единиц с обязательным опущением одного или нескольких компонентов». Термин **двойная актуализация** используется для обозначения такого употребления фразеологической единицы, когда она преднамеренно помещается в контекст, допускающий ее двоякую интерпретацию – как собственно фразеологическую единицу и как свободное сочетание слов. К более сложным в структурном плане приемам можно отнести следующие: **цепочки двойной актуализации, конвергенция, цепочки конвергенции**. Эти приемы «предполагают как значительные изменения в составе самой фразеологической единицы, так и особое построение того текста, который включает соответствующую единицу» и могут различаться по степени компликативности в зависимости от сложности структурно-семантической трансформации [54: 16-36].

#### §4. Цитаты и аллюзии.

В «Словаре лингвистических терминов» **цитатная речь** определяется как «речь, характеризующаяся вкраплением в нее буквального текста, заимствованного из других произведений речи, обычно художественной литературы, речей ораторов и т.п.» [173: 387]. **Аллюзия** в художественной литературе в этом же источнике описывается как «намек» на реальный политический, исторический или литературный факт, который предполагается общеизвестным [173: 66].

Многообразие определений понятий **цитата** и **аллюзия** и наличие большого числа терминологических обозначений (цитата, цитация, цитирование, цитатная речь, аллюзия, словесная аллюзия, реальная аллюзия, аллюзивная фигура речи, реминисценция и др.) свидетельствуют, с одной

стороны, о неоднозначности и сложности самих понятий и, с другой стороны, о заинтересованности научного сообщества в изучении этой сложной области.

Некоторые ученые рассматривают аллюзию как родовой термин для цитаты и аллюзии [163, 164, 151, 128], другие специалисты считают цитату родовым термином для разного рода интертекстуальных включений [17, 168], третьи включают оба термина в состав предлагаемых ими классификаций [5, 6, 69, 88, 114, 115, 117, 119]. Надо отметить, что подобное деление условно, и при обращении к аутентичному материалу нередко оказывается проблематичным или невозможным провести четкое разграничение между цитатой и аллюзией. Общим в классификациях упомянутых авторов является то, что во всех случаях мы имеем дело со способами взаимодействия текстов между собой, с видами интертекстуальных вкраплений.

И. В. Гюббенет обращается к классификации Н. Ф. Катинене и выделяет три основных типа цитат: полные, деформированные и усеченные [30: 35; 59]. В работах К. Н. Даировой цитата в научном дискурсе понимается как «один из видов контекстно-вариативного членения, представляющий собой фрагмент, перенесенный из какого-либо текста в целом без изменения, характеризующийся смысловой завершенностью, графической выделительностью, ссылкой на источник» [32: 1-2]. В зависимости от степени сохранения полноты информации в цитате К. Н. Даирова различает **полные цитаты** (структурно-семантическая целостность исходного высказывания максимально сохранена) и **фрагментарные цитаты** (определенные языковые средства внутри цитаты опускаются). Наиболее часто опускаются парентетические вставки, союзы, слова, относящиеся к категории деиксиса, то есть «все виды семантических, структурных, лексических средств, связывающих цитату с текстовым окружением в оригинале и препятствующих ее вплетению в новый текст» [32: 7]. В зависимости от содержания цитаты, выделяются цитаты-дефиниции, цитаты-утверждения, цитаты-определения. Отдельно описываются также

цитаты, выносимые за пределы текста: цитаты-эпиграфы, цитаты-сноски, цитаты-эпилоги [32: 3].

В. В. Варченко, анализируя цитаты в медиа-дискурсе, объединяет термины **цитата, цитация, цитатная речь, цитирование** общим определением, называя их «выдержкой из устного или письменного текста, требующей если не абсолютной точности, то минимальных изменений содержания, характеризующейся смысловой завершенностью, графическим обозначением (кавычки, курсив, другой типографский способ) и ссылкой на используемый источник/автора». В. В. Варченко расширяет классификацию цитат К. Н. Даировой и выделяет следующие типы цитирования: полное (непрерывное и прерывное), косвенное (аллюзийное и скрытое), фрагментарное и обобщенное. В случае **полного** цитирования, текст оригинала передается дословно, цитата обозначается графически, нередко дается ссылка на источник или автора. При **косвенном** цитировании используется косвенная речь либо дается пересказ цитаты. Аллюзийное косвенное цитирование, или цитата-аллюзия, — «некий намек на оригинальный текст, применима только в том случае, если есть уверенность, что ее узнают» противопоставляется скрытому косвенному цитированию, когда «имеет место отсутствие ссылок на автора и формальных маркеров, несовпадение синтагматики и лексической наполненности». Эта разновидность цитирования наиболее близка к тому, что традиционно понимается под термином «аллюзия» [178: 27]. Для **фрагментарного** цитирования характерно использование какого-либо фрагмента цитаты, а **обобщенное** цитирование представляет собой «обезличенную форму включения цитат в текст» [17:5].

И. В. Алещанова предлагает свою классификацию цитат в качественной журналистике. С точки зрения структуры выделяются полное, редуцированное и сегментированное цитирование, а семантические типы цитирования в работе представлены цитацией-мнением, цитацией-примером и цитацией-

заменителем. От других маркеров межтекстовых связей цитату отличает «формально-знаковый способ маркирования внетекстовых элементов» [3].

Г. Г. Слышкин противопоставляет **прямую цитацию** термину **квазицитация**. Прямая цитация — «дословное воспроизведение языковой личностью части текста или всего текста в своем дискурсе в том виде, в котором этот текст (отрывок текста) сохранился в памяти цитирующего». Квазицитацией Г. Г. Слышкин называет «воспроизведение языковой личностью части текста или всего текста в своем дискурсе в умышленно измененном виде». Оба вида цитации наряду с терминами **аллюзия** («соотнесение предмета общения с ситуацией или событием, описанным в тексте») и **продолжение** («создание самостоятельного произведения на основе другого произведения») рассматриваются лингвистом как видовые признаки общего родового термина **реминисценция** [119: 36].

Н. А. Кузьмина, говоря о цитации в художественной речи и типах интертекстуальных знаков, следует терминологии М. М. Бахтина, в качестве родового называет термин **чужая речь/чужое слово** («высказывание другого субъекта, первоначально совершенно самостоятельное и конструктивно законченное и лежащее вне данного контекста»), видовыми вариантами которого являются **цитата**, **реминисценция** и **аллюзия** [13: 207-212]. Наиболее ярким, «семантически и энергетически емким» интертекстуальным знаком Н. А. Кузьмина считает литературную цитату. Для любой цитаты, явной или скрытой, характерна узнаваемость формы: «цитата сохраняет свое качество до тех пор, пока восстановима ее материальная оболочка», в то время как тождество смысла при этом необязательно. Цитата диалогична. Различие между цитатой и реминисценцией — в «преимущественно ненамеренном характере реминисценции». Аллюзия, с точки зрения Н. А. Кузьминой — «референция непосредственно к миру с его реалиями», в то время как цитата — «референция, опосредованная другим текстом». Разграничиваются также **собственно цитата** и **поэтическая формула** (например, *чаша страданий, яд*

*ревности, огонь любви*): последняя, в отличие от цитаты, не связана или утратила связь с конкретным автором или произведением [69: 96].

Д. А. Протопопова считает реминисценцию такой разновидностью «чужого слова», для которой характерно «полное и точное воспроизведение части какого-либо текста (как минимум, словосочетания)»; аллюзия, напротив, — фрагментарное, неточное воспроизведение. От цитирования «эти две фигуры отличает лишь отсутствие ссылочной части» [114: 52].

Э. М. Аникина, изучая интертекстуальность в англоязычном дискурсе СМИ, также оперирует понятием М. М. Бахтина «чужое слово» и отмечает, что все формы интертекстуальности, которые автор употребляет, руководствуясь определенными художественными целями, должны использоваться таким образом, чтобы «чужое слово» в тексте становилось «своим словом». К интертекстуальным знакам наряду с цитатой, реминисценцией и аллюзией Э. М. Аникина относит влияние, заимствование, следование канонам, а также полемическое иронизирование, высмеивание, «эстетическую игру» с цитатами, «культурные отсылки», стилизацию, интерпретирование «чужого слова» в обратном или просто далеком от первоначального смысле. Подробно описаны следующие понятия теории интертекстуальности: архетекст, интекст, интертекст, логоэпистема, пратекст, прецедентный текст, прототекст, текст-дистиллят, текст-микст, текст-предтеча, текстовая реминисценция [5].

И. В. Арнольд отмечает, что маркеры интертекстуальности «могут быть подготовлены автором в виде прямого указания на источник в сносках или в словах кого-нибудь из персонажей или в эпитафиях, а также могут опираться и на заметную для читателя гетерогенность текста» [6: 387]. В связи с этим лингвистом были выделены следующие типы интертекстуальных включений: цитатное заглавие, эпитафия [6].

М. Ю. Прохорова ввела термин **аллюзивная фигура речи** для обозначения «часто воспроизводимых цитат, для которых с течением времени на первый план выходит уже не соотнесение с первоисточником, а их

внутренние свойства». Эти «цитаты без кавычек» «превратились в своеобразные фигуры речи аллюзивного характера и используются автором заимствующего текста как особый стилистический прием» [115: 52].

Л. В. Селеменова, развивая в своем исследовании метод М. Ю. Прохоровой, говорит о необходимости тщательного разграничения двух основных видов ссылок — аллюзивных фигур речи (цитат) и литературных аллюзий, обосновывая это различиями в их функционировании в тексте художественного произведения [117].

И. С. Христенко предпринимает попытку объяснить неоднозначный характер термина «аллюзия», обратившись к его этимологии: термин «аллюзия» восходит к латинскому «alludere» (от *ludere*) — «играть, шутить», также «намекать». Непосредственным этимологом слова послужило позднелатинское «allusio, -onis», что значит «игрушка». Существующие в настоящее время определения аллюзии в лингвистических и литературоведческих исследованиях восходят к реальной аллюзии французских риторик Просвещения: выделялись аллюзии словесные — «создаваемые намеренным обыгрыванием слова» и аллюзии реальные — «намекают на какой-либо факт об истории или мифологии, общепринятое мнение, крылатое выражение известного писателя» [128: 52].

## §5. Реалии.

Реалии, наряду с цитатами и аллюзиями, являются важным компонентом фоновых сведений, необходимых для понимания произведения речи. В «Словаре лингвистических терминов» **реалии** определяются как «разнообразные факторы, изучаемые внешней лингвистикой, такие как государственное устройство данной страны, история и культура данного народа, языковые контакты носителей данного языка и т. п. с точки зрения их отражения в данном языке» [173: 381].

Реалии изучаются отечественными и зарубежными учеными с 50-х годов прошлого столетия. Принадлежность термина к лингвострановедению, с одной стороны, и к теории перевода, с другой стороны, обуславливает неоднозначность и противоречия в определениях и классификациях реалий. Помимо многочисленных определений термина **реалия**, существуют также многочисленные варианты терминов, передающих одно и то же содержание (безэквивалентная лексика, экзотическая лексика, варваризм, локализм, этнографизм, алиенизм, фоновое слово, бытовое слово, слово с культурным компонентом и др [23: 35-47; 22]).

Слово «реалия» происходит от латинского прилагательного среднего рода множественного числа *realia*, что значит «вещественный, действительный».

Л. Н. Соболев в статье «О переводе образа образом» определил реалии как «те слова из национального быта, которых нет на других языках, потому что нет этих предметов и явлений в других странах» [121: 51].

С. Г. Бархударов, говоря о критериях эквивалентности при переводе, приходит к выводу о неизбежности некоторых потерь в плане содержания, обусловленных невозможностью нахождения абсолютного эквивалента для понятий, отсутствующих в опыте языкового коллектива. Такие понятия ученый называет реалиями, то есть «предметами и явлениями, специфичными для данного народа и страны» [12: 14]. Реалии С. Г. Бархударов рассматривает как разновидность безэквивалентной лексики, к которой также относятся имена собственные, географические наименования, названия учреждений, организаций, газет и случайные лакуны («те единицы словаря одного из языков, которым по каким-то причинам нет соответствий в лексическом составе другого языка» [12: 95]). Собственно реалиями называются «слова, обозначающие разного рода предметы материальной и духовной культуры, свойственные *только данному народу*» (например, *muffin, limericks, toffee*), а также «слова и устойчивые словосочетания, обозначающие характерные *только для данной страны* политические учреждения и общественные

явления» (например, lobbyist, grill-room, drive-in). Кроме того, не всегда есть возможность определить, имеем ли мы дело с реалией или с устойчивым словарным соответствием, образовавшимся вследствие окказионального переводческого эквивалента (например, палата общин — House of Commons, спикер — Speaker) [12: 95].

Я. И. Рецкер, рассматривая реалии как лексическую категорию, представляющую особые сложности для русскоязычного переводчика, определил реалии как слова, «обозначающие понятия и явления, чуждые нашей советской (или дореволюционной русской) действительности». В качестве примера реалии приводится слово tutor («руководитель группы студентов в английском университете») [116: 59].

Болгарские специалисты в области перевода С. Влахов и С. Флорин, опираясь на опыт своих предшественников, отмечают, что термином «реалия» обозначается «предмет, вещь, материально существующая или существовавшая, нередко связывая по смыслу с понятием «жизнь»; например, «реалии европейской (общественной) жизни»». Также ученые говорят о необходимости понимания разницы между терминами «реалия-предмет» и «реалия-слово». Последний из двух терминов предполагает саму лексическую единицу (знак), который позволяет референту получить языковое обличие [23: 8].

С целью максимально конкретизировать это неоднозначное понятие, С. Влахов и С. Флорин предлагают ряд бинарных оппозиций: реалия — термин, реалия — имя собственное, реалия — обращение, реалия — отход от литературной нормы, реалия — иноязычное вкрапление, реалия — внеязыковая действительность. Все реалии авторы делят на «свои реалии», то есть исконные слова данного языка или заимствованные, но давно освоенные лексические единицы, и «чужие реалии», которые представляют потенциальные трудности при понимании и переводе [23: 8-17].

В Главе 5 книги «Непереводимое в переводе» С. Влахов и С. Флорин предлагают детальную классификацию реалий. К первой группе («предметное деление») относятся географические, этнографические и общественно-политические реалии. По принципу «местное деление» различают реалии «в плоскости одного языка» («свои» и «чужие») и «в плоскости пары языков». Последние, в свою очередь, делятся на национальные, региональные, интернациональные, локальные реалии и микрореалии. По критерию времени реалии могут быть современными или историческими [23: 50-79].

Перевод реалий, как отмечают авторы, явление очень условное. Классифицируя реалии с точки зрения способов их перевода, Влахов и Флорин не отрицают тот факт, что подобные классификации не решают проблему невозможности перевода подобных единиц, но, тем не менее, призваны облегчить этот процесс [23: 79-104].

В. Н. Комиссаров говорит о реалиях в контексте культурологических аспектов переводоведения. Сложности перевода реалий ученый обосновывает национально-культурными особенностями построения речи, опираясь на гипотезу Сепира-Уорфа [65].

В. С. Виноградов рассматривает реалии наряду с «различными аллюзиями, намеками на другие тексты или ситуации» [22: 13]. Классифицируя «лексику, содержащую фоновую информацию», Виноградов различает следующие разновидности реалий: бытовые, этнографические, мифологические реалии, реалии мира природы, реалии государственно-административного устройства и общественной жизни, ономастические и ассоциативные реалии [22: 54-59]. Аллюзии в данной классификации представляют собой видовой термин внутри родового термина «ассоциативная реалья» [22: 59].

В кандидатской диссертации Ю. А. Зеленковой выявлены закономерности передачи реалий в пределах нескольких языков. Работая с материалом романа Б. Стокера «Дракула» и его переводами, автор приходит к выводу, что каждая реалья обладает своим «дифференцирующим ядром»,

которое играет определяющую роль в процессе перевода реалии на другие языки [46: 5].

В то время как С. Влахов и С. Флорин в своей книге «Непереводимое в переводе» приводят четкие аргументы против возможности сближения реалий с терминами, именами собственными, иноязычными вкраплениями, внеязыковой действительностью и отходом от литературной нормы, Ю. А. Зеленкова предлагает считать эти пять терминов основными функциональными разновидностями реалий и классифицирует их по разным признакам [23: 13]. Так, например, считая имена собственные реалиями, Ю. А. Зеленкова относит к ним антропонимы, топонимы, названия учреждений и организаций, названия справочников и периодических изданий [46: 21-28].

Е. В. Сорокина рассматривает функционирование реалий и особенности их перевода на материале романа Ч. Диккенса «Домби и сын» и делает вывод о том, что одним из главных факторов, обеспечивающих полное и адекватное понимание подобных лексических единиц, а соответственно и возможность эффективного перевода, является осознание различий «столкнувшихся при переводе» четырех картин мира: «языковая картина мира, свойственная автору создаваемого текста, языковая картина мира адресата оригинального текста, языковая картина мира переводчика, языковая картина мира адресата перевода» [122: 5].

Все сказанное выше позволяет сделать вывод о сложности и многогранности понятия, обозначаемого термином «реалия». В рамках настоящего диссертационного исследования интерес представляют реалии (и смежные им термины), не противоречащие определению социально-исторического вертикального контекста, то есть те, которые «раскрывают перед читателем картину внешнего мира», создают «достоверное, реалистическое изображение действительности и не являются авторским вымыслом» [15: 12].

## Выводы к Главе 1.

Завершая Главу 1, необходимо сделать следующие выводы. Вертикальный контекст подробно изучается в работах отечественных ученых уже более 30 лет. За это время были сделаны выводы о его структуре и выделены основные его составляющие: деформированные идиомы, цитаты (полные, усеченные и деформированные), аллюзии и реалии.

Были определены основные источники цитирования: произведения Уильяма Шекспира, Библия Короля Иакова, англоязычная классическая проза и поэзия, мировая литература в оригинале и переводах, античная литература и мифология, историческая литература, высказывания исторических лиц и об исторических лицах, детские стихи, пословицы и поговорки.

Разработана методология обнаружения филологического вертикального контекста и предложены методы прагмалингвистического сопоставления и филологической топологии.

В зарубежной лингвистике существуют различные аналоги понятия «вертикальный контекст». Не связывая свое исследование с изучением собственно вертикального контекста, ряд отечественных и зарубежных лингвистов рассматривают это явление в рамках теории интертекстуальности. Значительное количество работ посвящено непосредственно составляющим филологического вертикального контекста (деформированным идиомам, цитатам, аллюзиям), причем классификации этих и других интертекстуальных включений характеризуются неоднозначностью и во многом не совпадают.

Функционирование вертикального контекста рассматривалось на материале текстов разной жанровой направленности. Изначально понятие было введено в отношении произведений художественной литературы. Впоследствии опыт исследований многообразия художественных текстов начал использоваться применительно к научному и медиа-дискурсу. Принципиально новым представляется изучение филологического вертикального контекста на материале аутентичного англоязычного делового дискурса.

Для нахождения источников цитат и аллюзий, выбора основного инварианта и определения минимального объема филологического фонового знания, необходимого для понимания текстов разной направленности, представляется необходимым обратиться к обширному лексикографическому материалу и изучить существующие словари цитат и аллюзий. В Главе 2 настоящей диссертации авторитетные словари цитат и аллюзий будут сопоставлены с точки зрения их типологических особенностей, принципов формирования словника и структуры словарной статьи.

## Глава 2

### Онтология филологического фонового знания: словари цитат и аллюзий.

#### §1. Вводные замечания.

Подробное обсуждение вертикального контекста в работах отечественных и зарубежных ученых в §§1-5 Главы 1 позволило сделать выводы о структуре вертикального контекста, о специфике филологического вертикального контекста, его бытовании и функционировании в художественной литературе, научном дискурсе, печатных СМИ, рассмотреть основные источники аллюзивных фигур речи и обобщить предложенные способы их обнаружения. Сопоставление работ отечественных ученых-филологов с работами зарубежных специалистов позволило определить эквиваленты понятия «вертикальный контекст» и его составляющих в зарубежной лингвистике.

Отметим вслед за сказанным выше, что каждый раз, имея дело с той или иной аллюзивной фигурой речи, лингвисты и, шире, филологи сталкиваются с целым рядом вопросов, например: Как определить источник цитаты или аллюзии? Какой из возможных инвариантов считать основным? Как определить объем филологического фонового знания, необходимого для понимания текстов? При этом нужно учитывать, что фоновое знание зависит от многих факторов, в том числе личностных, социолингвистических, социологических, психологических, культурологических: фоновые знания англоязычных и русскоязычных читателей заметно отличаются, что, соответственно, может привести к трудностям и непониманию в процессе чтения и интерпретации англоязычного текста. Более того, всегда остается определенная доля пессимизма в попытках читателя интерпретировать текст — инварианты известны только самому автору, а, если следовать теории интертекстуальности, то инвариант в принципе не может быть единственным — он представляет собой совокупность всех фоновых сведений, характеризующихся таким

свойством, как динамика [66; 69; 128; 139: 78; 142]. Н. А. Кузьмина, опираясь на философскую основу теории интертекстуальности в рамках школы Р. Барта и Ю. Кристевой, отмечает, что эти фоновые сведения присутствуют в текстах в виде цитат — «интертекстуальных знаков с высоким энергетическим потенциалом, позволяющим ему продвигаться во времени и пространстве интертекста, накапливая культурные смыслы и увеличивая имплицитную энергию» [66: 99].

В суждениях о вертикальном контексте и прежде всего о филологическом вертикальном контексте насущно необходимы, метафорически выражаясь, «точки отсчета», отталкиваясь от которых и опираясь на которые, воспринимающий развернутое произведение речи и/или отдельные его фрагменты может с определенной долей профессионализма судить о вертикальном контексте и интертекстуальности происходящего. Такими точками отсчета являются словари цитат и аллюзий.

Перечислим издания, исследуемые в Главе 2 настоящей диссертации: The Oxford Dictionary of Quotations, Concise Oxford Dictionary of Quotations, Dictionary of Quotations Бергена Эванса, The Macmillan Dictionary of Quotations, The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion, Brewer's Dictionary of Phrase and Fable, Учебный словарь цитат из англоязычных авторов под редакцией Л. В. Болдыревой и И. В. Гюббенет.

## §2. Словарь цитат и аллюзий как отрасль специальной лексикографии.

**Словарь** — книга, содержащая систематическое описание словарного состава данного языка. В зависимости от различных параметров различают словари академические, словари идиом, словари языка писателей, словари синонимов и многие другие [173: 421].

Традиционно структура любого словаря подразделяется на **мегаструктуру, макроструктуру и микроструктуру**. Мегаструктура

представляет собой совокупность всех разделов словаря. Как правило, каждый словарь состоит из вводной части, т.е. предисловия и раздела «Как пользоваться словарем» (front matter), собственно словаря, т.е. корпуса или словника (middle matter) и различного рода приложений (back matter) [55: 17-18]. К макроструктуре словаря относятся вопросы общей структуры словаря и характера представления в нем ряда лексических единиц (в алфавитном порядке, тематически, хронологически, в зависимости от частотности). К микроструктуре относятся проблемы формата словарных статей и характера его заполнения [148: 4-5, 28]. Некоторые исследователи различают также и медиаструктуру, характерную для построения идеологических словарей, в которых «переход от общего указателя лексики к отдельной словарной статье имеет характер нескольких последовательных переходов к подразделениям все уменьшающегося объема» [28: 37].

Теорией и практикой составления словарей занимается **лексикография** [173: 421; 26: 173-187]. Не существует единого мнения о статусе лексикографии в языкознании: некоторые ученые не рассматривают ее как самостоятельную научную дисциплину, считая ее частью лексикологии [60, 61, 163, 182], другие относят лексикографию к полноправным разделам науки о языке. Обобщение опыта первых и вторых позволяет выделить три определения данного понятия: 1) наука, точнее область языкознания, изучающая принципы составления словарей разного типа, 2) сама практика словарного дела, 3) совокупность словарей данного языка [134, 123, 87, 155, 145, 170, 40, 25, 26, 129, 140, 7, 27, 38, 142, 177].

Расцвет теории лексикографии в европейских странах приходится на последние десятилетия XX века, когда появляются лексикографические объединения, центры, семинары, общества (International Lexicography Course, Dictionary Research Centre, Dictionary Society of North America, European Association of Lexicography и другие) [56, 57]. Огромный вклад в развитие лексикографии как науки был внесен Р. Р. К. Хартманном. В своих работах

Р. Р. К. Хартманн определяет лексикографию как «профессиональную деятельность и научную область, связанную со словарями и другими справочными изданиями» и выделяет два основных раздела лексикографии: теорию (научные исследования) и практику (собственно издание словарей). Также ученым выделяется несколько подразделов лексикографии в зависимости от тематики материала, представленного в словарях: писательская лексикография (Author Lexicography), учебная лексикография (Pedagogical Lexicography), техническая лексикография (Technical Lexicography), терминологическая лексикография (Terminological Lexicography) и другие [148: 85].

Р. Р. К. Хартманн одним из первых обозначил необходимость исследования особенностей и потребностей целевой аудитории (“lexical needs of the language user”) при составлении словаря, что послужило развитию направления в лексикографии, получившего название **перспектива пользователя** (user’s perspective). Среди существенных факторов Р. Р. К. Хартманн называет тип необходимой информации (значение слов, синонимы), род деятельности (поиск значений, поиск слов, перевод), тип пользователя (ребенок, преподаватель, стажер), цели (игра, расширение словарного запаса на родном языке, изучение иностранного языка) [148: 4-5].

Вопрос о социологическом аспекте в английской лексикографии поднимается и другими учеными. А. П. Кови в качестве важных факторов при создании учебных словарей английского языка наряду с потребностями пользователя отмечает также трудности лингвистического характера, которые могут возникнуть при пользовании словарем [145]. Ю. Тоно в своей работе *Research on Dictionary Use in the Context of Foreign Language Learning. Focus on Reading Comprehension* обобщает опыт своих предшественников и современников и применяет его в отношении использования словарей при обучении чтению [170: 137].

Достижения в сфере информационных технологий предоставляют новые возможности при составлении словарей. В настоящее время интенсивно развиваются такие разделы лексикографии, как корпусная лексикография («область изучения языка на основе текстовых или акустических корпусов, при интенсивном использовании компьютера в определенных фазах хранения, извлечения или анализа данных») и киберлексикография («наука об использовании телекоммуникационных технологий и Интернета в создании электронных лексикографических источников») [57: 162].

В отечественном языкознании необходимость в лексикографических исследованиях была озвучена еще в 1936 году Л. В. Щербой: «Я считаю крайне неправильным то пренебрежительное отношение наших квалифицированных лингвистов к словарной работе... Наши лингвисты, а тем более наши «составители» словарей, просмотрели, что работа эта должна носить научный характер» [134: 4]. Интерес к анализу собственно словарей английского языка возрастает к 70-м гг. XX века. Представители советской лексикографической школы (Б. А. Ларин, А. М. Бабкин, Г. В. Степанов, Ю. Н. Караулов, И. В. Арнольд, А. В. Кунин, Г. А. Лилич) обобщают опыт отечественных и зарубежных ученых и проводят лексикографические исследования по трем направлениям: исследование основных этапов истории англоязычной лексикографии, анализ современного состояния английской и американской лексикографии в области составления толковых словарей, анализ принципов построения словарей других типов [123: 11].

Словари цитат и аллюзий прошли длительный период становления как отрасль специальной лексикографии. О. М. Карпова отмечает, что «словари цитат восходят, главным образом, к писательским словарям, которые, в свою очередь, ведут свое начало от конкордансов к Библии, основной информационной категорией которых является цитата». От лексем словарей другого типа цитату отличает то, что «будучи явлением индивидуальной речевой деятельности, цитата не может рассматриваться в словаре цитат вне

своего культурного, исторического, этнического, прагматического фона», что могло послужить причиной того, что теоретическая лексикография не рассматривала в качестве своего объекта данный тип словарей [55: 94].

Словари цитат варьируются в зависимости от замысла создателей словаря, от адресата, от прагматических характеристик, а также от диапазона единиц, относимых авторами к цитатам. Поэтому можно рассматривать разные жанры словарей цитат, классифицируя их по различным признакам.

Методика проведения лексикографического анализа словарей была разработана лексикографом Л. П. Ступиным [123: 11]. В западноевропейской традиции эта методика получила название *dictionary criticism*. Она включает в себя анализ типа, источников, макро- и микроструктуры словаря. В настоящей работе существенным представляется подробный сопоставительный анализ авторитетных словарей цитат и аллюзий как источников филологического фонового знания.

В соответствии с методикой Л. П. Ступина, О. М. Карпова предлагает начинать анализ словаря с определения его типа по следующим параметрам: язык, объект описания, размер словаря, лексикографическая форма словаря, форма представления материала, охват лексики, адресат словаря [55].

### §3. Типологический анализ словарей цитат и аллюзий.

Одним из основных вопросов лексикографии является классификация словарей. В настоящее время не существует единой общепринятой типологии. Рассмотрим некоторые из классификаций словарей, предложенных отечественными лингвистами.

Типология словарей Л. В. Щербы представлена в виде бинарных оппозиций («противоположений»): словарь академического типа — словарь-справочник, энциклопедический словарь — общий словарь, тезаурус — обычный (толковый или переводный) словарь, обычный (толковый или переводный) словарь — идеологический словарь, толковый словарь —

переводный словарь, неисторический словарь — исторический словарь [134: 54-92].

Л. В. Ступин в качестве основных параметров классификации словарей выделил следующие: объект описания (энциклопедические и лингвистические), объем (большие, средние и малые), язык описания входных единиц словаря, описание отдельных функциональных разновидностей языка (словарь литературного языка, словарь телевидения, словарь языка А. С. Пушкина), единицы описания в словаре (словарь фразеологизмов, словарь синонимов, словарь антонимов), порядок расположения слов в словаре (алфавитные и идеографические/идеологические) [123: 12-14].

С. В. Гринев-Гриневиц приводит ряд лексикографических параметров, характеризующих тот или иной словарь. К ним относятся параметры авторской установки составителя словаря и параметры композиции словаря. Параметры авторской установки включают в себя предметную ориентацию словаря (тематическую, ареальную, временную), сферу применения (переводные, учебные, справочные, информационные словари), назначение словаря, читательский адрес, аспектную ориентацию словаря (аспект и уровень описания лексики), его функцию (инвентаризация или нормализация специальной лексики), объем словаря и принципы отбора лексики, подлежащей описанию в словаре. Под композицией понимается «выбор состава и расположения основных и вспомогательных частей словаря, определение порядка следования единиц описания, расположение, наполнение, оформление словарных статей, позволяющие автору словаря организовать в соответствии со своим замыслом различные виды информации о специальной лексике избранной им предметной области знания» [28: 91]. Параметры композиции С. В. Гринев-Гриневиц предлагает рассматривать как совокупность параметров макроструктуры и микроструктуры.

О. М. Карпова, автор многочисленных трудов в области англоязычной лексикографии, выделяет комплекс признаков, характеризующих тип словаря

современного английского языка. К традиционному делению словарей по объекту описания на лингвистические и энциклопедические О. М. Карпова добавляет промежуточный тип словаря — толково-энциклопедический, включающий также культурные реалии. С точки зрения языка словари делятся на одноязычные, двуязычные, многоязычные и билингвализированные (bilingualized), т.е. словари, представляющие собой «перевод авторитетных английских словарных изданий на другие национальные языки» [57: 6]. По размеру, или объему, словари могут быть большими (big), средними (concised) и малыми (pocket). По способу представления материала, т.е. по лексикографической форме выделяют конкордансы (заглавные слова снабжаются цитатами и их адресами); индексы, или частотные словари (даются различные виды частот: абсолютная, абсолютно накопленная, относительная и относительно накопленная); глоссарии (содержат толкования трудных или непонятных слов); толковые словари (имеют в словарной статье такие информационные категории, как различного рода пометы, дефиниции, иллюстративные примеры и др.) и тезаурусы, или идеографические словари.

Расположение заглавных слов в словаре может быть алфавитным, частотным или понятийным. По полноте/дифференциальности словника О. М. Карпова выделяет полные словари (регистрирующие) и дифференциальные словари (выборочные). Каждый тип словаря, в свою очередь, классифицируется О. М. Карповой по признаку полноты/дифференциальности лексикографической разработки слова: конкордансы могут быть полными или дифференциальными по цитатам, глоссарии — по набору помет и типам дефиниций и т.д. По охвату лексики в словнике различают словари для общих целей (толковые академические словари) и специальных целей (терминологические словари, словари цитат и пословиц, словари сленга и др.). Последним признаком, выделяемым О. М. Карповой, является формат представления материала в словаре: «лингвистические и энциклопедические одноязычные и двуязычные словари

для общих и специальных целей подразделяются на печатные и электронные» [57: 6-9].

В словарях той или иной отрасли специальной лексикографии число типологических параметров определяется особенностями предмета лексикографирования. В случае словарей цитат и аллюзий, целесообразно сопоставить их, главным образом, с точки зрения количества охватываемых языков, способа подачи материала, объема, охвата творчества, лексикографической формы, хронологического принципа, источников, формы представления и адресата.

Одним из самых известных и наиболее часто используемых словарей цитат является The Oxford Dictionary of Quotations (4<sup>th</sup> edition, 1992) [192]. Словник этого одноязычного словаря организован по тематически-алфавитному принципу (цитаты сгруппированы по именам авторов, которые, в свою очередь, расположены в алфавитном порядке) и состоит из более 17500 словарных статей, представляющих собой цитаты из 2500 авторов. Цитаты, представленные в словаре, не ограничиваются отдельными произведениями авторов. По лексикографической форме словарь относится к конкордансам: заголовочное слово (автор цитаты) снабжено списком цитат, относящимся к нему, и комментарием. Временной охват словаря не ограничен: в словаре можно встретить цитаты как из авторов IX века до нашей эры, так и современных авторов. Как отмечается в предисловии (Preface) к словарю, источники цитат отличаются разнообразием: словник включает цитаты из поэзии и прозы, из эссе, речей известных людей, фильмов, телевизионных и радиопрограмм, песен, реклам, заголовков книг и статей, а также анонимные цитаты.

Concise Oxford Dictionary of Quotations (5<sup>th</sup> edition, 2006) [190] представляет собой сокращенную версию 6-го издания словаря The Oxford Dictionary of Quotations, опубликованного в 2004 году. Словник охватывает 9000 цитат из 2400 авторов.

Другой пример одноязычного словаря цитат — Dictionary of Quotations Бергена Эванса (1968) [183], словник которого представляет собой 13000 цитат, сгруппированных в хронологическом порядке вокруг ключевых слов. Ключевые слова, в свою очередь, расположены в алфавитном порядке. Хронологическое представление цитат объясняется автором во вступительной статье (“On Looking It Up”): “to show the development of an idea, the perfecting of its wording and, often, the attitude of different periods towards certain thoughts and values” [183: 14]. Этот подход объясняет и отсутствие хронологических рамок включенных в словарь цитат. Среди заголовочных слов встречаются частотные лексические единицы из Библии, из произведений мировой художественной литературы, публицистики, эссеистики, речей политиков; в словаре приводятся и анонимные цитаты. Лексикографическая форма словаря — конкорданс. Целевая аудитория словаря Бергена Эванса, в отличие от двух названных выше словарей издательства Oxford University Press, намного более малочисленная и специфическая — словарь ориентирован на читателя с филологическими фоновым знанием и сферой интересов («If the user is pleased to find most expected and delighted to find some unexpected sayings, the book will have served its purpose.» [183: xvii]).

В конкордансе The Macmillan Dictionary of Quotations (2000) [191], как и в словаре Бергена Эванса, цитаты организованы вокруг ключевых слов, расположенных в алфавитном порядке. В качестве ключевых слов выступают абстрактные понятия (Hangovers, Happiness, Healthy living), имена собственные (Coleridge, Samuel Taylor; Chandler, Raymond; Cervantes (Saavedra), Miguel de) и отдельные разделы с подзаголовками (Biblical quotations). Такой разнородный материал отчасти объясняет и объем словника (более 1100 заголовочных слов), и объем цитат (более 20000 цитат, источниками которых являются классическая литература, Библия, Шекспир, мировая поэзия и проза, высказывания известных людей, их переписка), и широкую целевую аудиторию.

Принципиально отличаются от вышеупомянутых словари-гlossарии Brewer's Dictionary of Phrase and Fable (Centenary edition, 1970) [181] и The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion (1994) [193] по способу подачи материала в том отношении, что входные единицы в словнике сгруппированы по первому слову цитаты в алфавитном порядке. Brewer's Dictionary of Phrase and Fable отличается от ранее названных также по количеству охватываемых языков, являясь двуязычным (в словаре представлены лексические единицы на английском и латинском языках). Объем словника составляет более 20000 входных единиц, число которых не ограничивается цитатами и аллюзиями из литературы, включая также лексические единицы, которые, как отмечают составители словаря имеют свою историю ("have a tale to tell" [181: 3]). Довольно часто встречаются аллюзии страноведческого характера: Dizzy (a nickname of Benjamin Disraeli, Earl of Beaconsfield (1804-1881), Queen Victoria's favourite Prime Minister); Dixie (a popular name for the southern states of the USA); Dix (American slang for a ten-dollar bill). В словарь включены также слова общего языка, например, есть словарная статья, посвященная глаголу to do. Представлен также и ряд фразовых глаголов (to do away with, to do up), идиом (in the doghouse), пословиц, поговорок, цитат. Несмотря на такое структурное разнообразие, словарные статьи не содержат информации о принадлежности заголовочного слова к той или иной категории лексических единиц. Сами авторы характеризуют целевую аудиторию как "those with literary interests and catholic tastes" [181: 3]. Источниками цитат и аллюзий являются произведения мировой литературы, Библия, древнегреческая и римская мифология.

The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion — одноязычный словарь цитат и аллюзий с алфавитным расположением входных единиц словника. Сравнительно небольшой по объему (около 1300 аллюзий), словарь представлен аллюзиями и цитатами из греческой, римской и норманнской мифологии, средневековых легенд, Библии. Ряд словарных статей

включает в себя имена литературных героев, ставшие в какой-то степени нарицательными в английской языковой традиции. С хронологической точки зрения данный словарь является универсальным, охватывая только те аллюзии, которые стали частью англоязычной культуры. Составители словаря намеренно не рассматривают аллюзии вне иудейско-христианской традиции, а также лексические единицы, которые были бы понятны и интересны только узкому кругу специалистов. Своей целевой аудиторией составители словаря *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion* называют читателя (“the common and uncommon reader”), для которого словарь является удобным способом быстрого нахождения необходимой информации (“helpful to the reader who needs the information quickly and conveniently”) [193: VII].

Задача любого словаря цитат и аллюзий — способствовать филологическому чтению, которое невозможно без минимального фонового знания читателя. Учитывая тот факт, что фоновые знания носителя языка и человека, для которого английский язык не является родным, принципиально различаются, крайне важным для отечественной филологии представляется определение оптимального фонового знания русскоговорящего читателя, изучающего английский язык как иностранный. Существенным вкладом в развитие учебной лексикографии стал Учебный словарь цитат из англоязычных авторов под редакцией Л. В. Болдыревой и И. В. Гюббенет [174]. Этот словарь представляет собой словарь-конкорданс, составленный после внимательного прочтения и сопоставления двух изданий словаря *The Oxford Dictionary of Quotations* (1972 и 1979) [192], а также словаря *Familiar Quotations by John Barlett* [179]. Словник учебного словаря построен по принципам словаря *The Oxford Dictionary of Quotations* и включает наиболее распространенные цитаты из 70 авторов.

#### §4. Анализ мега- и макроструктуры авторитетных словарей цитат и аллюзий.

Основные элементы мегаструктуры словарей цитат и аллюзий универсальны и не отличаются от других типов словарей: словарь состоит из предисловия, словника и приложений. Вместо раздела «Предисловие» (Preface/Introduction) или вместе с ним в словарь может быть включен раздел «Как пользоваться словарем» (“How to use this dictionary”) или вступительная статья издателя (например, “On looking it up” в словаре Бергена Эванса и “A brief memoir by his grandson” в словаре Brewer’s Dictionary of Phrase and Fable).

Отбор цитат для составления словника во многом усложняется социальными факторами — корпус цитат достаточно подвижен в связи с постоянно меняющимся кругом чтения людей и возрастающей ролью средств массовой информации и кинематографа в жизни современного человека. Этим объясняется включение в словник справочников, рассчитанных на широкую целевую аудиторию, цитат не литературного характера. Важным фактором при отборе лексических единиц при составлении словника остается лексикографическая традиция, опора на уже существующие авторитетные словари цитат. Учитывается также частотность воспроизведения лексических единиц и особенности адресата будущего словаря [55: 101-104].

При изучении входных единиц словника анализу подвергается как количественный, так и качественный состав словника. Результаты исследования дают представление о принципах формирования корпуса и его составе [55: 19].

Элементы макрокомпозиции классифицируются по основным четырем параметрам: принцип следования словарных статей, состав вспомогательных разделов, принципы представления словосочетаний, принципы представления омонимии (полисемии). Последний параметр не может быть применен к анализу словарей цитат и аллюзий.

Ниже в таблице приведен перечень элементов макроструктуры по принципу порядка расположения словарных статей в словнике.

## Принцип следования словарных статей

Формальный				Тематически- алфавитный		Тематический	
алфавитный	потекстовый	хронологический	частотный	Потемно- сплошной	Потемно- гнездовой	Тезаурусный ассоциативный	Тезаурусный иерархический

Гринев-Гриневиц С. В. «Введение в терминографию: Как просто и легко составить словарь», С. 38-48.

Два основных способа расположения входных единиц — формальный и тематический (существует также и промежуточная группа — тематически-алфавитное расположение). Наиболее частотный из формальных принципов — алфавитный порядок. Он, в свою очередь, может быть сплошным (каждая лексема имеет свою словарную статью) и гнездовым (одна словарная статья объединяет информацию о нескольких лексемах). Сплошной алфавитный порядок может быть прямым, обратным или пермутационным. Разновидностями гнездового алфавитного порядка являются лексический и словообразовательный — в зависимости от признака, на основании которого лексемы объединены в словарную статью. Потекстовое расположение лексических единиц в словаре применяется в том случае, когда словарь является приложением к тексту. Хронологическое расположение может быть оптимальным, например, в том случае, когда есть необходимость показать развитие терминологии определенной области. Частотное расположение (по убыванию или возрастанию частотности) характерно для частотных словарей специальной лексики, которые обычно имеют вспомогательный характер.

В зависимости от принципа связи между понятиями, объединенными в микросистему, тематические словари подразделяются на тезаурусные

ассоциативные и тезаурусные иерархические. Тематически-алфавитные словари характеризуются комбинированным способом подачи лексики: слова объединены в смысловые группы, которые, в свою очередь, соотнесены с определенными «словами-центрами», расположенными в алфавитном порядке [28: 42-48].

Опираясь на обозначенные выше параметры, сопоставим особенности следования входных единиц словника авторитетных словарей цитат и аллюзий. Если придерживаться терминологии лексикографа О. М. Карповой, то все словари, рассматриваемые в Главе 2 настоящего диссертационного исследования, по принципу следования входных единиц словника относятся к алфавитным. Основное различие между ними составляют те элементы макроструктуры, которые расположены в словаре в алфавитном порядке. Таким образом, порядок следования входных единиц в Учебном словаре цитат из англоязычных авторов является алфавитным по фамилии автора, в словаре Dictionary of Quotations Бергена Эванса — алфавитным по теме, в словарях The Oxford Dictionary of Quotations, Concise Oxford Dictionary of Quotations и The Macmillan Dictionary of Quotations — алфавитным по фамилии автора и по теме, а в словарях The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion и Brewer's Dictionary of Phrase and Fable — алфавитным по первому слову цитаты.

Если в качестве точки отсчета принимать классификацию основных элементов макроструктуры С. В. Гринева-Гриневича, то принцип следования словарных статей в словарях The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion и Brewer's Dictionary of Phrase and Fable можно охарактеризовать как формальный алфавитный сплошной и формальный алфавитный гнездовой соответственно. В остальных случаях мы имеем дело с тематически-алфавитным принципом построения словника.

По составу вспомогательных разделов словаря различают следующие элементы макроструктуры: предметные указатели, систематические указатели и

справочные приложения. Состав подобных разделов во многом определяется «избранным принципом расположения лексики: в тематических словарях обычно предусматривается вспомогательный алфавитный указатель, а в алфавитных и частотных словарях обычно только один указатель» [28: 45]. Таким образом, в словарях *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion* и *Brewer's Dictionary of Phrase and Fable*, характеризующихся алфавитным принципом расположения цитат, алфавитного указателя нет. Составители словаря *The Macmillan Dictionary of Quotations* для удобства пользователей включили в мегаструктуру справочника два алфавитных указателя: *Keyword index* (поиск по ключевым словам) и *Biographical index* (поиск по фамилии автора). В других словарях алфавитный указатель (*Index*) расположен сразу после словника.

Словари различаются также по принципам расположения в них полилексемных единиц: в зависимости от методической установки словаря оптимальным может быть представление единиц в гнезде опорного слова или отдельными статьями. Что касается порядка представления словосочетаний, различают прямой и инверсный порядок следования, а также наличие обеих форм. Этот параметр, выделенный С. В. Гриневым-Гриневичем, лишь частично применим к алфавитным справочникам. В словаре *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion* прослеживается тенденция к инверсному порядку следования слов в словосочетаниях (*Damocles, Sword of*; *d'Artagnan, Charles de Baatz*). В случае, когда ключевым является именно имя героя, более предпочтительным оказывается прямой порядок следования (*David Copperfield*). В таком словаре, как *Brewer's Dictionary of Phrase and Fable*, полилексемные аллюзии разбиваются на составные части, которые располагаются друг за другом (*Damocles. Sword of Damocles*).

#### §5. Анализ микроструктуры авторитетных словарей цитат и аллюзий.

Следующим этапом при анализе словаря после рассмотрения словника является рассмотрение его микроструктуры. Главным фактором при анализе

словарной статьи является лексикографическая форма справочника, т.е. тип словаря (конкорданс, индекс, частотный словарь, глоссарий). Для конкорданса лексикографическая обработка слова заключается в представлении иллюстративных примеров и их адресов; в частотном словаре этот параметр представлен различными видами частоты употребления заглавного слова; в глоссарии рассматриваются дефиниции и различные лексикографические пометы; в толковом словаре встречаются грамматические, стилистические, этимологические, орфоэпические, графические и другие пометы [55: 20-21].

С. В. Гринев-Гриневиц выделяет девять лексикографических параметров, определяющих особенности оформления словарной статьи. Рассмотрим их более подробно. Первая группа, предложенная лексикографом — **регистрационные** параметры, т.е. «сведения, относящиеся к условиям регистрации данной лексической единицы» [28: 50]. К ним относятся: регистрационный номер записи (порядковый номер словарной статьи), дата регистрации лексической единицы, сведения об источнике словарной информации, данные о создателе записи. Большинство регистрационных реквизитов существует только в картотеке словаря и используются только в случае необходимости проверки достоверности информации, представленной в словаре. К **формальным** параметрам, т.е. «сведениям об особенностях формы заглавной вокабулы» [28: 51], относится вся графическая, фонетическая, грамматическая информация, а также сведения о возможных формальных вариантах данной единицы. С **этимологической** точки зрения существенной оказывается следующая информация: сведения о дате появления лексической единицы, о языке-источнике и языках-посредниках и об аналогичных формах в родственных языках. **Атрибутивные** параметры представляют собой различные средства отнесения лексической единицы к определенному лексическому пласту. В зависимости от оснований для выделения лексического слоя выделяют несколько подгрупп атрибутивных параметров: подгруппы тематической, ареальной, идиолектной, метадиалектной, стилистической,

лексической атрибуции. К **интерпретационным** параметрам относятся следующие средства объяснения значения: научная дефиниция, словарное толкование, отсылочное определение, иллюстративное определение, контекстуальное определение, энциклопедическое определение.

**Иллюстративные** параметры могут быть вербальными или графическими. Информация о семантическом окружении данной лексической единицы, ссылки на родственные или пересекающиеся по значению лексемы, различные дублеты, синонимы и варианты относятся к **ассоциативным** параметрам. Выделяются также прагматические параметры, основанные на особенностях употребления лексической единицы. Представление об историческом развитии лексемы дают **хронологические** пометы, о распространенности и употребительности свидетельствуют **дистрибутивные** параметры, а на ареальный статус указывают **ареальные** реквизиты. Важный элемент микроструктуры словаря — **микрокомпозиционные** параметры, т.е. «различные средства организации и оформления словарной статьи, которые позволяют акцентировать внимание читателя на отдельных элементах информации путем ее выделения» [28: 56]. Они включают в себя различные лексикографические символы, размеры и начертания шрифтов и такие средства организации композиции словарной статьи, как последовательность размещения отдельных элементов информации, сдвиги строк, функциональное использование знаков препинания и т.д. [28: 50-57].

Параметры, выделенные С. В. Гриневым-Гриневичем, оптимальны для анализа терминологических и общих словарей. Выводы и наблюдения лексикографа могут служить основой и для анализа микроструктуры словарей других типов.

Микроструктура словарей цитат представляет собой, как правило, «дифференциальный комментарий широкого культурно-исторического характера» [55: 105], который может включать краткую биографическую справку об авторе, комментарии по культурным, этническим и другим

источникам цитаты, а также ситуативную характеристику цитаты. Важным параметром является также решение проблемы авторства в словарях цитат, степень детализации адресации цитаты, особенности перекрестных ссылок [55: 105-109].

Рассмотрим структуру словарной статьи привлеченных к исследованию словарей с тематически-алфавитным принципом организации словника.

В словаре *The Oxford Dictionary of Quotations* цитаты сгруппированы по авторам, которые, в свою очередь расположены в алфавитном порядке. Имя и фамилия/титул автора представлены в словаре в наиболее привычной и известной читателю форме (Princess Anne, а не HRH the Princess Royal; Lord Beaverbrook, а не William Maxwell Aitken), либо даны оба варианта, и менее известный представлен в скобках: «Lord Byron (George Gordon, Sixth Baron Byron) 1788-1824». Прослеживается также тенденция к включению краткой биографической справки об авторе:

*Lord Byron* (George Gordon, 6th Baron Byron) 1788-1824  
*English poet*

**20** Year after year they voted cent per cent  
Blood, sweat, and tear-wrung millions—why? for rent!  
‘The Age of Bronze’ (1823) st. 14

**21** Did’st ever see a gondola?...  
It glides along the water looking blackly,  
Just like a coffin clapt in a canoe.  
Beppo (1818) st. 19

*The Oxford Dictionary of Quotations*, p. 400.

Внутри каждой словарной статьи цитаты расположены в алфавитном порядке (по названию источника, из которого цитата заимствована). Параметром следования цитат внутри словарной статьи является также литературная форма источника цитаты (проза, поэзия, драма) — приоритет отдается той группе произведений, которые определяют известность автора.

Цитаты из дневников, писем, речей представлены в хронологическом порядке:

*Sir Winston Churchill* 1874-1965

**7** I cannot forecast to you the action of Russia. It is a riddle wrapped in a mystery inside an enigma.

Radio broadcast, 1 October 1939, in *Into Battle* (1941) p.131

**8** I have nothing to offer but blood, toil, tears and sweat.

Speech, *Hansard* 13 May 1940 col. 1502

*The Oxford Dictionary of Quotations*, p. 447.

Цитаты из вторичных источников расположены в конце словарной статьи в алфавитном порядке (по фамилии автора, издателя или по названию периодического издания). Предлог 'In' в ссылке на источник указывает на то, что цитата заимствована из вторичного источника: in *Into Battle*.

Источники обозначены курсивом. В случаях, когда источник представляет собой отдельную главу или часть другого произведения (например, эссе, рассказы), он указан в кавычках: 'The Age of Bronze'.

Анонимные цитаты расположены под заголовочным словом *Anonymous* и распределены по языкам: английский, французский, немецкий, древнегреческий, итальянский, латынь. Входные единицы расположены в алфавитном порядке (по первому слову цитаты):

*Anonymous*

### **English**

**16** An abomination unto the Lord, but a very present help in time of trouble.

Definition of a lie, an amalgamation of Proverbs 12.22 and Psalms 46.1, often attributed to Adlai Stevenson. See Bill Adler *The Stevenson Wit* (1966) p. 84

**17** Absence makes the heart grow fonder.

In T. H. Bayly *Isle of Beauty* (revised ed., 1850); Sextus Propertius *Elegies* bk. 2, no. 33, 1. 43 has *Semper in ansentes felicior aestus amantes*.

*The Oxford Dictionary of Quotations*, p. 94.

Все цифровые обозначения представляют собой арабский числовой формат, исключениями являются ссылки на страницы из предисловий книг,

которые часто пронумерованы строчными римскими символами. Составители словаря отмечают, что придерживаются современной английской орфографической нормы. Заглавные буквы сохранены только в случае олицетворений.

*Concise Oxford Dictionary of Quotations* в целом сохраняет основные принципы микрокомпозиции, свойственные полной версии словаря. Важным отличием является включение в микроструктуру словаря перекрестных ссылок: ссылка представляет собой фамилию автора, страницу и порядковый номер цитаты на этой странице. Полужирный шрифт указывает на наличие отдельной словарной статьи с этим заголовочным словом:

**William Cowper** 1731-1800

*English poet*

**28** I was a stricken deer, that left the herd

Long since.

*The Task* (1785) bk. 3 'The Garden' l. 108; see **Shakespeare** 293:11

*Concise Oxford Dictionary of Quotations*, p. 105.

Принципы построения словарной статьи в Учебном словаре цитат из англоязычных авторов под редакцией Л. В. Болдыревой и И. В. Гюббенет кратко изложены в разделе «Построение словаря»: «Фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, причем наиболее известные имена и фамилии зафиксированы в самом распространенном варианте употребления, а в некоторых случаях использованы псевдонимы. Под фамилией каждого автора цитаты представлены в алфавитном порядке по названиям произведений, из которых они заимствованы. Цитаты из дневников, переписки, речей и т.п. даны в хронологической последовательности. Цитаты биографического плана, а также отрывки из работ других писателей отнесены в самый конец материала по каждому автору. Названия источников цитирования приводятся однократно после первой цитаты, относящейся к данному источнику. При отсутствии каких-либо ссылок после цитаты следует обратиться к источникам, указанным

для цитат, приведенных выше. Дата в скобках относится к первому исполнению или публикации цитируемого произведения. Подзаголовки использованы для выделения названий книг Библии и произведений У. Шекспира» [174: 2].

В целом, принципы микроструктуры Учебного словаря цитат из англоязычных авторов и словаря *The Oxford Dictionary of Quotations* совпадают, что не противоречит информации в Предисловии словаря: «Процесс создания словаря представляет собой подробное совместное прочтение двух изданий *The Oxford Dictionary of Quotations* 1972/1979, а также словаря *Barlett* 1955» [174: 5].

В случае цитат из произведений большого объема дается ссылка на главу, что облегчает процесс поиска цитаты в оригинальном произведении.

#### **JANE ASTEN 1775-1817**

7 Oh, Lord! Not I; I never read much; I have something else to do. [John Thorpe.] **Northanger Abbey, ch.7**

8 It is a truth universally acknowledged, that a single man in possession of a good fortune, must be in want of a wife.

#### **Pride and Prejudice, ch.1**

Болдырева Л. В., Гюббенет И. В. «Учебный словарь цитат из англоязычных авторов», С. 53.

В отличие от словаря *Concise Oxford Dictionary of Quotations*, полужирный шрифт не указывает здесь на наличие в словаре отдельной словарной статьи. Перекрестные ссылки, как и в словаре *The Oxford Dictionary of Quotations*, не являются элементом микроструктуры данного словаря.

Составители словаря *Dictionary of Quotations* Бергена Эванса, как уже было указано ранее, обозначили следующий принцип отбора лексем в словник: “Familiar quotations are fine and satisfying. But the unfamiliar are delightful and stimulating”, что непосредственно отражается и на принципах микроструктуры словаря [183: xiii]. Цитаты сгруппированы тематически вокруг ключевых понятий. Рассмотрим отдельную словарную статью:

## DEPARTURE

**6** And whosoever shall not receive you, not hear you, when ye depart thence, shake off the dust under your feet, for a testimony against them. [Mark 6:11]

*See also Matthew 10:14*

**7** Stand not upon the order of your going,

But go at once.

[Shakespeare: *Macbeth* III.iv.]

**8** He's gone, and forgot nothing but to say farewell to his creditors. [Benjamin Franklin: *Poor Richards's Almanack* (1733)]

*Evans, B. Dictionary of Quotations, p. 574.*

Цитаты внутри словарной статьи расположены в хронологическом порядке, что позволяет проследить за употреблением лексической единицы в диахронии. После ссылки на источник при необходимости дается перекрестная ссылка на другого автора.

При необходимости в некоторых словарных статьях указываются годы жизни цитируемого автора, год издания произведения, фамилия переводчика или даются ситуационные лексикографические пометы:

## DENIAL

**2** What thing we may nat lightly have,

Thereafter wol we crie alday and crave.

[Chaucer: Prologue to *The Wife of Bath's Tale*]

**3** For if it be but half-denied,

'Tis half as good as justified.

[Samuel Butler (1612-1680): *Hudibras*]

**4** I an the spirit that denies!

[Goethe: *Faust I* (trans. Bayard Taylor)]

*Mephistopheles speaking.*

*Evans, B. Dictionary of Quotations, p. 526.*

В некоторых словарных статьях дается подробный комментарий биографического или культурологического характера:

## **DESERTION**

**17** Just for a handful of silver he left us,

Just for a riband to stick in his coat.

[Browning: *The Lost Leader* (1845)]

*Wordsworth's turning from liberalism to conservatism was the inspiration of Browning's poem. But Wordsworth's change was certainly not motivated by a desire for either wealth or glory. It was the result of a slowly-developed but sincere conviction.*

*Evans, B. Dictionary of Quotations, p. 602.*

## **CURTAIN LECTURE**

**1** A curtain lecture is worth all the sermons in the world for teaching the virtues of patience and long-suffering. [Washington Irving: *The Sketch-Book*, "Rip Van Winkle"]

*Beds were formerly surrounded by curtains – to insure privacy and to shut out light and the night air, the latter being regarded as unwholesome. A curtain lecture was a reproof given by a wife to her husband in bed.*

*Evans, B. Dictionary of Quotations, p. 416.*

Рассмотрим микроструктуру словаря *The Macmillan Dictionary of Quotations* [191]. Внутри каждой тематически организованной словарной статьи цитаты расположены в алфавитном порядке по фамилии автора цитаты. В случае, когда автор упоминается в словарной статье впервые, дается краткая биографическая справка. Цитата также сопровождается ссылкой на источник, если он известен, и, при необходимости, комментарием.

В случае двойного авторства в качестве источника указывается автор, чья фамилия первая по алфавиту, второй автор указан в скобках, что, как отмечается составителями словаря в Предисловии, не является показателем приоритетности.

## **FRIENDS**

**11** I get by with a little help from my friends.

John Lennon (1940-80) British rock musician. *With a Little Help from My Friends* (with Paul McCartney).

*The Macmillan Dictionary of Quotations*, p. 225.

Биографическая словарная статья (с фамилией автора в заголовочном слове) может состоять из трех частей — биографических сведений, цитат об авторе и цитат автора:

## **POUND, EZRA**

(1885-1972) US poet and critic. His poetry includes *Hugh Selwyn Mauberly* (1920) and *The Pisan Cantos* (1925-69). His support for Mussolini led to his confinement in a US mental hospital (1946-58).

### **Quotations about Pound**

**1** To me Pound remains the exquisite showman minus the show.

Ben Hecht *Pounding Ezra*

**2** I confess I am seldom interested in what he is saying, but only in the way he says it.

T. S. Eliot (1888-1965) US-born British poet and dramatist. *The Dial*, 'Isolated superiority'

### **Quotations by Pound**

**3** Music begins to atrophy when it departs too far from the dance;... poetry begins to atrophy when it gets too far from music.

*ABC of Reading*, 'Warning'

*The Macmillan Dictionary of Quotations*, p. 441.

Лексикографическая помета "Attrib." используется в тех случаях, когда цитата приписывается определенному автору, но источник, подтверждающий это, отсутствует:

## **POPULARITY**

**9** What a terrible revenge by the culture of the Negroes on that of the Whites.

Ignacy Paderewski (1860-1941) Polish pianist. Referring to jazz. Attrib.

*The Macmillan Dictionary of Quotations*, p. 440.

Заголовочные слова для цитат берутся из американского английского, например, регионально-маркированное fall в следующей словарной статье:

## **FALL**

*See also months, seasons*

**1** Season of mists and mellow fruitfulness,

Close bosom-friend of the maturing sun;

Conspiring with him how to load and bless

With fruit the vines that round the thatch-eaves run.

John Keats (1795-1821) British poet. *To Autumn*

*The Macmillan Dictionary of Quotations*, p. 204.

В цитатах из англоязычных произведений, как это следует из приведенного материала, сохраняется авторское употребление.

Рассмотрим микроструктуру словарей с алфавитным расположением входных единиц по первому слову цитаты: *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion* [193], *Brewer's Dictionary of Phrase and Fable* [181].

Как отмечается в Предисловии словаря *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion*, его формат рассчитан на легкость в использовании (“It is designed for easy access.”) [193: VIII]. Составители словаря приводят четыре основных принципа формирования его микроструктуры: входные единицы расположены в алфавитном порядке; источник и исходное значение каждой аллюзии сформулированы максимально просто и точно; для каждой аллюзии указывается современное значение в контексте, при возможности уточняется с помощью иллюстративного контекста; перекрестные ссылки на варианты или аллюзии, непосредственно связанные с данной лексической единицей, включаются в словарную статью по необходимости. Рассмотрим отдельные словарные статьи:

**Brave new world.** In Shakespeare's *Tempest*, **Prospero's** daughter **Miranda**, who has been brought up in isolation on an island, proclaims the words “O brave new

world/That has such people in't" (Act V, 1:182-3), on seeing the persons whom her father has assembled on the island and on whom he has practiced his magic during the play. Aldous Huxley used the phrase ironically as the title of his dystopian novel, *Brave New World* (1932). Current usage is generally ironic, referring to the sterile uniformity and bureaucratization of modern life.

*The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion*, p. 32.

**Clay in the potter's hand.** "As the clay is in the potter's hand, so are ye in mine hand" (Jeremiah 18:6). In current usage it has come to mean easily led or influenced.

*The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion*, p. 47.

**The Pyramid of Cheops.** See **Seven wonders of the ancient world.**

*The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion*, p. 47.

В зависимости от особенностей заголовочного слова словарная статья может включать минимальные сведения об объекте описания, необходимые для интерпретации произведений мировой литературы и искусства, а также может содержать ссылки на другие упомянутые в статье аллюзии. При необходимости приводится цитата-инвариант из первоначального источника, включая ссылку на источник. Словарная статья, как правило, завершается комментарием о современном употреблении аллюзии.

Учитывая, что входные единицы словаря *Brewer's Dictionary of Phrase and Fable* не ограничиваются аллюзиями и цитатами из литературы, структура словарной статьи характеризуется разнообразием. Рассмотрим две словарные статьи исторического характера, D Day и Danelaw:

**D Day.** In World War II, the day appointed for the Allied invasion of Europe and the opening of the long-awaited second front. It was eventually fixed for 5 June 1944, but owing to impossible weather conditions postponed at the last moment until 6 June.

*Brewer's Dictionary of Phrase and Fable*, p. 294.

**Danelaw**, or **Danelagh** (O.E. Dena lagu, law of the Danes). The part of north and east England, roughly bounded by a line from LONDON to Chester, to which ALFRED THE GREAT (871-899) succeeded in containing the Danes and where Danish law was thus in force. The term was not used until the reign of King Cnut (1017-1035).

**Danesblood**, or **Danewort**. Dwarf elder (*Sambucus ebulus*), called Danesblood from a belief that it was supposed to flourish in places where there had been battles against the Danes; called Danewort because it is believed to have been introduced by the Danes.

**Dane's skin**. A freckled skin. Red hair and a freckled skin were regarded as the traditional characteristics of Danish blood.

*Brewer's Dictionary of Phrase and Fable*, p. 299.

В первом случае заголовочное слово является исторической реалией, краткая характеристика которой представлена в словарной статье. Во втором случае мы сталкиваемся с гнездовым характером словарной статьи — она объединяет три лексемы: Danelaw (Danelagh), Danesblood (Danewort) и Dane's skin. В этом случае имеют место следующие элементы микроструктуры: формальные параметры (приводятся орфографические варианты лексем) и этимологические параметры (приводится древнеанглийский эквивалент заголовочного слова с переводом). Интерпретационные параметры включают краткое определение с перекрестными ссылками на другие релевантные словарные статьи, а также хронологические пометы.

Словарные статьи с совпадающим ключевым словом входных единиц словника оформлены по гнездовому принципу. Примером такого расположения является словарная статья с заголовочным словом Dean и следующими видовыми единицами внутри статьи: Dean of the Arches, Dean of Faculty, Dean of Guild, Deans of Peculiars, Dean of the Sacred, College Rural Dean.

Следующая словарная статья – короткое высказывание на латыни:

**De die in diem** (dē di' ē in'em) (Lat.) From day to day continuously, till the business is completed.

*Brewer's Dictionary of Phrase and Fable*, p. 303.

Рассматриваемое заголовочное высказывание, как и другие заголовочные слова/строки данного справочника, которые могут вызвать у пользователей затруднения в произношении, сопровождается транскрипцией.

Такие аллюзии, как *The Sword of Damocles* или *The Delight of mankind*, расположены в словнике по ключевому слову и объединены в одну словарную статью:

**Delight. The delight of mankind.** So Titus The Roman emperor (40, 79-81) was called on account of his benevolence and munificence. *See* I HAVE LOST A DAY *under* DAY.

*Brewer's Dictionary of Phrase and Fable*, p. 310.

В случае цитат дается комментарий об употреблении цитаты и ссылка на источник, если он известен:

**My dearest foe.** As “my dearest friend” is one with whom I am on the greatest terms of friendship, so “my dearest foe” is one with whom I am on the greatest term of enmity.

Would I had met my dearest foe in heavens,  
Or ever I had seen that day, Horatio!

SHAKESPEARE: *Hamlet*, 1, ii

*Brewer's Dictionary of Phrase and Fable*, p. 306.

Словник охватывает и пласт общей лексики, например, частотный глагол *do*. Достаточно обширный комментарий в словарной статье включает дефиницию, особенности переходной и непереходной форм глагола, а также иллюстрирует различия в употреблении *do* вспомогательного и *do* лексического. Далее следует перечень фразовых глаголов, идиом и цитат с ключевым словом *do*.

## Выводы к Главе 2.

Словари цитат и аллюзий прошли длительный путь становления как отрасль специальной лексикографии. Замысел создателей и цели адресата определяют жанровое разнообразие этих словарей. В современной лексикографии применяется методика лексикографического анализа словарей (dictionary criticism). В §§3-5 Главы 2 эта методика применялась к следующим авторитетным словарям цитат и аллюзий: The Oxford Dictionary of Quotations, Concise Oxford Dictionary of Quotations, Dictionary of Quotations Бергена Эванса, The Macmillan Dictionary of Quotations, The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion, Brewer's Dictionary of Phrase and Fable, Учебный словарь цитат из англоязычных авторов под редакцией Л. В. Болдыревой и И. В. Гюббенет.

Подробное описание и сопоставление таких параметров, как тип словаря, источники цитат и аллюзий, особенности мега-, макро- и микроструктуры словарей, позволили сделать ряд выводов и обобщений. Во-первых, учитывая, что совокупность всех фоновых знаний человека зависит от многих экстралингвистических факторов и характеризуется динамикой, словарь цитат и аллюзий, будучи источником, регистрирующим эти фоновые знания, также оказывается открытой динамичной системой. Во-вторых, сведения, собранные в лексикографических справочниках, не всегда совпадают с информацией, нуждающейся в интерпретации при чтении англоязычного текста. В-третьих, словари цитат и аллюзий отличаются друг от друга разными принципами и подходами с точки зрения типа словаря, особенностей его мега-, макро- и микроструктуры. В-четвертых, есть основания говорить о связи структуры входных единиц словника со структурой словарной статьи. Кроме того, учитывая, что ни один словарь не может дать исчерпывающую информацию о лексической единице, сведения, включаемые в словарную статью, отбираются исходя из потенциального адресата словаря. В-пятых, анализируя словари цитат, необходимо подчеркнуть, что любой словарь в разных изданиях

отражает изменения, которые постоянно происходят в языке. И. В. Гюббенет, ссылаясь на составителей Оксфордского словаря цитат, отмечает: “every generation, perhaps, needs its new Dictionary of Quotations” [31: 168]. В этом смысле *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion* охватывает оптимальный и относительно стабильный объём фоновых знаний, который может быть рекомендован англоговорящим читателям аутентичных текстов в качестве исходной и опорной точки отсчёта для целей последовательного освоения филологического вертикального контекста [50].

## Глава 3

### Вертикальный контекст в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе: основные разновидности и смежные явления

#### §1. Вводные замечания.

Термины **метод** и **методика** нередко вызывают противоречивые трактовки. В работе «Основы научных исследований в лингвистике» И. В. Арнольд дает следующие определения этим терминам: метод представляет собой «подход к изучаемому материалу, его систематизацию и теоретическое осмысление», а методика в свою очередь предполагает «способ нахождения нового материала, т.е. совокупность приемов наблюдения, эксперимента и описания» [6: 8-9].

Как было отмечено ранее в §1 Главы 1 настоящей диссертации, за 30 лет исследования филологического вертикального контекста учеными-филологами были предложены различные методы и методики. Применяя **сопоставительный метод** в области прагматистики, М. Ю. Прохорова рассматривает аллюзивные фигуры речи в их функционально-речевом аспекте [115]. Этот метод впоследствии был применен в работах Л. В. Селемневой за счет привлечения к анализу текстов двуязычного автора. При сопоставлении двух текстов выбираются только те значимые единицы, понимание которых невозможно без наличия у читателя определенного фонового знания, т.е. те единицы, которые составляют филологический вертикальный контекст [117]. Еще один метод, использующийся для исследования филологического вертикального контекста — **метод филологической топологии**, детально описанный в работах Л. В. Полубиченко и оперирующий понятиями **вариант** и **инвариант** [106, 107, 108, 109, 110].

И. В. Гюббенет, предложившая термин «вертикальный контекст» в совместной статье с О. С. Ахмановой [11], в Главе 6 книги «Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста»

обращает внимание, с одной стороны, на различия, а с другой стороны, на взаимосвязь анализа с точки зрения вертикального контекста и непосредственно лингвостилистического анализа текста [31: 154-176]. В задачи исследователя вертикального контекста не входит лингвостилистический анализ, в то время как «приступить непосредственно к лингвостилистическому анализу», игнорируя наличие аллюзивных фигур речи, «значило бы заранее обречь его на полную несостоятельность» [31: 163].

**Метод сплошного лингвостилистического анализа**, предложенный на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова [137, 42, 43, 149], предполагает анализ текста художественного произведения на трех уровнях: семантическом, метасемиотическом и метаметасемиотическом. На семантическом уровне рассматриваются все возможные языковые аспекты данного текста. Способность языковой единицы приобретать новое коннотативное, образное, «метасодержание» выявляется на метасемиотическом уровне [43: 8-9]. Понимание подлинного смысла произведения и намерения автора возможно благодаря анализу на метаметасемиотическом уровне, который предполагает тщательное изучение не только языка произведения, но и экстралингвистических факторов. Анализ на метаметасемиотическом уровне ученые-филологи относят к области литературоведения или лингвопоэтики [42, 44, 45, 75, 76, 77, 78, 74, 150]. Лингвостилистика же включает в себя только первые два уровня, на которых анализ проводится по разным аспектам или уровням языка: «такое сплошное рассмотрение текста позволяет исследователю провести анализ, ничего не пропустив» [43: 9].

Занимаясь поиском проявлений вертикального контекста в развернутых произведениях речи, исследователь испытывает искушение пойти по более простому пути последовательного чтения и непротиворечивой регистрации той или иной разновидности информации историко-филологического характера, например: поиск реалий и цитат или распознавание деформированных идиом.

Есть и другой подход, который позволяет выявлять всю онтологическую сложность изучаемого аутентичного материала в его естественном многообразии и разнообразии.

В Главе 3 настоящего диссертационного исследования осуществление анализа аутентичного бизнес-дискурса происходит с опорой на **методику сплошной выборки** материала. Толковый переводческий словарь определяет термин **сплошная выборка** следующим образом: «Выборка, при которой учитываются не только сами частоты, но и общие условия функционирования языковых элементов и влияние этих условий на процессы функционирования; дает надежную информацию о статистических закономерностях изучаемой подсистемы. Выборка, в которой опущены некоторые элементы, уже не может считаться (и являться) сплошной» [176: 34]. Такой подход к работе над материалом позволяет выявить особенности реального бытования и функционирования в бизнес-дискурсе вертикального контекста (социально-исторического и филологического), а также разнообразия смежных явлений.

Перечислим авторитетные издания, исследуемые с учетом избранной научной проблематики в Главе 3 настоящей диссертации: статьи бизнес-теоретиков из раздела Best Practice третьего издания энциклопедии *Business: The Ultimate Resource* (Bloomsbury Publishing, 2011); книга *Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration* Уоррена Бенниса и Патрисии Бидерман (Basic Books, 1997); книга *The World's Business Cultures and How to Unlock Them* Барри Томалина и Майка Никса (Thorogood Publishing, 2007). Весь материал Главы 3 связан с понятиями **дискурс** и **бизнес-дискурс** [95, 33, 62, 63, 64, 68, 84, 85, 86]. Термин «дискурс», как и некоторые другие термины, трактуется по-разному в разных работах и научных направлениях, «теряя время от времени свою специфику» [95: 15]. В настоящей диссертации принципиально важным для толкования этого термина оказываются такие понятия, как **связная речь** (развернутые произведения речи, координированные во времени и пространстве) и **связанность** написанного с определенной областью жизни —

развитием и функционированием делового сообщества [95, 33]. В этом смысле термин «бизнес-дискурс» однозначно указывает на корпус текстов деловой тематики; рассматриваемые в Главе 3 тексты написаны бизнес-теоретиками для тех, кого интересует мир бизнеса, его особенности, основные составляющие и современные тенденции.

§2. Вертикальный контекст в аутентичных статьях из одноязычной бизнес-энциклопедии *Business: The Ultimate Resource*.

*Business: The Ultimate Resource* — аутентичная англоязычная энциклопедия, впервые выпущенная издательством Bloomsbury Publishing в 2002 году [180]. Впоследствии появились второе (2006) и третье (2011) издания. Как отмечают составители, третье издание энциклопедии является международным в том смысле, что, хотя и сохраняя американский вариант орфографии и пунктуации, энциклопедия включает в себя ссылки на печатные и электронные ресурсы, созданные за пределами США. *Business: The Ultimate Resource* составлена из статей более 200 авторов — авторитетных теоретиков бизнеса, таких как Дэвид Аллен, Том Браун, Сет Годин и многих других.

В энциклопедии объединены 4 отраслевых раздела (Best Practice, Management Checklists and Actionlists, Management Library, Business Thinkers and Management Giants) и словарь (Dictionary). Каждый из четырех разделов сопровождается краткой аннотацией, в которой объясняется принцип объединения всех статей данного раздела и особенности построения этих статей. Первые три раздела, в свою очередь, делятся на тематические подразделы.

Best Practice — собрание статей прикладной направленности, принадлежащих ведущим теоретикам и практикам мира бизнеса. Статьи раздела организованы вокруг 12 тем: People and Culture | Marketing | Strategy and Competition | Finance | IT/Information Management | Systems | Structure Leadership | Corporate Social Responsibility and Governance | Renewal and Growth |

Productivity | Personal Effectiveness. С точки зрения структуры, тексты раздела представляют собой либо собственно статьи, либо так называемые Viewpoints. Первый тип обязательно включает сжатое описание ключевых моментов статьи и прикладную секцию Making It Happen. Viewpoints основаны на интервью с авторитетными теоретиками мира бизнеса.

Раздел Management Checklists and Actionlists составлен из статей практической направленности, охватывающих широкий спектр вопросов в таких областях, как маркетинг, планирование, управление проектами и многих других. Каждая статья из подраздела Management Checklists включает секции Dos and Don'ts и Thought Starters. Статьи под заголовком Actionlists отличаются наличием в них часто задаваемых вопросов с комментариями к ним.

Management Library — обзор более 100 авторитетных изданий в сфере бизнеса. Статьи этого раздела идентичны по своей структуре: одностраничная аннотация составлена из четырех основных частей: потенциальная целевая аудитория определяется в подразделе с заголовком *Why Read It?* Основное содержание сжато раскрывается в графе *Getting Started*. Самый содержательный подраздел с заголовком *Contribution* выявляет вклад описываемой книги на международном уровне. Место автора книги среди других теоретиков его времени наглядно демонстрируется в завершающей части статьи под заголовком *Context*.

Аналогичная унификация с точки зрения структуры статьи характерна и для раздела Business Thinkers and Management Giants. Двухстраничные статьи посвящены выдающимся теоретикам и практикам мира бизнеса. Раздел Business Thinkers включает следующие подразделы: Life and Career | Key Thinking | In Perspective. Статьи раздела Management Giants оформлены с учетом следующих основных моментов: Background and Rise | Defining Moments | Contexts and Conclusions.

Раздел Dictionary включает более 7000 заголовочных слов смешанного характера (ключевые бизнес-термины, отраслевая терминология, аббревиатуры, акронимы) [19]. Словарные статьи организованы по алфавитному принципу.

В рамках настоящего диссертационного исследования целесообразно обратиться к материалу раздела Best Practice, который представлен 144 статьями общим объемом в 338 880 слов. Этот раздел начинается со статьи Тома Брауна **Management in the 21<sup>st</sup> Century**. Для наиболее наглядной демонстрации особенностей бытования и функционирования социально-исторического и филологического вертикального контекста в рассматриваемой разновидности делового дискурса представляется целесообразным провести подробный лингвостилистический анализ данной статьи.

Ключевое понятие статьи — management (менеджмент) — рассматривается пишущим в диахронии. Организовать достаточно большой материал (в статье 4191 слово) помогают выделенные полужирным шрифтом подзаголовки, которые при последовательном прочтении составляют следующее высказывание: “Management, *then* | Management, *now* | Management, *tomorrow* | and yet — ”. Разделы текста, соответствующие разным этапам развития менеджмента, начинаются с эпитафов, которые представляют собой цитаты из работ ведущих теоретиков менеджмента.

В начале статьи дается эпитаф, который, по терминологии В. В. Варченко [17], представляет собой пример прямого непрерывного цитирования. Высказывание взято из “Address to the Superintendents of Manufactories” Роберта Оуэна. Воспроизведем его: *From the commencement of my management I viewed the population, with the mechanism and every other part of the establishment, as a system composed of many parts, and which it was my duty and interest so to combine, as that every hand, as well as every spring, lever, and wheel, should effectually cooperate to produce the greatest pecuniary gain to the proprietors*. Смысл цитаты становится ясным по мере чтения статьи, в которой имя Оуэна упоминается одиннадцать раз.

За эпиграфом следует первое предложение собственно текста статьи с легко узнаваемым инвариантом: *In the beginning — well, it was complex then, too.* С точки зрения лингвостилистики и осуществляемого в третьем разделе диссертации поиска проявлений вертикального контекста, предложение интересно, с одной стороны, своей аллюзивностью: известная фраза из Библии “*In the beginning was the Word, and the Word was with God, and the Word was God*” (John 1:1-5) здесь представлена в виде «усеченной цитаты» (термин введен в работе Н. Ф. Катинене [59]). С другой стороны, с собственно синтаксической точки зрения этот тип высказывания не характерен для письменного дискурса и типичен для устной речи (как монологической, так и диалогической). Как и в непосредственном личном общении, использованная аллюзивная фигура речи сразу же привлекает внимание целевой аудитории. Этому же содействуют средства экспрессивного синтаксиса: разговорное *well* и пунктуация (употребление тире и сдвоенных запятых имитируют спонтанность, характерную для устной формы языка) [1, 2].

Продолжим рассмотрение материала и обратимся к следующему фрагменту текста:

To “manage” resources effectively is a concept, says Daniel Wren in *The Evolution of Management Thought*, which can be traced back to the Babylonian King, Hammurabi. That ancient manager, if you will, issued “a code of 282 laws, which governed business dealings, personal behaviour, interpersonal relations, wages, punishments, and a host of other societal matters,” says Wren. He points out that “Law 104, for example, was the first historical mention of accounting.” Consider it very early B2B thinking, which dealt “with the handling of receipts and established an agency relationship between the merchant and the agent.” Another law, amazingly, proved very early consumer protection. Hammurabi prescribed a clear-cut

consequence for any builder of a house that collapses on the owner and kills him: “[T]hat builder should be put to death.”

*Business: The Ultimate Resource*, p. 6.

Продолжая мысль о том, что «в начале было слово», автор статьи переходит к истокам понятий, стоящих за словами *manage* и *management*. Несмотря на то, что появление слова *management*, как отмечено далее в статье, датируется 1598 годом, понятие, обозначаемое им, появилось намного раньше. Том Браун, автор статьи, говорит о царе Вавилона Хаммурапи, которого, используя перифраз, он называет *ancient manager*. Аллюзия на Хаммурапи и его законы — пример социально-исторического вертикального контекста, который требует определенного фонового знания. Отрывок начинается с другой аллюзии — ссылки на книгу одного из ведущих авторов в данной сфере, после чего следуют разные виды цитации. По категоризации, предложенной И. В. Гюббенет, цитаты относятся к филологическому вертикальному контексту [30]. Несмотря на то, что источники цитат названы и наличие фонового знания в данной сфере имеет существенное значение, наиболее целесообразным здесь является именно **горизонтальный контекст**, т.е. не сам факт ссылки на другие источники, а то содержание, которое пишущий стремится передать читающему. Иначе говоря, приоритетной является функция сообщения. Автор статьи очень часто прибегает к цитированию (в тексте 55 случаев использования чужой речи), но делает это не в стилистических целях: он стремится более полно раскрыть тему, обобщив опыт своих предшественников и современников. Уточним, что слово *manage* и следующий за ним фрагмент текста, выделенный сдвоенными кавычками, представляют собой образец фрагментарного цитирования. В данном случае фрагментарное цитирование помещается внутри косвенной цитаты. Еще одна косвенная цитата вводится глаголом *point out*. Рассматриваемый отрывок завершается полным непрерывным цитированием Хаммурапи: “[T]hat builder should be put to death.”

В этом фрагменте статьи, как и во вступительном предложении, мы находим явления, противоречащие собственно письменному дискурсу и более характерные для устной речи. Именно на это указывают разговорное *if you will* и вводное слово *amazingly*. На диалогичность высказывания также указывает форма императива (“Consider it very early B2B thinking...”). На лексическом уровне очевидно смешение стилей: бизнес-термины (*manager, business dealings, wages, accounting, B2B, agent, consumer protection*), с одной стороны, и разговорная лексика (*if you will, amazingly*), с другой стороны.

По мере изучения материала делается следующий вывод: намеренное сближение разнопорядковых моно- и полилексемных единиц, а также намеренное совмещение в пределах одного высказывания особенностей устной и письменной форм языка придают тексту большую выразительность и делают его более экспрессивным.

Придерживаясь методики сплошного расписывания материала, переходим к третьему абзацу рассматриваемого аутентичного текста:

As Wren expands the evolution of management to more familiar names (Chris Argyris, Henry Ford, John Kotter, Elton Mayo, William Whyte), it’s interesting to note that Wren’s analyses, in many ways, reveal the same complex critical factors that challenge anyone today who has tried to convert resources into results. The Chinese general, Sun Tzu, really *was* struggling with the principles of managing a 600 B.C. army; and he wasn’t planning to start a consultancy or go on a speaking tour. He wanted to get things done. Simply. Effectively. Correctly. *Now*.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 6.

Первое предложение заслуживает внимания с синтаксической точки зрения: будучи сложноподчиненным с двумя придаточными предложениями, оно осложнено парентезой с функцией уточнения, а также вводной конструкцией. Второе, что обращает на себя внимание в этом фрагменте, —

употребление имен собственных, которые, как отмечает и сам автор, должны быть известны его целевой аудитории. Статья содержит значительное количество имен собственных: 59 имен, 18 ссылок на книги, 6 названий компаний. Тем не менее, все эти лексические единицы вряд ли можно отнести к лингвостилистически значимым: это типичные имена и реалии, характерные для данной профессиональной сферы и не требующие особых усилий по декодированию со стороны читающих (автор текста сам вполне однозначно указывает на источники и дает ссылки).

Обращает на себя внимание сочетание «несочетаемых» реалий — Сунь Цзы, живший в 6 веке до нашей эры, и такие распространенные в современном речеупотреблении термины, как *consultancy* и *speaking tour*. Парцелляция в завершающей части отрывка — разделение одного по смыслу высказывания на пять — приводит к повышению смысловой нагрузки однородных членов. При этом рассматриваемый образец письменного дискурса неизбежно приобретает черты публичной речи, становясь необычайно выразительным и со всей очевидностью максимально экспрессивным. Курсивное выделение здесь и далее в статье, часто сопровождаемое пунктуацией, также служит приемом смыслового выделения наиболее значимых частей текста, которые при чтении вслух (или во внутренней речи) сопровождаются совокупностью просодических параметров и пауз разной протяженности. Напомним в этой связи, что автор выделяет курсивом части текста, обозначающие определенные этапы во времени (*then | now | and only then | tomorrow*), что помогает логически организовать материал статьи.

Рассмотрим эпиграф к части статьи с подзаголовком *MANAGEMENT, TOMORROW*:

*As we learn more about life. . .Mendel, Darwin, Watson, Crick, Venter. . .will be figures every bit as important as Edison, Einstein, Ford, the Wright brothers. . .What they have taught us and produced is changing each of our lives. . .How we work, live, and think. You can*

*stand on the sidelines and assume fate will guide things. . .(God willing. . .Si Dios Quiere. . .Insha'Allah. . .Shikatta ga nai. . .) Or you can help yourself, your family, your company and country navigate. . .This wondrous and scary adventure.*

*Business: The Ultimate Resource*, p. 8.

Пишущий обращается к книге Хуана Энрикеса “*As the Future Catches You*”. Отрывок из этой книги изобилует именами собственными, восприятие которых не вызывает у начитанной аудитории особых трудностей. Пунктуация (в данном случае неоднократное использование многоточия) приближает письменную речь к устной. Что касается иноязычных выражений, использованных автором цитируемого текста (Si Dios Quiera, Insha'Allah, Shikatta ga nai), их понимание облегчается английским выражением God willing. Слово *passé* (в предложении “Yet, judging mainly by what management has accomplished in the past (and what it hasn't), we can be quite sure that its study will never become passé.”) заимствовано из французского со значением no longer fashionable. В словаре Oxford Advanced Learner's Dictionary дается также лексикографическая помета *from French, disapproving* [185: 1107].

Продемонстрированная выше методика сплошного анализа аутентичных образцов делового дискурса позволяет сделать вывод о высокой степени экспрессивности рассматриваемого материала. Буквально каждое предложение представляет собой убедительную иллюстрацию стремления пишущего приукрасить текст с помощью средств экспрессивности, которые сопутствуют разным категориям вертикального контекста.

К собственно филологическому вертикальному контексту относится уже упоминавшаяся цитата из Евангелия от Иоанна. Также лингвостилистически значима полная прерывная цитата с функцией эпиграфа ко второй части статьи: “[I]n 1981 ... I said I wanted *GE* to become “the most competitive enterprise on earth”... In the end, I believe we created the greatest people factory in the world, a learning enterprise, with a boundaryless culture.” Речь идет о книге *Jack: Straight*

*from the Gut* Джека Уэлча, бывшего генерального директора компании *General Electric*. Цитата в данном случае содержит фрагментарное автоцитирование — ссылку на седьмую главу книги Уэлча.

Интересно с точки зрения вертикального контекста следующее предложение: “Richard Donkin spent six years researching the same subject, work, and reached comparable conclusions in *Blood, Sweat & Tears*.” Речь идет о книге Ричарда Донкина, вышедшей в 2002 году. Название книги может ассоциироваться у определенной аудитории с одноименной американской рок-группой, образовавшейся в Нью-Йорке в 1967 году. Словари цитат предлагают как минимум два инварианта этой аллюзивной фигуры речи. *Concise Oxford Dictionary of Quotations* дает ссылку на речь Уинстона Черчилля 13 мая 1940 года в Палате Общин, произнесенную в связи с формированием нового правительства и решением вести войну с Германией: “I have nothing to offer but blood, toil, tears and sweat.” Слова Черчилля можно также считать и автоцитированием — эта фраза уже была использована им в 1931 году в книге *The Unknown War* («Восточный фронт»). Словарь также дает перекрестную ссылку на строки из поэмы Байрона *The Age of Bronze* («Бронзовый век»), где он осуждает причины военных авантюр английских правящих классов:

Year after year they voted cent per cent  
Blood, sweat, and tear-wrung  
Millions – why? for rent!

Кроме двух названных источников, *Dictionary of Quotations* Бергена Эванса ссылается также и на Джона Донна: “The famous phrase had its antecedents through the ages: Donne had spoken of “tears, or, sweat, or blood” (1611).” Речь идет о поэме *An Anatomy of the World* («Анатомия мира») и следующем высказывании: “*Mollifie it with thy teares, or sweat, or blood.*” (*Selected Poetry of John Donne*. — Ian Lancashire, University of Toronto, 2003. — p. 16).

Руководствуясь информацией из печатных и электронных материалов, можно сделать вывод, что потенциальных инвариантов этой фразы очень много. Из названных источников представляется возможным установить преемственную смысловую связь только со словами Черчилля: говоря о крови, поте и слезах, Черчилль подразумевал тяжелейшие испытания, ожидающие нацию. Совершенно очевидно, что это содержание-намерение не противоречит основной направленности книги Донкина.

Таким образом, филологическое прочтение статьи и применение метода сплошной выборки дают основание для следующих наблюдений: современный англоязычный бизнес-дискурс характеризуется высокой концентрацией средств экспрессивности; собственно филологический и социально-исторический вертикальный контекст сосуществует с разнообразными проявлениями экспрессивного синтаксиса и намеренным совмещением в тексте черт устной и письменной форм языка [52].

Обратимся к статье **Leadership** из раздела Best Practice. Опыт автора статьи, генерала Питера де ла Бильера, сначала в его военной карьере, а впоследствии и в мире бизнеса, позволяет ему сделать вывод о том, что лидерство — приобретаемый навык, принципы которого одинаковы в любой сфере жизни. После двух вводных частей статьи (Introduction и The Nature of Leadership) следуют 6 подразделов, в которых раскрываются несколько тезисов, характеризующих качества лидера (Mission Statement | Leadership Training | Communication | Delegation | Managing Change | Courage); связанные с ними обобщения представлены в рубрике Making It Happen, сопровождающей все статьи раздела Best Practice, а также в коротком заключении (Conclusion). Рассмотрим с точки зрения вертикального контекста первую из двух частей статьи:

## INTRODUCTION

Leadership is exercised not only in a commercial business environment (although that is probably the biggest single area of activity where

leaders are to be found), but in virtually every area of life, from the cradle to the grave. Principles of leadership apply in any sphere of activity, including public service, charitable work, the military, education, science, and other fields.

Nowadays leadership means getting the best from people—managing people so that they work together to move in the direction that the leader sets. Leadership is increasingly recognized as a transferable skill: it can be taught. This belief has gained enormously in popularity over the last 30 years, promoted by distinguished writers such as John Adair and Warren Bennis. By contrast, the so-called Great Man theories of leadership that used to predominate are now seen as largely irrelevant to the fast-moving, complex, and much less hierarchical world that has developed.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 205.

Для полного понимания этого фрагмента читателю необходимо знать таких авторов, как Уоррен Беннис и Джон Адэр, их вклад в теорию лидерства, а также реалию Great Man theories (теории великих людей), в соответствии с которыми история человечества строится из биографий выдающихся личностей. Тем не менее, несмотря на то, что определенная доля фонового знания необходима для понимания этих абзацев, в данной части текста нет единиц, которые можно отнести к лингвостилистически значимым.

Перейдем к анализу второй из вводных частей статьи:

#### THE NATURE OF LEADERSHIP

The most effective leadership is example, and this kind of leadership is within the reach of anybody. I am told that in one of the now-crumbling concrete pillboxes that sprang up over the United Kingdom as that country prepared grimly and alone to hold it against the invader, was to be read this rough inscription:

Hitler has taken Poland,  
Hitler has taken Denmark and Norway,  
Hitler has taken Holland, Belgium, and France,  
He will not take this pillbox.  
Signed J. Smith, Corporal, Home Guard

“We still have a lot of Corporal Smiths—and Mrs. Smiths. It doesn’t matter what level a person is on from director to office boy, from works manager to factory hand, he can be a leader, a leader by example, by the way he tackles the job.”

This is a quotation from a radio broadcast given by that redoubtable leader in military, political, and civil affairs, Field Marshal Lord Slim. He spoke in England in 1947 when times were hard, yet after a long uphill pull the British people triumphed over their hardships and overcame their difficulties.

My leadership in the military was directed toward persuading others to implement plans in the face of death. Yours, perhaps less dramatically but not less importantly, is to persuade others to create profits for the success of your enterprise and your country. The ultimate goal of us all, however, is the same—we are asking others to do for us, as their leader, something unselfish that is not necessarily in the immediate personal interest of those whom we lead. If you accept that, then the business and military objectives are identical and our means of obtaining them have many parallels.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 205.

В первом абзаце автор обращается к истории Великобритании в период Второй мировой войны, в связи с чем используется реалия — pillbox (разновидность оборонительного сооружения) и цитируются слова Дж. Смита.

Затем следует цитата фельдмаршала, лорда Слива, являющаяся комментарием к этим словам. Автор статьи сам указывает на источники этих цитат, употребление которых служит логичным переходом к его мысли о том, что принципы лидерства одинаковы как в военном деле, так и в мире бизнеса или в любой другой области.

Следующие подразделы представляют собой детальное описание основных качеств и навыков лидера. Рассмотрим первый из них:

## MISSION STATEMENT

Nobody can lead anything effectively without a clear vision of where they are going. In the military every operation is preceded by a goal or objective, clearly stated, unambiguous, and undivided. From my first days in the army I was brought up to understand that a mission statement containing an *and* was a divided goal and therefore unlikely to succeed. A business or military operation, or even a small military patrol, must possess a clear goal, whether it be strategic or tactical. This goal must be clearly understood by everybody participating in the mission. In my first days at Robert Fleming as a merchant banker, John Manser, who had recently been appointed chief executive, collected together all the senior executives in the bank and told them that his goal was to make Fleming's the largest U.K. bank in the City of London with the best-paid employees within five years. This was clear, unambiguous, and easy to remember, and it caught the imagination. He did not achieve it by a short margin, but we all knew where we were going over the next five years and all played a part in making Fleming's one of the most expensive buys in the U.K. banking world when it was sold in 2000.

For myself, I always made everybody write down the goal when I issued it and I made sure that it was consistently repeated as

frequently as possible. You would be surprised how short are people's memories.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 205.

В этом и следующих подразделах статьи целью автора становится максимально понятно, четко и точно донести до читателя содержание своих слов, что непосредственно сказывается на плане выражения. Обстоятельства места и времени выносятся на первый план и выполняют тем самым связующую функцию в тексте (In the military | From my first days in the army | In my first days at Robert Fleming). Использование отрицательных конструкций в первом предложении, курсивное выделение союза *and*, употребленного в тексте в качестве существительного, а также намеренная инверсия в последнем предложении (*how short are people's memories*) приближают этот текст к устному сообщению и указывают на его диалогичный характер. Аллюзивные фигуры речи в подобном фрагменте противоречили бы общему содержанию.

Обратимся к подразделу с заголовком *Courage*:

## COURAGE

There are two aspects of courage: physical and moral. In the services both are required to a high degree. In industry moral courage is the primary requirement. As Winston Churchill wrote, "Courage is a moral quality. It is a cold choice between two alternatives, the fixed resolve not to quit. Courage is willpower." If our leaders lack the moral courage to stand up for their subordinates when they make genuine mistakes, or fail to confront their employees with unpopular decisions, or fail to speak out clearly for what they believe to be the best interests of their company, then your leaders are not people of courage: they should be replaced.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 206.

Рассуждая в этом коротком фрагменте текста о храбрости и силе воли, автор прибегает к известной цитате и, намеренно или ненамеренно, называет Уинстона Черчилля автором этих слов. Настоящим инвариантом цитаты являются слова врача Черчилля, Лорда Морана, из его книги “The Anatomy of Courage” («Анатомия храбрости»):

Sometimes the shadow of fear drove men into sheer recklessness. And yet this recklessness meant different things in different men. Sometimes it was only an act of self-discipline whereby some too-sensitive soul hoped to school himself or test his self-control. We had no need to bother such a man; he would cast out the demon for himself before it devoured him; he would win through; his self-respect was intact. Courage is a moral quality; it's not a chance gift of nature like an aptitude for games. It is a cold choice between two alternatives, the fixed resolve not to quit; an act of renunciation which must be made not once but many times by the power of the will. Courage is willpower.

Sir Charles Wilson (Lord) Moran. The Anatomy of Courage  
(New York: Avery Publishing Group Inc., 1987, p. 61).

В данном случае читатель имеет дело с «сокращенной» цитатой: исходное высказывание не деформируется, но сокращается. Указание неверного инварианта можно объяснить тем, что существует немало электронных источников, согласно которым авторство приписывается Уинстону Черчиллю.

Подводя итоги проведенного сплошного анализа, можно сделать следующий вывод: для того чтобы организовать достаточно большой материал (в статье 2153 слова), а также чтобы сделать его более понятным и интересным для восприятия, автор прибегает к ряду риторических приемов, к средствам экспрессивного синтаксиса и использованию реалий. Проявления

вертикального контекста сводятся к трем цитатам. Автор сам называет источники цитирования; в одном из трех случаев цитации назван неверный источник.

Продолжим изучение раздела, посвященного лидерству. **Leadership. Viewpoint: Warren Bennis** представляет собой статью, основанную на интервью с одним из ведущих теоретиков в области лидерства. С точки зрения содержания статью условно можно разделить на две части: факторы, повлиявшие на мировоззрение и карьеру Уоррена Бенниса, с одной стороны, и практический совет руководителям компаний, основанный на личном опыте автора, с другой стороны. Структура статьи включает короткую аннотацию о ключевых моментах карьеры автора, собственно текст статьи и список рекомендованной литературы. Предложения, резюмирующие основное содержание статьи, вынесены за ее пределы справа на каждой странице разворота: «I happened to go to a college where the president was one of the men who laid the foundation for our field of organizational behavior and leadership. That was Douglas McGregor, who was the president of the college that I went to and had come from MIT.» и «Organizations, organizational leadership, and organizational culture will have to be people factories—generating, nourishing, and nurturing terrific talent.» Части текста, передающие основную идею и несущие практический смысл, выделены полужирным: в них указывается главная ошибка современных руководителей и предлагается направление, в котором следует развиваться.

Обратимся непосредственно к тексту статьи. Рассмотрим первые три абзаца текста:

Like everyone else, I'd have to say that there's no one thing that has influenced my thinking. And that's probably true of life. In my own case, I think there were several factors that came out along the way and that, in looking back, seem like a set of eccentric precursors instead of kind of a singular willful, purposeful, I-know-what-I-want-to-do path.

I'll start off from how I grew up. There were giants in the air. It was during World War II and these iconic figures dominated the world—some for great evil and some for great good. We happened to be on the side of great good, when you think about Churchill and Roosevelt. I'm reminded of how grateful we should be for their examples of leadership and how wary we should be of dictators and demagogues like the Hitlers and Mussolinis. In those days, very like as recently as September 11, 2001, we turned our eyes to public figures.

This was true when I was a young person. As I was born in 1925, it was very clear that the Depression and World War II were influential in my development. Those of us growing up in those formative years saw horrors with Mussolini, Hitler and, later on, with Stalin. Listening to Hitler giving his speeches during the 1930s before World War II was very, very scary.

So, I grew up at a time when you saw how influential leaders could be and how influential their activities, their political entities, their organizations could be—potentially virulent and toxic; how much pathogen could be spread by one person and how many healthy white cells by the other. That was just part of it, part of the zeitgeist, part of the era. It was very important, though largely unconscious to us.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 188.

Первое предложение первого абзаца привлекает внимание читателя выбором формы отрицания «there's no one thing». В письменном дискурсе при передаче такого же смысла более вероятно было бы встретить форму «there are several things». В данном случае автор обыгрывает фразу «there's one thing», которая является популярным риторическим приемом с целью привлечения внимания слушателя. Посредством вклинивания (термин используется А. А. Изотовой применительно к деформации идиом [54: 19]) автор избегает

предсказуемого начала, сохраняя при этом стилистическую составляющую. Присутствие здесь и далее в статье разговорных лексических единиц (например, *like everyone else*), кратких грамматических форм (например, *I'd have..., I'll start...*), а также ведение повествования от первого лица подтверждают принадлежность к устному дискурсу. Третье предложение осложнено однородными членами, а также употреблением окказионального прилагательного в сочетании *adj+n* (*I-know-what-I-want-to-do path*). Экспрессивность в шестом предложении достигается при помощи параллельных конструкций и приема антитезы (*some for great evil and some for great good*). Далее в тексте этот ряд противопоставлений продолжается (*Churchill and Roosevelt* и *the Hitlers and Mussolinis* | *grateful* и *wary* | *examples of leadership* и *dictators and demagogues*). Черчилль и Рузвельт противопоставлены Гитлерам и Муссолини (прием антономазии показывает авторское отношение), а благодарность образцам лидерства противопоставлена настороженному отношению к демагогам и диктаторам. Конструкция *happen to be* вместо возможного нейтрального варианта *to be* стилистически маркирована в том смысле, что помогает автору передать отношение к описываемым событиям. Глагол *to happen* в данном контексте значит «сделать что-либо случайно» (*Oxford Advanced Learner's Dictionary: to happen — to do sth by chance. E.g. She happened to be out when we called. [185: 706]*). Принимая во внимание содержание этих абзацев, можно сделать вывод о коннотативной маркированности словосочетания *(to be) on the side of great good*: автор подчеркивает значимость фигур лидеров и их влияние на человеческое сознание. В заключительной части данного фрагмента текста автор неоднократно прибегает к приему повтора и к синонимической конденсации.

К собственно вертикальному контексту здесь можно отнести исторические реалии (*World War II* | *Depression* | *September 11, 2001* | *the 1930s* | *Roosevelt* | *Churchill* | *Hitler* | *Mussolini* | *Stalin*). По классификации

И. В. Гюббенет, эти реалии относятся к разновидности социально-исторического вертикального контекста.

Перейдем к анализу двух следующих абзацев текста:

There were other things—of a more “micro”, interpersonal nature. I happened to go to a college where the president was one of the men who laid the foundation for our field of organizational behavior and leadership. That was Douglas McGregor, who was the president of the college that I went to and had come from MIT. Well, it was no accident that I also became a college president and also did my Ph.D. at MIT. He was very interested in group dynamics and leadership—wrote a lot about it—and certainly the “McGregorian chants,” as I called them, were very influential. Being at MIT, being in Cambridge, Massachusetts, during the 1950s and 1960s certainly influenced my thinking. I was fascinated by how, under certain conditions, groups can do the most creative, the most spectacular things and reach the most extraordinary heights of achievement—if they can create the right conditions for it. *Organizing Genius*, for example, was really the fruit, the result of those early years of thinking about groups. I became very interested to see how organizations, where we spend at least a third of our life, if not more, can be less toxic, more healthy, and provide more opportunities for people’s growth, so that they can reach the frontiers of human possibility.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 188.

Употребление сдвоенных кавычек в первом предложении (“micro”) наводит читателя на вопрос о том, имеет ли он дело с цитатой. Если рассмотреть другие случаи использования автором этого знака препинания в этом абзаце и далее в тексте статьи (например, the “McGregorian chants”), можно сделать вывод об авторском использовании сдвоенных кавычек в тех

случаях, когда традиционно используются одинарные кавычки. Следует добавить к сказанному, что сочетание *McGregorian chants* представляет собой пример филологического вертикального контекста: автор деформирует устойчивое словосочетание *Gregorian chant* (григорианское пение) путем **добавления** (термин А. А. Изотовой [54: 16]). Подобная деформация позволяет автору продемонстрировать важность фигуры Дугласа Макгрегора в его становлении как личности и специалиста.

Примером социально-исторического вертикального контекста в этом фрагменте является топоним — город Кембридж. Читателю необходимо минимальное фоновое знание, чтобы не перепутать этот город штата Массачусетс с одноименным известным городом в Великобритании. Еще одна реалия — MIT — сокращенное название университета *Massachusetts Institute of Technology*.

Следующий смысловой фрагмент текста состоит из четырех абзацев, первый из которых, являясь ключевым предложением, передающим основную идею, выделен полужирным шрифтом.

**Three words leaders have trouble dealing with: “I don’t know.” I think good leadership will often start with questions whose answer is: “I don’t know, but we’re going to find out.”**

Even before September 11, we were living in a world characterized by mystery, doubt, complexity, uncertainty, and chaos. Think about the transformation from an analog to a digital society. In 1989, for example, there were only 400 users of the Web; now, as Shakespeare wrote in the 16th century, “we are a girdled globe.” Before September 11 there were something like 40 ongoing border disputes around the world. Globalization. Disruptive technologies. People are going to have to deal with doubt and uncertainty.

Organizations, organizational leadership, and organizational culture will have to be people factories—generating, nourishing, and

nurturing terrific talent. They have to be education factories where that talent will be continually going to school. They will have to be led by leaders with enough emotional intelligence and cognitive capacity to be able to hold two divergent ideas in their heads at one time. I think those are going to be the critical aspects.

I'm going to add from my own work what I consider to be four critical aspects of leadership, which came out of a study about leadership and learning. I think they're important. And I want to argue that these four factors, which I think are critical for leading in this new world, are context- and culture-free. One is the adaptive capacity, which I think is probably the sine qua non, absolutely the most essential and central aspect of leadership in this environment of complexity and turbo-change. The adaptive capacity has a lot of things under it. It means a sense of resilience, hardiness, and creativity. It means seizing opportunities. It means learning learning. The second critical ingredient is the capacity to engage followers in shared meaning—to align the stars around a common, meaningful goal. Not just any old goal. Think Henry V at Agincourt: “a mission from God.” Third, leaders are really going to have to spend a long time—and it's a continual process—finding out who they themselves are: learning their own voice, learning how they affect other people, learning a great deal about emotional intelligence. And finally, leaders will have to rely on a moral compass, a set of principles, a belief system, a set of convictions. Every good leader is going to have to—one way or another—learn these capacities. Now, I do think there are contextual and cultural factors, but I'm saying that, regardless of culture and context, these four factors are essential. They are necessary, but not sufficient. For example, if you're interested in leading a ballet company, you must know something

about choreography and about the art world. There's a whole ecology around ballet, around science, around being a baseball manager. Nevertheless, these four factors are, across the board, essential, whether talking about George Washington or Margaret Thatcher.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 189.

Фрагмент начинается с противопоставления двух подходов, выраженных в форме прямой речи. Несмотря на пунктуацию, предложения не являются цитатной речью, а являются способом подачи материала наиболее доступным способом.

Во втором абзаце сопоставляются разные этапы жизни общества: в качестве переломных моментов используются события 11 сентября 2001 года, с одной стороны, и переход с аналогового кодирования информации на цифровое, с другой стороны. При сопоставлении автор прибегает к статистической информации (400 users of the Web | 40 ongoing border disputes) и к филологическому вертикальному контексту — аллюзии на произведение У. Шекспира. Несмотря на то, что Уоррен Беннис сам называет автора цитируемых строк и использует сдвоенные кавычки, ни словари цитат, ни электронные источники не предоставляют информации, подтверждающей тот факт, что мы имеем дело именно с цитированием. Наиболее вероятным инвариантом представляются слова Пака из второй сцены первого акта комедии “A Midsummer Night's Dream” («Сон в летнюю ночь»): “I'll put a girdle round about the earth in forty minutes.” (строки 175-176), произнесенные в ответ на просьбу Оберона принести ему цветок, на который упала стрела Купидона:

OBERON. That very time I saw, but thou couldst not,  
Flying between the cold moon and the earth  
Cupid, all arm'd; a certain aim he took  
At a fair vestal, throned by the west,  
And loos'd his love-shaft smartly from his bow,

As it should pierce a hundred thousand hearts; 160  
But I might see young Cupid's fiery shaft  
Quench'd in the chaste beams of the wat'ry moon;  
And the imperial vot'ress passed on,  
In maiden meditation, fancy-free.  
Yet mark'd I where the bolt of Cupid fell.  
It fell upon a little western flower,  
Before milk-white, now purple with love's wound,  
And maidens call it Love-in-idleness.  
Fetch me that flow'r, the herb I showed thee once.  
The juice of it on sleeping eye-lids laid 170  
Will make or man or woman madly dote  
Upon the next live creature that it sees.  
Fetch me this herb, and be thou here again  
Ere the leviathan can swim a league.

PUCK. I'll put a girdle round about the earth  
In forty minutes.  
*Exit PUCK*

William Shakespeare. *A Midsummer's Night Dream* (OUP, 2008, p. 48).

Слова Пака о том, что он сможет опоясать землю за 40 минут, подтверждают тот факт, что автор рассматриваемой статьи, скорее всего, имел в виду именно эту цитату, используя ранее в статье числительные 40 и 400. Использование аллюзии на высказывание У. Шекспира применительно к современным технологиям и глобализации позволяет автору еще более экспрессивно подчеркнуть разницу между двумя этапами. Ситуация, которая в 16 веке описывалась как волшебная, в контексте статьи показана как гротескная, но близкая к реальности. Употребление кавычек в данном случае – характерная черта авторского стиля: в своей книге *Organizing Genius: The*

*Secrets of Creative Collaboration* Уоррен Беннис нередко обращается к подобному оформлению аллюзий и обобщенных цитат, передающих основную идею некоего источника видоизмененными короткими высказываниями.

В третьем абзаце автор в стилистических целях прибегает к приемам повтора (“organizations, organizational leadership, and organizational culture”), аллитерации (“generating, nourishing and nurturing terrific talent”, “culture and context”, “cognitive capacity”) и одушевления (“that talent will be continually going to school”).

Следующий абзац посвящен четырем основным аспектам лидерства. Здесь, как и в предыдущем абзаце, неоднократно используется прием аллитерации (например, leadership and learning), обороты, характерные непосредственно для устного дискурса (например, I’m going to add), а также анафоры (“It means a sense of resilience, hardiness, and creativity. It means seizing opportunities. It means learning learning.”). В предложении “It means learning learning.” контактное использование созвучных слов подчеркивает сложность процесса обучения и необходимость приобретения автономности в обучении. Автор прибегает к многочисленным повторам и к синонимической конденсации, говоря о важности этих аспектов (important | critical | sine qua non | absolutely the most essential | central). Среди этого ряда контекстуальных синонимов обращает на себя внимание иноязычное вкрапление sine qua non, латинский эквивалент выражения «неотъемлемая часть» (Oxford Advanced Learner’s Dictionary: something that is essential before you can achieve something else (from Latin, formal) [185: 1424]). Чтобы продемонстрировать роль данного иноязычного вкрапления в статье, необходимо обратить внимание на функционирование в том же контексте других лексических единиц и на синтаксические особенности данного фрагмента текста: “And I want to argue that these four factors, which I think are critical for leading in this new world, are context- and culture-free. One is the adaptive capacity, which I think is probably the sine qua non, absolutely the most essential and central aspect of leadership in this environment

of complexity and turbo-change.” Экспрессивность в данном контексте создается повтором (which I think). Как уже было отмечено ранее, читатель и здесь сталкивается с аллитерацией и синонимической конденсацией. Эффект от перечисленных приемов был бы наиболее заметен и значителен именно в случае устного выступления. Бизнес-дискурс в подобных случаях сближается с публичной речью.

С точки зрения вертикального контекста в данном фрагменте значима аллюзия на стратегически важную в Столетней войне битву при Азенкуре. Это сражение, ведущая роль в котором принадлежит Генриху V, является неотъемлемой частью мировой культуры, на что указывает наличие таких литературных источников как историческая драма У. Шекспира «Генрих V», трилогия Ж. Ф. Намьяса «Дитя всех святых», произведение Б. Корнуэлла «Азенкур»; об этом свидетельствует и упоминание в современном кинематографе (фильм Кеннета Браны «Генрих V: Битва при Азенкуре»). Пишущий вводит эту аллюзию, как и ранее в статье, в формате цитаты: Think Henry V at Agincourt: “a mission from God.” В этом случае, как и в предыдущем, обращение к словарям цитат и аллюзий, а также к оригиналу драмы У. Шекспира убеждает в том, что эти слова — скорее обобщение автора статьи, чем дословная передача слов литературного героя. Аллюзия в данной статье используется с иллюстративной целью: автор статьи говорит о таком качестве лидера, как способность объединить людей вокруг большой общей цели, и приводит в качестве примера деятельность короля Генриха V.

Джордж Вашингтон и Маргарет Тэтчер приводятся как примеры успешных лидеров из двух англоязычных культур. Автор тем самым подчеркивает свою мысль о том, что, независимо от сферы деятельности (президентство, роль премьер-министра, руководителем балетной труппы), названные четыре принципа лидерства неизменны и эффективны.

Последний фрагмент текста, как и предыдущий, предваряется последовательностью вопросов:

**Managers need to ask themselves: Do you really want to lead? Are you aware of the sacrifices, the time demands, the complexity? Do you have a true commitment to abandon your ego to the talents of others? Do you love what you're doing? Do you enjoy trying to understand the social etiquette of bureaucracy? Do you really enjoy engaging others?**

Any great place to work can be profitable. In fact, the most profitable are great places to work. I remember a former president of MIT once said to me, without a trace of grandiosity, that MIT “has had the habits of success.” There’s something about being successful that tends to perpetuate itself. I think that what will make a workplace great is when people really feel down deep that the company is on their side, that they will be treated equitably and fairly, that they are being given many opportunities for self-development and organizational development, where people are encouraged to “talk truth to power.” If they’re going to be putting in a lot of work at a place, not only do people need to have a license to tell the truth, they want to be in a place where they really feel they’re going to be learning. People want to feel nurtured, that they’re growing, and that there are enormous developmental opportunities available to them. To use my friend, Charles Handy’s, book title, I think we’re all “hungry spirits.” Deep down, we all want to make a difference; if there’s no meaning at work, people will check their hearts at the door.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 189.

Первое, что обращает на себя внимание в этом абзаце, — фрагментарное цитирование слов Дугласа Макгрегора. Инвариант цитаты невозможно проверить, так как Уоррен Беннис цитирует по памяти устное высказывание. Сдвоенные кавычки в предложении с выражением “talk truth to power”,

возможно, представляют собой авторскую пунктуацию и не являются точным цитированием. Сама же фраза, возможно, аллюзивна. Электронные ресурсы предлагают ряд источников, которые могли бы быть инвариантом настоящего употребления. Самым известным из них является памфлет *Speak Truth to Power* (American Friends Service Committee, 1955), название которого, в свою очередь, является деформированной цитатой из письма 1942 года одного из авторов памфлета, Байарда Растина: “The primary function of a religious society is to speak the truth to the power.” Замена глагола речепроизводства *speak* на глагол *talk* можно объяснить тем, что последний предполагает диалог: идея диалога внутри компании между лидером и его командой продвигается как в данной статье, так и в книгах Уоррена Бенниса. Соответственно, автор, с одной стороны, обыгрывает известное выражение, абстрагируясь от его смысловых ассоциаций; с другой стороны, — он намеренно нарушает сочетаемость привычной фразеологической единицы *tell the truth* [184].

Еще одним примером филологического вертикального контекста в статье является аллюзия на книгу Чарльза Хэнди «*The Hungry Spirit*» (1997). Воспользуемся термином, введенным в работе И. С. Христенко [128: 49-52], и назовем это аллюзией на прототекст. Автор статьи ссылается на название книги, предоставляя читателю возможность изучить описываемое явление более детально. Само употребление словосочетания кратко объясняется автором: “Deep down we all want to make a difference.”

Аллюзивным представляется предложение «*There’s something about being successful that tends to perpetuate itself.*». Автор, намеренно или ненамеренно, перефразировал известное высказывание “*Success breeds success, failure begets failure*”. Еще один случай, заставляющий задуматься читателя об аллюзивности описываемого — словосочетание “*a license to tell the truth*”. Выражение “*a license to do sth*” предполагает «свободу действий или слова, часто негативных или неприемлемых» (Oxford Advanced Learner’s Dictionary: *freedom to do or say whatever you want, often sth bad or unacceptable / Lack of punishment seems to give*

*youngsters license to break the law*. [185: 885]). В статье Уоррена Бенниса словосочетание “a license to tell the truth” создает дополнительные смыслы, отражая авторское отношение. Также как и в случае, рассмотренном выше, есть вероятность того, что фраза аллюзивна и представляет собой деформированное цитирование названия одного из фильмов о приключениях Джеймса Бонда «Лицензия на убийство» (*Licence To Kill*) 1989 года. Функциональную нагрузку рассматриваемой лексической единицы в статье Уоррена Бенниса сложно соотнести с содержанием фильма Джона Глена, поэтому даже если речь и идет о цитировании, то только с целью придания повествованию экспрессивности.

Определенное лингвистическое фоновое знание необходимо для понимания заключительного предложения: “If there’s no meaning at work, people will check their hearts at the door.” Одно из значений глагола *to check* является «оставить что-либо» (*Oxford Advanced Learner’s Dictionary: to leave coats, bags, etc. in an official place | Do you want to check your coats?* [185: 251]). Электронные источники предоставляют также немало таких контекстов, как “Follow your heart but don’t check your brain at the door”, в которых “check your brain at the door” значит «вести себя неразумно». Таким образом, здесь мы имеем дело с деформацией устойчивого выражения “to check sth at the door” в стилистических целях: автор прибегает к речетворчеству, чтобы наиболее эффектно передать основную идею – если человек не видит смысла в своей работе, высока степень вероятности, что он изменит к ней отношение и предпочтет увольнение.

Подробный сплошной анализ 144 статей раздела *Best Practice* (что составляет 338 880 слов) позволил сделать следующие выводы:

1. Авторы статей нередко прибегают к цитированию (проанализированный материал включает 141 цитату). Наиболее распространенным является полное непрерывное цитирование (81 случай), встречается и полное прерывное цитирование (26 цитат). Есть случаи использования усеченных цитат (34 цитаты).

2. Обращение к цитатной речи объясняется преимущественно стремлением авторов статей к наиболее объективной, полной и точной передаче информации.
3. Основными источниками цитирования, соответственно, являются авторитетные издания в сфере бизнеса, ссылки на которые в большинстве случаев указываются в самих статьях. Также можно встретить цитаты из Библии, из речей политических деятелей (Элеонор Рузвельт, Уинстон Черчилль, Нельсон Мандела), из произведений художественной литературы («Сон в летнюю ночь», «Генрих V», «Бесплодные усилия любви» Уильяма Шекспира, Генри Брукс Адамс «Воспитание Генри Адамса»), из высказываний известных людей (Стив Джобс, Джордж Бернс, Билл Гейтс, Чарльз Хэнди), из Декларации независимости США.
4. Нередко прослеживается некоторая неточность в указании источников цитат. В некоторых случаях невозможно установить инвариант. Реже имеет место намеренное или ненамеренное указание неверного источника.
5. Анализ материала позволил выявить аллюзии в следующих сферах: кинематограф (сериал «Дилберт» | сериал «Клан Сопрано»), исторические лица и события (Хаммурапи | Сунь Цзы | Герих V и битва при Азенкуре), современная музыкальная индустрия (композиция “Tell it like it is” Джорджа Девиса и Ли Даймонд 1966 года), западноевропейская литература («Сказка о двух городах» Чарльза Диккенса | «Новый наряд короля» Ханса Кристиана Андерсена | «Как важно быть серьезным» Оскара Уайльда | аллюзия на стиль и произведения Джорджа Оруэлла | «Сон в летнюю ночь» Уильяма Шекспира), западноевропейская мифология и фольклор (Священный Грааль), классическая мифология и литература (Медея | Эдип), Библия (Альфа и Омега).
6. Обыгрывание идиом и их деформация — одна из разновидностей филологического вертикального контекста в бизнес-дискурсе.
7. В статьях энциклопедии присутствуют иноязычные вкрапления, понимание которых необходимо для общего понимания статьи.

8. Все страницы энциклопедии помимо текста статей включают сноски с цитатами известных людей мира бизнеса.
9. Степень частотности употребления филологического вертикального контекста в статьях энциклопедии разная. Одни статьи характеризуются достаточно высокой степенью аллюзивности, в то время как другие не содержат ни одной аллюзивной фигуры речи.
10. Филологический и социально-исторический вертикальный контекст в этой разновидности англоязычного бизнес-дискурса сосуществуют со средствами общей экспрессивности и риторики. Наблюдается частотное включение в письменный дискурс единиц, более характерных для общения в устной форме.

### §3. Вертикальный контекст в книге *Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration* (Bennis, Biederman 1997).

Профессор и основатель Института Лидерства при Университете Южной Калифорнии в Сан-Диего, автор многочисленных статей и более 25 книг по теории лидерства и творческого сотрудничества, Уоррен Беннис считается экспертом в сфере лидерства и является консультантом не только ведущих мировых компаний, но и президентов США.

Книга «Секреты созидательного сотрудничества» (*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, Basic Books, 1997) [141] написана в соавторстве с Патрисией Бидерман. Основная идея книги — утверждение о том, что группы талантливых людей (“the great groups”), сформированные выдающимся лидером (“the great man”), могут достичь намного лучших результатов, чем талантливые люди, работающие одни.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration* состоит из предисловия, написанного Чарльзом Хэнди, вступления Уоррена Бенниса, главы “The End of the Great Man”, в которой развенчивается миф о том, что отдельные выдающиеся личности создают историю. Далее следуют 6 глав —

иллюстративный материал на примере 6 успешных проектов: Disney, PARC, Bill Clinton's campaign, The Skunk Works, Black Mountain College, The Manhattan Project. В книгу включен раздел практической направленности Take-Home Lessons, а также раздел Source Notes, в котором авторы дают ссылки на издания, оказавшие влияние на формирование идей, обобщенных в данной книге.

Книга привлекает внимание читателя-филолога еще до прочтения, так как само название книги содержит в себе коннотативное сочетание "organizing genius". Чарльз Хэнди в Предисловии к книге отмечает, что это оксюморон: "“Organizing Genius” should be an oxymoron, a contradiction, desired but impractical, like herding cats. Bennis and Biederman, however, find fifteen clues to how to do it, nicely summarized in the final chapter, some of them surprising.” [141: 12].

Основная идея главы и всей книги отражена в эпиграфе главы The End of the Great Man: "None of us is as smart as all of us." Аллюзивность этого высказывания (либо варианта "None of us is as strong as all of us.") подтверждается неоднократным обращением к нему в различных электронных источниках. Точный инвариант, тем не менее, определить представляется невозможным: ряд источников называет инвариантом японскую пословицу; нередко авторство высказывания приписывается Кену Бланшару, автору книг по менеджменту.

Обратимся непосредственно к тексту главы и рассмотрим первые два абзаца, руководствуясь методикой сплошной выборки:

The myth of the triumphant individual is deeply ingrained in the American psyche. Whether it is midnight rider Paul Revere or basketball's Michael Jordan in the 1990s, we are a nation enamored of heroes – rugged self-starters who meet challenges and overcome adversity. Our contemporary views of leadership are entwined with our notions of heroism, so much so that the distinction between "leader"

and “hero” (or “celebrity”, for that matter) often becomes blurred. In our society leadership is too often seen as an inherently individual phenomenon.

And yet we all know that cooperation and collaboration grow more important every day. A shrinking world in which technological and political complexity increase at an accelerating rate offers fewer and fewer arenas in which individual action suffices. Recognizing this, we talk more and more about the need for teamwork, citing the Japanese approach to management, for example, as a call for a new model of effective action. Yet despite the rhetoric of collaboration, we continue to advocate it in a culture in which people strive to distinguish themselves as individuals. We continue to live in a by-line culture where recognition and status are according to individuals, not groups.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.1-2.

Единственный случай вертикального контекста (в данном случае — социально-исторического) — реалии-антропонимы Paul Revere и Michael Jordan. Упоминание их в тексте объясняется самим автором. Во втором абзаце автор ссылается на эпиграф к книге, говоря о японском подходе в менеджменте.

Продолжим рассмотрение материала и рассмотрим следующие два абзаца первой главы:

But even as the lone hero continues to gallop through our imaginations, shattering obstacles with silver bullets, leaping tall buildings in a single bound, we know there is an alternative reality. Throughout history, groups of people, often without conscious design, have successfully blended individual and collective effort to create something new and wonderful. The Bauhaus school, the Manhattan Project, the Guaneri Quartet, the young filmmakers who coalesced around Francis Ford Coppola and George Lucas, the youthful scientists

and hackers who invented a computer that was personal as well as powerful, the creators of the Internet – these are a few of the Great Groups that have reshaped the world in very different but enduring ways.

That should hardly surprise us. In a society as complex and technologically sophisticated as ours, the most urgent projects require the coordinated contributions of many talented people. Whether the task is building a global business or discovering the mysteries of the human brain, one person can't hope to accomplish it, however gifted or energetic he or she may be. There are simply too many problems to be identified and solved, too many connections to be made. And yet, even as we make the case for collaboration, we resist the idea of collective creativity. Our mythology refuses to catch up with our reality. We cling to the myth of the Lone Ranger, the romantic idea that great things are usually accomplished by a larger-than-life individual working alone. Despite the evidence to the contrary, we still tend to think of achievement in terms of the Great Man or Great Woman, instead of the Great Group.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration, p.2.*

Понимание первого абзаца может быть затруднено в случае, если читателю не знакомы следующие реалии: the Bauhaus school (школа строительства и художественного конструирования в Германии, существовавшая с 1919 по 1933 год), the Manhattan Project (Манхэттенский проект, кодовое название программы США по разработке ядерного оружия с 1943 года), the Guarneri Quartet (известный американский струнный квартет, существовавший с 1964 по 2009 год), Francis Ford Coppola (Фрэнсис Форд Coppola, американский режиссер, получивший известность благодаря своей трилогии «Крестный отец»), George Lucas (Джордж Лукас, американский

режиссер, известен как создатель фантастической саги «Звездные войны»). Эти реалии относятся к социально-историческому вертикальному контексту.

Собственно филологический вертикальный контекст появляется во втором абзаце, где читатель сталкивается с аллюзией на Одинокого Рейнджера (The Lone Ranger), чья фигура стала неотъемлемой частью американской культуры. Употребление аллюзии объясняется самим автором: давно сложившаяся в американском обществе вера в то, что великие дела — результат индивидуальной работы выдающейся личности, является мифом, который необходимо развенчать. Благодаря этому комментарию автора общий смысл абзаца можно понять, не обращаясь к дополнительным источникам. Полное же понимание текста невозможно без наличия у читателя фоновых сведений об американской культуре.

Далее в тексте следуют два абзаца, подробно раскрывающие смысл этой идеи. С точки зрения лингвостилистической значимости эти абзацы не представляют интереса для настоящего исследования, поэтому целесообразно сразу перейти к рассмотрению фрагмента седьмого абзаца главы The End of the Great Man:

Why these seven? We chose to emphasize twentieth-century groups based in the United States because this has been a golden age of collaborative achievement in America. (As French observer Alexis de Tocqueville noted more than 150 years ago, Americans seem to have a genius for collective action.) And we decided to focus only on groups that have altered our shared reality in some significant way.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.4.

Автор продолжает раскрытие идеи о преимуществах Great Groups, ссылаясь на работы французского историка и политического деятеля Алексиса де Токвиля. Очевидно, что Уоррен Беннис, говоря о событиях 150-летней давности, имеет в виду известное произведение Алексиса де Токвиля

«Демократия в Америке» (1840 г.). Сама фраза в составе парентетического внесения выглядит как косвенное цитирование. Тем не менее, при обращении к англоязычному тексту «Демократии в Америке», а также к словарям цитат и аллюзий, становится ясно, что здесь читатель имеет дело с аллюзией на прототекст, а не с цитатой, так как даже минимальных совпадений в плане выражения не обнаруживается. Уоррен Беннис, вводя аллюзию своими словами, передает основной обобщенный смысл некоторых наблюдений историка, не цитируя дословно.

С собственно цитированием мы сталкиваемся в следующем абзаце:

All seven groups are great in several senses. Each was or is made up of greatly gifted people. Each achieved or produced something spectacularly new, and each was widely influential, often sparking creative collaboration elsewhere. To echo Steve Jobs, whose Great Group at Apple created the Macintosh, each of these groups “put a dent in the universe.” It is worth noting that all but one – Black Mountain College – were engaged in creating something substantive and external to the group: a film, a computer, the first stealth plane. Groups seem to be the most successful when undertaking tangible projects, as Black Mountain was when building its second campus. The project brings them together and brings out their collective best. When the thing is finished, the group often spins apart.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.4-5.

В этом фрагменте усеченная цитата вводится при помощи оборота “To echo Steve Jobs”. Ссылки на слова и действия Стива Джобса будут появляться и далее в книге, так как его фигура не противоречит, а, напротив, хорошо отражает идеи автора. Оригинальное высказывание, приписываемое Стиву Джобсу, звучит следующим образом: “We’re here to put a dent in the universe. Otherwise, why else even be here?” Единственным письменным источником, в котором зафиксировано это высказывание, является статья Дж. Снейла “Steve

Jobs: Making a dent in the universe”, опубликованная на сайте [www.macworld.com](http://www.macworld.com) 6 октября 2011 года сразу после смерти Стива Джобса.

По мере чтения книги все более очевидным становится неоднозначный характер цитирования в частности и вертикального контекста в целом в рассматриваемой разновидности бизнес-дискурса. Приведем еще один фрагмент текста:

Collaboration continually takes place in the arts as well, despite our conviction, as the great French physiologist Claude Bernard observed, that “art is I; science is we.” A classic example is Michelangelo’s masterpiece the ceiling of the Sistine Chapel. In our mind’s eye, we see Michelangelo, looking remarkably like Charlton Heston, laboring alone on the scaffolding high above the chapel floor. In fact, thirteen people helped Michelangelo paint the work. Michelangelo was not only an artist, he was, as biographer William E. Wallace points out, the head of a good-sized entrepreneurial enterprise that collaboratively made art that bore his name (an opinion piece by Wallace in the *New York Times* was aptly headlined “Michelangelo, CEO”).

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.5.

Первое предложение в приведенном фрагменте содержит цитату — высказывание французского медика. Оригинальное высказывание звучит следующим образом: “A modern poet has characterized the personality of art and the impersonality of science as follows: Art is I; Science is We” (“Bulletin of New York Academy of Medicine, Vol. IV, 1928”). Принимая во внимание первоисточник, можно рассматривать данный случай как усеченное цитирование. Тем не менее, с высокой степенью вероятности можно судить о том, что с этой довольно известной цитатой Уоррен Беннис столкнулся не во время прочтения издания медицинского журнала 1928 года, а на одном из

популярных вебсайтов, где цитата “Art is I; Science is We” упоминается достаточно часто. В последнем случае, можно говорить о полном непрерывном цитировании.

Следующее предложение рассматриваемого фрагмента интересно с точки зрения социально-исторического вертикального контекста. В данном случае недостаточно знать, кто такой Микеланджело и где находится Сикстинская Капелла. В контексте главы “The End of the Great Man” Микеланджело и его проект показаны как еще один в истории человечества пример того, что великие проекты не могут быть осуществлены одним человеком, даже когда речь идет об искусстве. Здесь социально-исторический вертикальный контекст неразрывно связан с филологическим вертикальным контекстом, обсуждавшемся в связи с первым предложением из анализируемого нами фрагмента: Уоррен Беннис, ссылаясь на опыт Микеланджело в работе над Сикстинской Капеллой, вступает в полемику с утверждением Клода Бернара. Для обоснования своего мнения Уоррен Беннис обращается к аллюзии на фильм «Агония и экстаз» и утверждает, что образ Микеланджело, воплощенный Чарлтоном Хестоном, очень далек от реальности.

Ссылка на биографическую статью “Michelangelo, CEO”, опубликованную в New York Times Уильямом Уоллесом, представляет собой разновидность косвенного цитирования — Уоррен Беннис дает краткий близкий к оригиналу пересказ основной идеи статьи и ссылается на первоисточник. Ниже приведен фрагмент из статьи, опубликованной 16 апреля 1994 года:

The workshop's organization was more horizontal than pyramidal: Michelangelo was at the center, not the top. And while not efficient by today's standards, it did promote versatility and the Renaissance equivalent of Total Quality Management.

In short, like Type A executives profiled in Fortune magazine, Michelangelo micromanaged, keeping tabs on all the pieces and his

fingers in many pies. So many obligations, he said, “require a hundred eyes”.

*New York Times*, “Michelangelo, CEO”.

Продолжая идею о творческом сотрудничестве в искусстве, автор обращается к примеру других художников:

Braque and Picasso also had an intense creative collaboration, which gave birth to Cubism. For several years, they saw each other almost every day, talked constantly about their revolutionary new style, and painted as similarly as possible. They even dressed alike, in mechanics’ clothes, and playfully compared themselves to the equally pioneering Wright brothers (Picasso called Braque, Wilbourg). Braque later described their creative interdependence as that of “two mountaineers roped together”.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.6.

Слова, которые Уоррен Беннис приписывает художнику Жоржу Браку, оформлены в данном контексте как фрагментарное цитирование. Учитывая тот факт, что художник не оставил после себя автобиографии, сложно судить о точности данного цитирования. Сам Уоррен Беннис в разделе Source Notes ссылается на творчество Майкла Фаррелла, автора многочисленных работ, посвященных творчеству Брака и Пикассо (“Artists’ Circles and the Development of Artists”/«Становление художника», “Creative Work”/«Творчество»). Очевидно, Уоррен Беннис включает эту цитату в книгу, опираясь на материал из книг и статей Майкла Фаррелла.

Упоминание братьев Райт в качестве примера еще одного успешного проекта, осуществленного совместными усилиями, является реалией, т.е. социально-историческим вертикальным контекстом.

Интересный случай цитирования мы видим в следующем фрагменте:

Farrell's article on artists' circles begins with a quote from Henry James in praise of group creativity: "Every man works better when he has companions working in the same line, and yielding to the stimulus of suggestion, comparison, emulation. Great things have of course been done by solitary workers; but they have usually been done with double the pains they would have cost if they had been produced in more genial circumstances."

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.6-7.

Передавая слова Майкла Фаррелла, автор цитирует одновременно и высказывание Генри Джеймса. Раздел Source Notes позволяет читателю понять, о какой именно статье М. Фаррелла идет речь ("Artists' Circles and Development of Artists" опубликована в книге *Small Group Behavior* в ноябре 1982 года). Обращение к оригинальному высказыванию Генри Джеймса из главы "As a young man" его монографии "Hawthorne" («Готорн») 1879 года показывает, что читатель имеет дело с усеченным цитированием:

The best things come, as a general thing from the talents that are members of a group; every man works better when he has companions working in the same line, and yielding to the stimulus of suggestion, comparison, emulation. Great things of course have been done by solitary workers; but they have usually been done with double the pains they would have cost if they had been produced in more genial circumstances. The solitary worker loses the profit of example and discussion.

Henry James. Hawthorne, p. 81.

Глава "As a young man" посвящена тем, кто выбрал литературу в качестве профессии ("some dozen Americans who had taken up literature as a profession") и сложностям с этим связанным. Но, если изучение филологического вертикального контекста в художественном произведении можно сравнить с разгадыванием кроссворда или паззла [30, 31, 171], то в случае с бизнес-

дискурсом ситуация значительно отличается: использование цитаты позволяет автору наиболее эффектно и эффективно донести до читателя свою мысль, но он не ставит своей целью мотивировать читателя на «разгадывание» скрытого смысла, чтение между строк и понимание, почему именно эта цитата именно этого автора была использована. В большинстве случаев употребление той или иной аллюзивной фигуры речи объясняется самим автором, как и в случае с цитатой Генри Джеймса:

James's point is well-taken. Gifted individuals working alone may waste years pursuing a sterile line of inquiry or become so enamored of the creative process that they produce little or nothing. A Great Group can be a goad, a check, a sounding board, and a source of inspiration, support and even love. Songwriter Jules Styne said he had to have a collaborator: "In the theatre you need someone to talk to. You can't sit by yourself in a room and write."

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.7.

В этом абзаце автор объясняет цитирование из Генри Джеймса, а также подтверждает свои слова другим цитированием. В данном случае проверить точный источник цитаты представляется невозможным: ни словари цитат и аллюзий, ни электронные источники не дают информации, подтверждающей авторство, а так же уточняющей, когда и в каких обстоятельствах фраза была произнесена или написана. Для понимания рассматриваемого фрагмента текста, эта информация не является обязательной.

Обратимся к следующему отрывку из этой же главы *The End of the Great Man*:

The organizations of the future will increasingly depend on the creativity of their members to survive. And the leaders of those organizations will be those who find ways both to retain their talented and independent-minded staffs and to set them free to do their best, most imaginative work. Conventional wisdom about

leadership and teams continues to glorify the leader at the expense of the group. Great Groups offer a new model in which the leader is an equal among Titans. In a truly creative collaboration, work is pleasure, and the only rules and procedures are those that advance the common cause.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.8.

Данный фрагмент раскрывает принципы в распределении ролей в организации, талантливым сотрудникам которой необходимо определенное оптимальное сочетание контроля и свободы. С целью более емкой и точной передачи этой идеи автор обращается к сравнению, называя сотрудников подобной организации Титанами. В словаре дается следующий комментарий для этой аллюзии: “Children of Uranus and Gaea, the Titans, often called the Elder Gods, were deities of the early Greeks. They represent either primitive forces of nature or abstract qualities. ... The adjective “titanic” – of enormous size and power – is a reminder of the Titans’ role in Greek mythology.” [193: 221]. Продолжая высказанную авторами книги мысль, можно уточнить, что, с одной стороны, талантливые сотрудники Great Groups, как и титаны, представляют собой огромную силу, но без определенного лидера (ср.: Зевс, Кронос) эта сила достаточно абстрактна или даже стихийна; с другой стороны, как и с титанами, авторитарный подход лидера в такой организации не может быть успешным.

Выявляя общие черты в Great Groups, Уоррен Беннис останавливается на том факте, что в основном эти группы представляют собой достаточно молодой коллектив:

Certainly youth can bring enormous energy to these enterprises, and not being a mainstream success can liberate an individual from too much respect for orthodoxy. But probably the most important thing that young members bring to a Great Group is their often delusional confidence. Kidder cites the recruiting strategy Tom West picked up from Seymour Cray, the legendary

designer of high-speed computers. Cray liked to hire talented but newly minted engineers. He believed lack of experience was an asset, not a liability, because, as Kidder writes, these unseasoned recruits “do not usually know what’s supposed to be impossible”. The French composer Berlioz made a similar observation about fellow composer Saint-Saëns. “Saint-Saëns knows everything,” Berlioz said. “All he lacks is inexperience”.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p. 15.

Социально-исторический вертикальный контекст данного фрагмента составляют следующие имена собственные: Kidder, Tom West, Seymour Cray, Berlioz, Saint-Saëns. Понимание фрагмента текста невозможно в том случае, если читатель или исследователь-лингвист видят эти имена впервые. Джон Трейси Киддер — автор книги “The Soul of a New Machine” о работе команды Тома Уэста, которой посвящена одна из глав книги У. Бенниса. Том Уэст и Сеймур Крей, подробно о которых читатель узнает из главы A Computer with a Rebel Heart, — известные инженеры, работающие над разработкой американских суперкомпьютеров. Слова композитора Гектора Берлиоза о Камиле Сен-Сансе оформлены в виде полного прерывного цитирования. Тем не менее, данная ситуация — один из многочисленных случаев в книге, когда нахождение инварианта представляется практически невозможным.

Материал следующего абзаца также достаточно интересен с точки зрения представленных в нем разновидностей вертикального контекста:

Thus many Great Groups are fueled by an invigorating, completely unrealistic view of what they can accomplish. Not knowing what they can’t do puts everything in the realm of the possible. In a radio interview, director John Frankenheimer, whose work includes the unforgettable film *The Manchurian Candidate*, said that the Golden Age of television resulted, at least in part, from

his naïveté and that of his fellow video pioneers. “We didn’t know we couldn’t do it, so we did it,” said Frankenheimer of making such classic dramas as “Marty” in a demanding new medium, live TV. Time teaches many things, including limitations. Time forces people, however brilliant, to taste their own mortality. In short, experience tends to make people more realistic, and that’s not necessarily a good thing. As psychologist Martin Seligman has shown, realism is a risk factor for depression and its attendant ills, including an inability to act and the loss of self-trust. Great Groups often show evidence of collective denial. And “Denial ain’t just a river in Egypt,” as twelve-steppers like to say. Denial can obscure obstacles and stiffen resolve. It can liberate. Great Groups are not realistic places. They are exuberant, irrationally optimistic ones.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p. 15-16.

Во-первых, исследователь сталкивается с именами собственными — упоминанием режиссера Джона Франкенхаймера и двух его фильмов. Во-вторых, фрагмент включает сразу несколько видов цитатной речи: косвенное цитирование, предшествующее цитированию, оформленному как полное прерывное. Исходное высказывание, как показывают электронные публикации интервью с режиссером, несколько отличается от варианта У. Бенниса: “We didn’t know what we couldn’t do, so we went ahead and did it” (Inside the walls: John Frankenheimer returns to TV directing an HBO film about Attica // Los Angeles Times, March 20, 1994). Если рассматривать в качестве инварианта материал статьи из Los Angeles Times, то цитирование можно отнести к деформированному, аллюзийному. Тем не менее, принимая во внимание тот факт, что текст интервью всегда вторичен по отношению к его устному оригиналу, сложно сделать однозначный вывод о разновидности цитирования. Исследователю остается остановиться на признании аллюзивности фрагмента.

При помощи иноязычного вкрапления *naïveté* (фр. «наивность, неискушенность») достигается эффект самоиронии. Автор называет себя и других режиссеров наивными, но контекст не предполагает отрицательных коннотаций. Ссылка на творчество психолога Мартина Селигмана — пример аллюзии на прототекст, т.е. на многочисленные работы без уточнения конкретных разделов. Наконец, высказывание “Denial ain’t just a river in Egypt.” (напоминающее “The Nile ain’t just a river in Egypt.” и использующееся в тех случаях, когда кто-либо отказывается видеть и принимать очевидное) представляет собой полное непрерывное цитирование. Возможный инвариант, предлагаемый электронными источниками, но не зафиксированный в словарях цитат и аллюзий, — творчество Марка Твена. Другой возможный источник, на который ссылается и сам Уоррен Беннис — так называемые “twelve steppers”, участники программы по борьбе с разного рода зависимостью. Употребление цитаты позволяет автору наиболее экспрессивно и эффективно показать его отношение к описываемому явлению: отрицание возможности неудачи, как показал пример всех Great Groups, приводит к значительным достижениям.

Существование в последнем предложении рассматриваемого отрывка прилагательного *exuberant* и наречия *irrationally*, с одной стороны, может быть случайным выбором автора. С другой стороны, нельзя отрицать аллюзивность фразы “irrational exuberance”. Источником данной фразы является известная речь американского экономиста и бывшего председателя Федеральной Резервной Системы США Алана Гринспена, произнесенная им 5 декабря 1996 года в Американском Институте Предпринимательства. Говоря о ситуации на фондовом рынке в 1990-е гг. и развитии интернет-бизнеса, Алан Гринспен употребляет выражение «иррациональный оптимизм» / «иррациональное изобилие» (“irrational exuberance”):

Clearly, sustained low inflation implies less uncertainty about the future, and lower risk premiums imply higher prices of stocks and other earning assets. We can see that in the inverse relationship

exhibited by price/earnings ratios and the rate of inflation in the past. But how do we know when irrational exuberance has unduly escalated asset values, which then become subject to unexpected and prolonged contractions as they have in Japan over the past decade?

Alan Greenspan. *The Challenge of Central Banking in a Democratic Society*, December 5, 1996.

Позже, в 2000 году экономист Роберт Шиллер написал книгу с одноименным названием, в которой он подробно раскрывает комментарии Алана Гринспена. Высказывание “irrational exuberance” символизирует существенное влияние речи Алана Гринспена на внутренние и международные рынки. Смысл употребления аллюзии в книге Уоррена Бенниса можно объяснить следующим образом: автор говорит о том, что возраст и опыт в определенной степени постепенно создают ограничения в понимании границ возможного; организации, которым посвящена книга, уникальны в том смысле, что они «иррационально оптимистичны», наивны ввиду своего небольшого опыта.

Продолжим рассмотрение материала главы *The End of the Great Man*. Как уже отмечалось ранее, тексты У. Бенниса отличаются авторской пунктуацией, поэтому употребление сдвоенных кавычек заставляет задуматься о том, имеем ли мы дело с дословным воспроизведением слов источника или же просто с аллюзией. Рассмотрим фрагмент текста, в котором характеризуются *Great Leaders*:

Such leaders understand very basic truths about human beings. They know that we long for meaning. Without meaning, labor is time stolen from us. We become, like Milton’s fallen Samson, “a slave at the wheel”.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.23.

Обращение к указанному автором источнику — трагедии Джона Мильтона “Samson Agonistes” («Самсон-борец») 1671 года показывает, что в тексте оригинала нет сочетания слов “a slave at the wheel”. Слово “slave” неоднократно повторяется, но не по отношению к Самсону, а к его окружению: “Eyeless in Gaza at the Mill with slaves”, “put to the labour of a beast, debas’t lower than bondslave”, “captive, poor and blind ... to work with slaves”, “into the common prison there to grind among the slaves”. Слово “wheel” не употреблено ни разу, но подразумевает мельницу, на которой Самсон работал. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в данном случае мы имеем дело с аллюзией на прототекст. Кавычки здесь — результат авторской пунктуации. Аллюзия функционирует в данном контексте в качестве наглядной метафоры: человек, который не чувствует, что в его деле есть смысл, похож на раба, выполняющего тяжелую, бесполезную и никогда не заканчивающуюся работу.

Еще одно сравнение аллюзивного характера используется во фрагменте, в котором говорится о том, что если у компании нет сильного соперника, «врага», то его необходимо придумать:

In a dialogue with General Electric CEO Jack Welch published in Fortune magazine, Coca-Cola chairman Roberto Goizueta said that organizations that don’t have an enemy need to create one. When asked why, he explained, “That’s the only way you can have a war.” In public, Coca-Cola may want to teach the world to sing, but in its corridors the motto is “Destroy Pepsi!” For the group, the bigger the enemy, the better. Great Groups always see themselves as winning underdogs, wily Davids toppling the bloated Goliaths of tradition and convention.

*Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*, p.25.

Аллюзия на Давида и Голиафа характеризуется в словаре The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion следующим образом:

**David.** The famous king of the Hebrews, whose name means “beloved” or “chieftain.” He is noted for his songs, for the miraculous slaying of **Goliath** with his sling when still a boy, for his friendship with **Jonathan**, for his many wives, the most famous among whom was **Bathsheba** (whose husband Uriah was sent by David into the heat of the battle to die) and for his anguish at the treachery of his son Absalom. He is represented as wise, brave, prudent and handsome. Luke traces the ancestry of Christ back to David (I and II Samuel, *passim*). See also: **Absalom, O my son.**

*The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion*, p. 57-58.

Имена собственные David и Goliath в результате метонимического использования функционируют по смыслу как нарицательные, а по форме могут употребляться как с определенным, так и с неопределенным артиклем и, соответственно, принимать форму множественного числа. Прием антономазии здесь позволяет сфокусировать внимание читателя на способности сотрудников Great Groups сделать то, что другим было не под силу. Такое стилистически обусловленное употребление является способом выражения «объективной характеристики» (Great Groups сравниваются с Давидом, которому удалось то, что не удавалось более опытным людям), а также способом демонстрации «субъективного отрицательного отношения» (компании, не относящиеся к Great Groups, не импонируют автору) [40: 216; 69]. Употребление определенного артикля в сочетании the bloated Goliaths of tradition and convention, с одной стороны, не противоречит особенностям индивидуализации в английском языке, а с другой стороны, в сочетании с прилагательным bloated участвует в создании оценочного эпитета [40: 145-256; 67].

Аналогичным образом были проанализированы все главы книги *Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration*. Подробный сплошной анализ материала (237 страниц, 64 000 слов) позволил сделать следующие выводы:

1. Наиболее многочисленной разновидностью «чужого» слова в книге Уоррена Бенниса является цитирование: из 316 случаев цитатной речи в книге

насчитывается 147 случая полного непрерывного цитирования, 75 и 70 случаев прерывного и фрагментарного соответственно, 3 деформированные цитаты, 13 косвенных и 8 случаев «цитат в цитате».

2. Цитация мотивирована главным образом попыткой наиболее объективно и правдиво передать информацию, «погрузить» читателя в реальные события и тем самым позволить ему почувствовать себя в описываемой реальности.

3. Источники цитирования в большинстве случаев представляют высказывания людей, имеющих прямое или косвенное отношение к событиям, описываемым в книге, взятые из интервью, очерков или воспоминаний. Также автор ссылается на произведения художественной литературы, высказывания философов, психологов, композиторов, художников, бизнесменов.

4. Нередко определение источника цитаты представляется невозможным. В некоторых случаях прослеживаются неточности в названии источника или в тексте цитаты. Не все цитаты можно отнести к филологическому вертикальному контексту.

5. Филологический вертикальный контекст книги составляют следующие 22 аллюзии: аллюзии на произведения или героев произведений художественной литературы (Одинокый Рейнджер | Питер Пэн | Самсон / трагедия «Самсон-борец» Джона Мильтона | «Ребекка» Дафны дю Морье | Таран / «Книга трех» Ллойда Александра | «Мой невозвратный город» Ф. С. Фитцджеральда), на известных авторов (Перси Биши Шелли | Мери Шелли), аллюзии из мифологии и фольклора (Титаны, Камелот | Священный Грааль), из Библии (Сатана | Давид | Голиаф | Мессия | Эдем), аллюзии на реальные события и известных людей (Бит-поколение | Генрих V и битва при Азенкуре | Девятка диснеевских стариков | Пол Ньюман), на песни («Нью-Йорк, Нью-Йорк» Франка Синатры).

6. В привлеченном к исследованию материале выявлен пласт иноязычных вкраплений, знание которых необходимо для понимания содержания текста статьи.

7. Очевидна неразрывная связь социально-исторического и филологического вертикального контекста. Полное и адекватное понимание материала представляется невозможным без наличия определенного фонового знания, осведомленности читателя в именах, названиях и событиях, которые упоминаются в книге.

§4. Вертикальный контекст в книге *The World's Business Cultures and How to Unlock Them* (Tomalin, Nicks 2007).

Барри Томалин — известный автор, преподаватель и бизнес-тренер, специализирующийся в сфере бизнеса и межкультурных коммуникаций. Книга *The World's Business Cultures and How to Unlock Them* (Thorogood Publishing, 2007) написана им в соавторстве с Майком Никсом и представляет собой издание практической направленности [169]. В книге описываются основные принципы для успешного делового взаимодействия с представителями других культурных традиций, рассматриваются особенности различных бизнес-культур и предлагаются подходы к решению потенциальных проблем.

Книга состоит из одиннадцати глав: Risky business | How to unlock any culture in the world | How people think | Cultural behaviour | How to increase your cultural sensitivity | Communication | Leadership and decision-making | Team, motivation and feedback | Meetings and negotiations | Gift-giving and hospitality | The top ten countries in 2050. Книга также включает приложение “Fact files” по каждой из 10 стран, особенности ведения бизнеса с которыми подробно описываются в одиннадцатой главе.

Обратимся непосредственно к материалу книги. Чтобы наглядно продемонстрировать особенности подачи автором материала, ниже приведен ряд коротких фрагментов из первой главы:

1. We are in a light engineering company in central England. As you walk through its comfortable, purpose-built offices on an industrial estate on the outskirts of the city, designers work on-screen, creating

products that will improve travellers' safety and comfort. The business, as its sales director cheerfully admits, is into rubber.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 1.

2. Richard, the head of manufacturing, is interviewing us. Are we suitable for his needs? We're here to talk about India, which is predicted by the bankers Goldman Sachs to be the world's third largest economy by 2050.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 2.

3. "It's sometimes like a war out there," Richard says. "You're just trying to do your job, but it seems like everybody is doing their own way. What I need to know is, what are the rules of engagement?"

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 2.

4. Examples like these illustrate the importance of cultural awareness in today's business world, but they don't explain what that awareness is. Read books on the subject and you'll find a range of definitions from the academic to the gnostic. One of our favourite definitions is: "Culture is the software of the mind." In terms of the rules of engagement, culture is very simple, as it has only two components:

- Different ways of doing business;
- Different client expectations.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 5.

5. "There's no problem about leadership in Italy," an Italian businessman said. "The Holy Father tells us what to believe, our teachers tell us what to think and our fathers tell us how to behave." Education systems largely define how people think, how they feel about authority and how they go about solving problems. Understanding the principles and psychology of a country's school and university system is vital to interpreting its people's social and psychological ideas.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 32.

Несмотря на практическую и в определенной степени обучающую направленность книги, автор выбирает повествовательный характер подачи материала. Безличные конструкции минимизированы, повествование диалогично: автор постоянно взаимодействует с читателем, что достигается использованием личного местоимения *we*, форм императива, обращения, сочетания устной и письменной форм языка, разговорных выражений и бизнес-терминологии. Способ подачи материала, логичная и наглядная его организация (вынесение ключевых моментов за пределы повествования, использование списков) сближают текст книги с материалом для устной презентации. Цель авторов — донести содержание максимально простым, понятным способом и не вызвать противоречивого восприятия.

Проанализируем представленные выше фрагменты с точки зрения объема фонового знания, необходимого для их понимания. Первое, что обращает на себя внимание в этом отношении, это упоминание статистики финансового конгломерата *Goldman Sachs*. Ознакомление с некоторыми реалиями и терминами, которые являются неотъемлемой частью описываемых в книге явлений, несомненно, обязательно для читателя. Однако вероятность того, что целевая аудитория этой книги хорошо знакома с ними, достаточно высока. Далее мы видим ссылку на слова Ричарда, сотрудника описываемой компании. И Ричард, и компания в которой он работает (“*a light engineering company*”) представлены автором «с неопределенным артиклем», в качестве обобщений, примеров, другими словами, «в результате когнитивного процесса классификации содержание представления сужается до некоторого класса, в пределах которого допускается сравнение и происходит переход от собственно абстрактного к более конкретному» [40: 83]. Слова Ричарда оформлены как полное прерывное цитирование, но в данном случае они не являются филологическим вертикальным контекстом. Автор выбирает прямую речь, чтобы сделать подачу материала более доступной. Для восприятия и

интерпретации текста читателю не нужно знать, существует ли Ричард, действительно ли это его слова и о какой именно компании идет речь.

Определение культуры “Culture is the software of the mind” дается в двойных кавычках как цитата. Данная дефиниция принадлежит нидерландскому социологу Герту Хофстеде, автору книги “Cultures and Organizations: Software of the Mind” (1997). Обращение к содержанию книги дает понять, что, несмотря на пунктуацию и дословное повторение названия, в данном случае мы имеем дело именно с аллюзией, а не цитатой.

Пятый фрагмент содержит фразу, которую автор преподносит как полное прерывное цитирование. Достоверность названного источника — “an Italian businessman” проверить невозможно. Вероятно, автор пересказывает своими словами то, что когда-либо услышал и запомнил. Форму прямой речи употребляет с целью «оживить» повествование.

Продолжим рассмотрение материала книги и обратимся к следующему фрагменту из первой главы:

In the international automotive business there have been spectacular examples of business merger failures, epitomized by the Daimler-Benz sale of American company Chrysler in 2007 after an unhappy nine-year union between the two organizations. London’s *Financial Times* said of the break-up: “The ‘merger of equals’ was never really that, and early decisions were driven by politics rather than commercial reality. Many of Daimler’s German managers seemed reluctant to see the makers of Mercedes associate with the makers of Dodge.”

*The World’s Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 3.

Для понимания данного фрагмента текста целевая аудитория книги должна быть знакома с такими отраслевыми реалиями, как название компаний и события в автомобильной отрасли промышленности. Далее следует полное

непрерывное цитирование из авторитетной качественной прессы: обращение к сайту [ft.com](http://ft.com) подтверждает названный источник — цитируется статья Лайонела Барбера “Mergers, like marriages, fail without meeting a mind” от 14 мая 2007 года. Употребление цитаты из авторитетного источника придает повествованию объективный характер — сам автор, не специализирующийся в обсуждаемой сфере, ссылаясь на авторитетный источник, обосновывает высказанное мнение о том, что слияние компаний действительно было безуспешным. Название статьи Лайонела Барбера интересно для читателя-филолога по двум причинам. Во-первых, оно аллюзивно, так как включает деформированную идиому *a meeting of minds* (Oxford Advanced Learner’s Dictionary, 7<sup>th</sup> edition: a close understanding between people with similar ideas, especially when they meet for the first time | *There was a real meeting of mind between the two leaders.* [185: 955]). Во-вторых, в его основе лежит характерная для мира бизнеса концептуальная метафора “Merger is Marriage”. Реализация этой метафоры прослеживается и в приведенном выше отрывке из книги (“an unhappy nine-year union between two organizations”, “the break-up”) [159: 110-111; 152].

Далее в первой главе читатель сталкивается с еще одной цитатой из качественной прессы:

As a recent advertisement in *The Economist* pointed out:

“Understanding culture is the power behind globalization.”

*The World’s Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 9.

Авторы, обосновывая свое мнение о том, что несмотря на тенденцию к глобализации в современном мире, очень важно учитывать культурные особенности в ведении бизнеса, снова обращаются к качественной прессе и подтверждают свои слова ссылкой на авторитетный источник. Тем не менее, Барри Томалин и Майк Никс ссылаются на выдержку из рекламного текста (“a recent advertisement”), не уточняя деталей. Официальный сайт журнала *The Economist* не содержит архива, где можно было бы найти рекламные слоганы

2007 года, поэтому проверить точность цитирования возможно только в случае наличия у читателя и исследователя печатных версий журнала предположительно 2007 года. Также необходимо учитывать, что онлайн-реклама и реклама в печатных изданиях одного и того же журнала могут отличаться и редко совпадают полностью.

Дальнейшее филологическое чтение материала привлекает внимание читателя к следующему фрагменту второй главы под заголовком *The importance of cultural knowledge*:

You need to look as if you've done your homework when you're doing business abroad. Make sure you find out the name of the president or head of government, the currency, the main sport (it's not always soccer) and its leading teams and, if you can, details of a couple of entertainment or sports personalities. These are basic elements of networking. Nothing stops a conversation faster than if a name or team is dropped into a conversation and you suddenly ask: "Excuse me – what's Real Madrid?" (Answer: one of Madrid's two leading soccer teams – the other is Atlético Madrid).

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 16.

Сам фрагмент текста посвящен важности наличия определенного фонового знания, которую автор продемонстрировал на примере с футбольными командами — Real Madrid и Atlético Madrid. Подобные имена собственные — примеры реалий, которые можно отнести к социально-историческому вертикальному контексту. Это своеобразный контекст эпохи — явления современной жизни, без знаний о которых мы не можем читать тексты о современной жизни.

Определенный стилистический эффект достигается в данном отрывке посредством сочетания в одном предложении глагольных словосочетаний *do business* и *do homework*. Словосочетание *do one's homework* не зафиксировано в словарях как идиома, но является идиоматичным в том смысле, что общее

значение не выводится из значений компонентов (Oxford Advanced Learner's Dictionary: homework (informal) work that sb does to prepare for sth | *You could tell that he had really done his homework* (=found out all he needed to know)) [185: 746, 187, 189]. Подобное употребление способствует созданию общей экспрессивности фрагмента, но не является собственно вертикальным контекстом.

Следующий значимый для настоящего исследования фрагмент материала — раздел второй главы, посвященный сложностям, возникающим ввиду стереотипов, и вытекающей из них дискриминации определенных социальных групп:

It can therefore be a shock when we encounter different attitudes held quite openly in other cultures. But we have to recognize that in some business cultures there is an aversion to people of different races and religion, or who are gay. You may feel extreme distaste for the attitudes expressed, for example, by one Eastern European businessman who said: "I'll tell you right out – we don't like Jews."

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 26.

Пример цитатной речи в данном фрагменте идентичен рассмотренному ранее примеру с обращением к словам неизвестного итальянского бизнесмена. Учитывая, что определение источника цитаты не представляется возможным, сложно категоризовать эти слова как цитатную речь или же определить их как пример прямой речи, «оживляющей» повествование.

Рассматривая разные стили управления и отношений внутри компаний, автор делает следующее наблюдение:

Different cultures respect different groups of people, for a variety of reasons (Asia and Russia among them), respect for older people and seniority is institutionalized: it is granted automatically and almost without question. In others, such as North America and the UK, respect

is functional – it has to be earned, every time. The British and American saying, “You’re only as good as your last job,” is a sign of their attitude.

*The World’s Business Cultures and How to Unlock Them, p. 65.*

Автор прибегает к употреблению пословицы “You’re only as good as your last job”, говоря о культурных особенностях Великобритании и США. Филологический вертикальный контекст, а именно выбор такой его формы как пословица, которая по определению является культурологически обусловленной единицей, помогает автору обосновать объективность своего наблюдения.

Еще один случай использования пословицы мы встречаем во фрагменте с подзаголовком *Personal qualities*:

Until now we’ve looked outwards: how do I as a national manager adapt or develop my skills to deal with the cultural issues raised when I work with another nationality? However, it’s obvious that intercultural awareness also affects your own personality – an influence that is highly beneficial. There’s a saying in Arabic: “Learn a new language and you become a new person.” In the same way, if you become a culturally aware international manager your personality effectively changes. Some of your characteristics become enhanced and others reduced.

*The World’s Business Cultures and How to Unlock Them, p. 74.*

Автор называет эту пословицу «арабской». Тем не менее, если обратиться к электронным источникам, то в одних источниках она отнесена к чешскому фольклору, а в других — к словацкому. Есть много пословиц с идентичным планом содержания и очень похожим планом выражения, например, “The more languages you know, the more you are a person” или “To learn a language is to have one more window from which to look at the world.” Некоторые источники приписывают авторство этой фразы И. В. Гете, но обращение к его творчеству

показывает, что в произведении “Maximen und Reflexionen” («Максимы и размышления») есть высказывание “Wer fremde Sprachen nicht kennt, weiß nichts von seiner eigene” («Тот, кто не знает иностранного языка, не знает и своего собственного»), которое едва ли можно рассматривать в качестве инварианта. В связи с анализируемым отрывком из книги Томалина и Никса сделан следующий вывод: высказывание действительно аллюзивно, но нельзя сказать с высокой степенью уверенности, что указанный автором книги источник цитаты достоверный.

Говоря об эмоциональном интеллекте, личных качествах и навыках, необходимых для успешного ведения бизнеса на международной арене, авторы упоминают Мильтона Беннетта, исследователя и преподавателя в области культурологи. Приведем соответствующий отрывок и остановимся на нем подробнее:

### **Defence**

As Milton Bennett describes it, this is the stage where we wake up and exclaim: “Oh my God, they’re different!” We still don’t fully accept the differences, but we’re forced to face that they exist, and we know we can’t ignore them.

*The World’s Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 76.

Сдвоенные кавычки в данном случае являются не графическим маркером прямого непрерывного цитирования, а способом введения прямой речи.

Продолжим рассмотрение материала и обратимся к главе, в которой обсуждаются случаи табу — тем, которые не являются приемлемыми в некоторых культурных традициях. Автор приводит в качестве примера культурные табу Китая:

Westerners often fall into the ‘free speech’ trap: they assume that any question about politics or society is acceptable. An innocent question to a Chinese about what happened in Tiananmen Square in 1989, the upheavals of the Cultural Revolution in the sixties and

seventies, or relations between China and Tibet could open up huge political and social scars.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them, p. 77.*

Здесь принципиально важным является понимание реалий — наличие у читателя знаний 1) о студенческих демонстрациях 4 июня 1989 года на площади Тяньаньмэнь в Пекине, в результате которых погибли сотни протестующих, 2) о культурной революции в стране, последствиями которой стали репрессии, колоссальный урон в сфере образования и культуры и многое другое, 3) о продолжительном противостоянии в отношениях Китая и Тибета. Иными словами, автор дает понять, что для общения с людьми из другой культуры необходимо предварительное выполнение «домашнего задания», то есть обеспечение себя минимальными сведениями об особенностях культуры и истории той страны, с представителями которой налаживаются деловые контакты. Реалия “the ‘free’ speech trap” демонстрирует опасность попадания в «ловушку» своей картины мира, что в межкультурном общении может привести к коммуникативным неудачам.

Следующий отрывок важен для настоящего исследования не с точки зрения вертикального контекста, а с точки зрения пунктуации, когда речь идет о «чужом» слове:

The English we use in the UK or the USA isn't the same as that used by foreigners. Take Christine: she's a Chinese university professor who was utterly confused on her first study visit to London. Why? She couldn't understand the English she heard. 'Did I study your language for twenty years for this?' she complained.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them, p. 84.*

Употребление одинарных кавычек в том случае, где традиционно используются двойные (и в том случае, где ранее в книге использовались двойные), становится еще одним показателем того, что пунктуация в англоязычном бизнес-дискурсе — явление авторское и не всегда содействует

отнесению той или иной единицы (или высказывания) к вертикальному контексту.

Советуя читателям использовать максимально понятный язык, авторы в качестве примера «правильного» стиля приводят произведения Э. Хемингуэя и журнал *The Economist*:

Take a lesson from the American writer Ernest Hemingway, who had a major influence on the evolution of contemporary English. He used a very short, concrete and direct style of writing contemporary English. ... If you still don't believe that this works, read *The Economist*, the internationally successful magazine of business and politics. It explains complex subjects in short but elegant sentences to a readership that is intelligent, but pressed for time – just like you.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 86.

В том случае, если читатель захочет последовать данному совету, то ему необходимо иметь хорошее представление как о языке и слоге известного писателя, так и об особенностях стиля, принятого авторитетным журналом (house style).

Следующее предложение о преимуществах употребления в речи активного залога содержит пример социально-исторического вертикального контекста:

Note how the active version feels vibrant, current and action-packed, compared with the cumbersome passive version which reads like it was composed by a Victorian solicitor.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 88.

Чтобы объяснить употребление прилагательного *Victorian* в данном контексте, обратимся к определению из *Oxford Guide to British and American Culture*: “having qualities associated with middle-class people of the 19<sup>th</sup> century. These qualities are sometimes called Victorian values. Some people think they are mainly good, and see them as including loyalty, self-control and the willingness to

work hard. Others think they are mainly bad, and see them as including sexual hypocrisy, lack of concern for the poor, and lack of sense of humour” [188: 498]. Существительное *solicitor* объясняется в словаре таким образом: “A lawyer who prepares legal documents, gives people advice on the law and can speak for them in some courts.” [188: 442]. Учитывая компоненты значения прилагательного *Victorian* и существительного *solicitor*, можно сделать следующий вывод: в настоящем контексте атрибутивное словосочетание *Victorian solicitor*, употребленное в отношении стиля письма, предполагает сухой, неживой, скучный, несовременный, излишне официальный стиль, который, по мнению автора, советует избегать.

Рассмотрим следующие фрагменты материала:

1. Andrea hadn't realized the importance of *nemawashi* and *ring-sho* in Japan. *Nemawashi* describes the process of collective negotiation. It means that before a decision is made and communicated, everyone in the management loop must be consulted. And *ringi-sho* means that everyone must agree. This condemns Japanese management to a lengthy process of decision-making, although once they have reached agreement they implement matters quickly.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 109.

2. *Ishin-denshin*, heart-to-heart communication, and *haragei* are important in revealing internal state of partners, expressed through tone of voice, facial expression and posture.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 192.

3. Ask to see the *favelas*, Brazil's shanty towns where guns and drugs are frequent.

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 198.

Все три фрагмента содержат примеры наиболее частотных иноязычных вкраплений в анализируемом материале. Учитывая тот факт, что материалом книги являются культурно обусловленные особенности ведения бизнеса с представителями различных государств, то вполне закономерным явлением

представляется необходимость иноязычных слов, обозначающих «непереводимые» культурные реалии. Тем не менее, авторы, включая эти иноязычные слова в текст повествования, подробно объясняют их значения, и читатель не должен отвлекаться на поиск дополнительных сведений, чтобы понять описываемый материал.

Еще один случай филологического вертикального контекста выявлен в следующем фрагменте:

French and Spanish managers may go home for lunch or eat with friends. Japanese managers won't lunch, but will go out with their team from seven to nine in the evening once or twice a week before the commute home. And Americans, we are told, don't lunch at all. As Gordon Gecko, the corporate raider character in Oliver Stone's film *Wall Street* notoriously said: "Lunch is for wimps."

*The World's Business Cultures and How to Unlock Them*, p. 113.

Слова "Lunch is for wimps" («Ланч — для слабаков») принадлежат главному герою фильма «Уолл-стрит», Гордону Гекко, одному из богатейших бизнесменов США. Фраза произнесена героем во время телефонного разговора перед приходом в его офис Бада Фокса. Употребление цитаты в контексте обсуждения особенностей традиции обеденных перерывов в офисах разных культур объясняется тем, что фраза героя фильма хорошо отражает ситуацию в американской бизнес-культуре. Гордон Гекко в этом случае — гротескный пример, чьи слова демонстрируют общую тенденцию. Полная цитата звучит следующим образом: "Lunch? Oh, you've got to be kidding! Lunch is for wimps."

Завершая анализ материала книги (который составляет 54 450 слов), можно сделать следующие выводы:

1. Авторы не стремятся намеренно использовать аллюзивные фигуры речи, чтобы сделать повествование более экспрессивным и сложным для интерпретации. Попытка сделать материал книги максимально понятным нашли непосредственное отражение в стиле повествования.

2. Фоновое знание, необходимое читателю и исследователю, в подавляющем большинстве случаев не представляет собой факты филологического характера, для полного понимания подобного рода материала читателю необходимы как определенные сведения профессионального характера, так и знание культурных реалий.
3. Филологический вертикальный контекст, с одной стороны, менее частотен, чем социально-исторический вертикальный контекст, и, с другой стороны, постоянно сосуществует с ним.
4. В книге много цитатной речи. Тем не менее, цитаты редко можно отнести к филологическому вертикальному контексту — они представляют собой слова людей, достоверность информации о которых часто невозможно определить; с ними, судя по всему, автору приходилось общаться, и их высказывания оказались важными для содержания данной книги. Реже цитируются авторитетные источники — книги специалистов в обсуждаемой сфере или качественная пресса.
5. Одной из разновидностей «чужого» слова в книге являются пословицы.
6. В книге немало иноязычных вкраплений, которые представляют собой, главным образом, культурные реалии. В некоторых случаях, иноязычные вкрапления можно отнести к филологическому вертикальному контексту.
7. Наблюдается большое количество неточностей в определении источников цитирования; в чтении этой книги необходимо учитывать особенности авторской пунктуации при цитировании.

§5. Вертикальный контекст в рассмотренных разновидностях аутентичного англоязычного бизнес-дискурса: общее и особенное.

После подробного рассмотрения нескольких разновидностей аутентичного англоязычного бизнес-дискурса представляется целесообразным сопоставить результаты, отмечая общее и особенное в изученном материале.

Для наглядности сведения представлены в виде таблицы:

## Вертикальный контекст в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе

Параметры для сравнения	Business: The Ultimate Resource	Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration	The World's Business Cultures and How to Unlock Them
Объем проанализированного материала	144 статьи; 314 страниц текста; 338 880 слов	237 страниц текста; 64 000 слов	268 страниц текста; 54 450 слов
Наиболее распространенная разновидность «чужого» слова	Цитирование (141 случай)	Цитирование (316 случаев)	Цитирование (68 случаев)
Цель цитирования	Наиболее объективная, полная, точная передача информации.	Наиболее объективная и правдивая передача информации, «погружение» читателя в реальные события.	«Оживление» повествования; обращение к цитатам помогает автору показать объективный взгляд «со стороны».
Основные источники цитирования	Авторитетные издания в мире бизнеса, Библия, речи политических деятелей, произведения художественной литературы, высказывания известных людей, Декларация независимости США.	Высказывания людей, имеющих прямое или косвенное отношение к описываемым событиям; произведения художественной литературы; высказывания композиторов, философов, психологов, художников и др.	Высказывания, которые помогают продемонстрировать важные для книги наблюдения. Реже цитируются качественная пресса, книги авторитетных специалистов в обсуждаемой сфере и высказывания героев современных фильмов.

Параметры для сравнения	Business: The Ultimate Resource	Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration	The World's Business Cultures and How to Unlock Them
Особенности цитирования	Есть неточности в названии источников; не всегда можно установить инвариант.	Есть неточности в названии источников; не всегда можно установить инвариант.	Достоверность информации об источнике цитирования невозможно установить.
Источники аллюзий	Западноевропейская литература, мифология и фольклор, классическая литература и мифология, Библия, исторические лица и события, произведения современной музыкальной индустрии и киноиндустрии.	Произведения западноевропейской художественной литературы, известные авторы, западноевропейская мифология и фольклор, классическая мифология и литература, реальные события и известные люди.	Аллюзий нет.
Другие аспекты аллюзивности	Обыгрывание и деформация идиом; случаи иноязычных вкраплений; сноски с цитатами известных людей мира бизнеса.	Иноязычные вкрапления.	Иноязычные вкрапления, пословицы.
Социально-исторический вертикальный контекст	Сосуществует с собственно филологическим вертикальным контекстом; представлен реалиями мира бизнеса,	Сосуществует неразрывно с собственно филологическим вертикальным контекстом; представлен реалиями	Более частотен в сравнении с филологическим вертикальным контекстом, сосуществует с ним; Представлен

Параметры для сравнения	Business: The Ultimate Resource	Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration	The World's Business Cultures and How to Unlock Them
	упоминанием событий, имен собственных, названий компаний.	мира бизнеса, упоминанием событий, имен собственных, названий компаний.	реалиями мира бизнеса и культурными реалиями, упоминанием событий, имен собственных, названий компаний.
Смежные явления	Намеренное совмещение письменной и устной форм языка; многообразие средств общей экспрессивности.	Намеренное совмещение письменной и устной форм языка.	Намеренное совмещение письменной и устной форм языка.

Объективные выводы об экспрессивности информативного делового дискурса и о частотности употребления тех или иных аллюзивных фигур речи можно сделать только при сопоставлении их с текстами других жанров. Ситуацию со спецификой аллюзивности аутентичных текстов, подробно проанализированных в Главе 3 настоящего диссертационного исследования, можно наглядно проиллюстрировать, сравнив материал делового дискурса с двумя, явно отличающимися, рубриками из журнала *The New Yorker* — *Debt by Degrees* (The Financial Page — Финансовая страница Джеймса Суловики) и *Better Times* (The Current Cinema — колонка кино Энтони Лейна) с точки зрения вертикального контекста и концентрации цитатной речи.

В Финансовой странице от 21 ноября 2011 *Debt by Degrees* рассматривается проблема образовательного кредита в США, которая постепенно приводит автора к рассуждениям о проблеме образования в стране:

But the average student-teacher ratio in college is sixteen to one, just about what it was thirty years ago. In other words, teachers today aren't any more productive than they were in 1980. The problem is that colleges can't pay 1980 salaries, and the only way they can pay 2011 salaries is by raising prices. And the Baumol problem is exacerbated by the arms-race problem: colleges compete to lure students by investing in expensive things, like high-profile faculty members, fancy facilities, and a low student-to-teacher ratio.

J. Surowiecki. Debt by Degrees, *The New Yorker*,  
November 21, 2011.

Прежде всего обращает на себя внимание игра слов в заголовке. С одной стороны, слово *degrees* можно рассматривать как часть фразеологической единицы *by degrees*, что значит «постепенно, медленно» (Longman Dictionary of Contemporary English: *very slowly, gradually*|*By degrees, the music drove all thoughts from his head.*) [184: 357]; в рассматриваемом контексте речь идет о длительном процессе выплаты долга. С другой стороны, одно из значений слова *degree* — «квалификация, степень» (Longman Dictionary of Contemporary English: *the qualification given to someone who has successfully completed a university or college course*|*Lori has a degree in chemistry from Harvard.*) [184: 357]. В этом случае заголовок отсылает нас к той части текста, в которой говорится о качестве преподавания в учебных заведениях США.

В тексте также есть один случай употребления обобщенного цитирования “a higher-education bubble”, два имени собственных (антропоним William Baumol и название компании Ford) и две аллюзии на протореальность (Occupy Wall Street, two huge bubbles), не требующие больших усилий для их адекватного восприятия. Если сравнить этот текст с материалами из энциклопедии *Business: The Ultimate Resource*, можно отметить общую черту — привлекающий внимание аллюзивный заголовок. При сопоставлении же с книгами Уоррена Бенниса и Барри Томалина, становится очевидным, что

цитатная речь, лежащая в их основе, в статье Джеймса Суловики представлена только одним случаем обобщенного цитирования, о котором говорилось выше.

Обратимся к аутентичному материалу *Better Times*. “*The Artist*” and “*The Descendants*” — рецензии Энтони Лейна на фильмы «Артист» и «Потомки». Цель журналиста не столько в передаче объективной и проверенной информации, сколько в сообщении достаточно прямолинейных и оценочных суждений об этих фильмах. Язык и слог автора характеризуются высокой концентрацией разнообразных аллюзивных фигур речи, что можно наглядно проиллюстрировать приведенными ниже фрагментами статьи:

1. It is Dujardin, though, in his portrait of the artist as a dashing mute, who best raises the ghost of an era. The two-second shot in which, on set, as the cameras roll, Valentin locks into a brooding frown—the standby of the questing smolderer—earns a laugh for sheer precision, and, behind such face-making, you sense a lot of homework. He has an oily dab of his compatriot Maurice Chevalier, plus a stronger dose of Douglas Fairbanks, including the neat yet unvillainous mustache and the elastic bonhomie, joshing with camera crews as he does with reverent fans.

Anthony Lane. *Better Times*. “*The Artist*” and “*The Descendants*”,  
*The New Yorker*, November 21, 2011.

2. Word of this tacit new film has spread since it showed at Cannes, in May, and much of its allure is due to the speed—eager and uncomplaining—with which you feel the audience, innocents as well as buffs, acclimatizing to its antiquated modes. Here is a crowd-pleaser that makes you glad to be part of the crowd, perhaps because—to adopt the classical viewpoint—silent cinema really was the purest and most binding incarnation of the medium, one from which we have torn ourselves, to our detriment, ever since. That is why “*The Artist*” seems instantly easy on the mind’s eye, and why

we feel a natural tug of resistance when Peppy, the bright spark of sound, declares to an interviewer, “Make way for the young!” What Hazanavicius has wrought is damnably clever, but not cute; less like an arch conceit and more like the needle-sharp recollection of a dream. It is, above all, a Gallic specialty—the intellectual caprice that applies a surprising emotional jolt. One finds the same mixture in Cocteau’s “Orphée,” which transmitted Greek myths as if in a live broadcast, and in Ravel’s “Le Tombeau de Couperin,” which sought not so much to mimic Baroque musical form as to uncover a vitalizing force within the act of homage. When challenged over the seeming levity of the piece, Ravel replied, “The dead are sad enough, in their eternal silence,” and that will stand as a motto for “The Artist”—a spry monochrome comedy that is tinted with regret for the rickety noise and color, as far as we can hope to imagine them, of lost time. Make way for the old!

Anthony Lane. Better Times. “The Artist” and “The Descendants”,  
*The New Yorker*, November 21, 2011.

Во-первых, надо отметить, что вертикальный контекст в рецензии представлен прямым непрерывным цитированием, включающим в себя высказывания известных людей. В качестве примера можно привести слова Мориса Равеля “The dead are sad enough, in their eternal silence”, предложенные Энтони Лейном как «девиз» для фильма «Артист». Другим примером цитатной речи в рецензии являются слова героев рецензируемых фильмов. К ним можно отнести, например, слова Пеппи Миллер в интервью о новом кинематографе “Make way for the young!”.

Во-вторых, важное место в тексте занимают многочисленные аллюзии — как на произведения английских классиков, так и на современный кинематограф. Например, следующее высказывание, относящееся к актеру Жану Дюжардену и его герою в фильме «Артист», in his portrait of the artist as a

dashing mute является аллюзией на “A portrait of the artist as a young man” Джеймса Джойса. Более того, в тексте рецензии использовано немало имен собственных (Cocteau, Ravel, Maurice Chevalier, Douglas Fairbanks, Hazanavicius). Некоторые из них (Maurice Chevalier, Douglas Fairbanks) стилистически маркированы и в результате антономазии приобретают нарицательное значение, предполагающее сравнение. В целом, прочтение и адекватная интерпретация требуют наличия у читателя обширного фонового знания в обсуждаемой сфере.

Помимо проявлений собственно вертикального контекста для статьи характерна высокая концентрация средств общей экспрессивности и черт, присущих устной речи: сосуществование в тексте разных пластов лексики (the questing smolderer | plus | due to | declare | cute), употребление форм личных местоимений при обращении к читателю (you sense a lot of homework), восклицательные предложения (Make way for the old!), параллельные конструкции (Make way for the young! | Make way for the old!), парентетические внесения (the standby of the questing smolderer | to adopt the classical viewpoint), аллитерация (camera crews | acclimatizing to its antiquated modes | spark of sound).

Сопоставительный анализ перечисленных выше источников позволяет сделать вывод о том, что изучение онтологии вертикального контекста не может ограничиваться художественной литературой и публицистикой, и показывает, что, несмотря на преимущественно информативный характер изложения, пишущие неизменно прибегают к средствам экспрессивности и, в частности, к основным составляющим социально-исторического и филологического вертикального контекста.

### Выводы к Главе 3

Сплошной анализ нескольких разновидностей аутентичного англоязычного бизнес-дискурса и сопоставление их с текстами других жанров в Главе 3 настоящей диссертации позволяет сделать ряд выводов и наблюдений.

Приоритетом авторов статей и книг бизнес-тематики является информативность и объективность в изложении материала. Тем не менее, наличие аллюзивных фигур речи можно считать характерным явлением для англоязычного бизнес-дискурса.

Наиболее частотный способ существования вертикального контекста в текстах деловой направленности — полное непрерывное цитирование. Наряду с этой разновидностью цитатной речи встречается также и полное прерывное цитирование, фрагментарное или усеченное и другие разновидности цитатной речи. В отличие от произведений художественной литературы, обнаружение филологического вертикального контекста в которых можно сравнить с разгадыванием кроссворда или паззла, и успех этой задачи обеспечивает наиболее полное и глубокое понимание авторской интенции или характера персонажа, в деловом дискурсе элемент «разгадывания» практически отсутствует — источники цитаты названы, цель ее употребления объясняется самим автором. В одних случаях обращение к «чужому» слову, то есть использование цитат из авторитетных источников, помогает пишущему передать информацию наиболее объективно, многогранно и, следовательно, профессионально. В других случаях, цитирование помогает читателю лучше понять материал, «погружаясь» в него, читая о фактах «из первых уст». Внедрение цитат в повествование также оживляет его, делает его более легким для восприятия.

Авторы статей и книг деловой направленности используют и другие способы создания вертикального контекста: аллюзии, деформированные идиомы, пословицы и поговорки, иноязычные вкрапления.

В процессе работы над материалом был выявлен ряд источников цитат и аллюзий в бизнес-дискурсе. В первую очередь, цитируются авторитетные источники из разных сфер бизнеса. Также в деловом дискурсе можно встретить аллюзивные фигуры речи, инвариантами которых являются произведения или герои произведений западноевропейской литературы, Библия, мифология и

фольклор, речи известных политических деятелей, известные исторические лица и события, высказывания философов, психологов, композиторов, художников, а также произведения современной музыкальной и киноиндустрии, качественная пресса.

В подавляющем большинстве случаев источники цитат и аллюзий названы. Нередко прослеживаются некоторые неточности в названии источников и в выборе пунктуации, обозначающей границы «чужого» слова в тексте. В некоторых случаях инвариант установить в принципе невозможно.

Степень частотности употребления аллюзивных фигур речи в бизнес-дискурсе различна в разных источниках и напрямую связана с индивидуальным стилем автора.

Филологический вертикальный контекст в бизнес-дискурсе неразрывно связан с социально-историческим вертикальным контекстом. Невозможно рассматривать эти явления отдельно от сосуществующих с ними средствами общей экспрессивности, концентрация которых также различна в разных видах материала и обусловлена авторским стилем.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основная **цель** настоящей диссертации, выполненной на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова в научном направлении профессора Т. Б. Назаровой «Английский язык делового общения: теория и практика», заключалась в выявлении вертикального контекста — филологического и социально-исторического — в аутентичном бизнес-дискурсе с опорой на накопленный отечественными и зарубежными учеными опыт в изучении материала художественной литературы, научной прозы и языка СМИ. **Актуальность** диссертационного исследования определялась необходимостью дальнейшего научно-теоретического исследования не только английского языка делового общения, но и аутентичного делового дискурса. **Научная новизна** выполненного исследования заключается в том, что впервые описание письменного бизнес-дискурса связывается с проблемой реального бытования и закономерностей функционирования социально-исторического и филологического вертикального контекста.

Во **Введении** разъяснена актуальность диссертации, ее научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность, определены объект и предмет диссертационного исследования, сформулированы цели и задачи, представлен материал, перечислены методы и методики, рассказано о том, как осуществлялась апробация работы.

В **Главе 1** «Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных ученых» подробно рассмотрены понятия социально-исторического и филологического вертикального контекста, сопоставлены подходы к изучению вертикального контекста в работах отечественных филологов и в трудах зарубежных лингвистов. В §§1-5 Главы 1 обсуждаются методы, предложенные для обнаружения филологического вертикального контекста (прагмастилистическое сопоставление, филологическая топология), и

перечислены основные источники цитирования в художественной литературе (произведения Уильяма Шекспира, Библия Короля Иакова, англоязычная классическая проза и поэзия, мировая литература в оригинале и переводах, античная литература и мифология, историческая литература, высказывания исторических лиц и об исторических лицах, детские стихи, пословицы и поговорки).

В **Главе 2** «Онтология филологического фонового знания: словари цитат и аллюзий» предпринята попытка определения оптимального источника филологического фонового знания. В §§3-5 Главы 2 методика лексикографического анализа словарей (*dictionary criticism*), предполагающая подробное описание и сопоставление словарных изданий с учетом таких параметров, как тип словаря, источники цитат и аллюзий, особенности их мега-, макро- и микроструктуры, применялась к следующим авторитетным словарям цитат и аллюзий: *The Oxford Dictionary of Quotations* [190], *Concise Oxford Dictionary of Quotations* [188], *Dictionary of Quotations* Бергена Эванса [181], *The Macmillan Dictionary of Quotations* [189], *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion* [191], *Brewer's Dictionary of Phrase and Fable* [179], Учебный словарь цитат из англоязычных авторов (под ред. Л. В. Болдыревой и И. В. Гюббенет) [172].

Изучение лексикографического материала в §§3-5 Главы 2 позволило сделать следующие выводы: словарь цитат и аллюзий, будучи источником, регистрирующим фоновые знания, оказывается открытой динамичной системой; сведения, собранные в лексикографических справочниках, не всегда совпадают с информацией, нуждающейся в интерпретации при чтении англоязычного текста.

**Глава 3** «Вертикальный контекст в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе: основные разновидности и смежные явления» строилась вокруг следующих образцов аутентичного англоязычного бизнес-дискурса: статьи в разделе *Best Practice* третьего издания одноязычной энциклопедии *Business: The*

*Ultimate Resource* (Bloomsbury Publishing, 2011), книга *Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration* Уоррена Бенниса и Патрисии Бидерман (Basic Books, 1997) и книга *The World's Business Cultures and How to Unlock Them* Барри Томалина и Майка Никса (Thorogood Publishing, 2007). Подробный анализ текстов статей и материала книг двух авторитетных авторов с применением методики сплошной выборки позволили систематизировать общее и особенное в рассмотренных разновидностях делового дискурса.

В то время как в произведениях художественной литературы филологический вертикальный контекст часто представляет некоторую «загадку», которую читателю необходимо разгадать, чтобы выйти на новый уровень понимания произведения, характеров героев и интенции автора, высокая степень цитации в основе бизнес-дискурса направлена, в первую очередь, на выполнение информативной функции. Приоритетной представляется адекватная, легко воспринимаемая, четко организованная передача информации. Сопоставление в §5 Главы 3 образцов делового дискурса с текстами других жанров расширяет представления о специфике экспрессивности и аллюзивности рассматриваемого материала. Наряду с теми источниками цитат и аллюзий, которые характерны для художественной литературы, можно выделить и такие, как современная литература бизнес-тематики, речи известных политических деятелей, высказывания философов, психологов, композиторов, художников, а также произведения современной музыкальной и киноиндустрии, качественная пресса.

Выполненное исследование является перспективным, так как делает возможным дальнейшее изучение письменного делового дискурса с учетом регионального варьирования современного английского языка; представляется перспективным сопоставление американского бизнес-дискурса с дискурсом других англоязычных бизнес-культур (Великобритании, Австралии, Канады, Индии).

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова О. В. Проблемы экспрессивного синтаксиса / О. В. Александрова — М.: Высшая школа, 1984. — 212 с.
2. Александрова О. В., Комова Т. А. Современный английский язык: морфология и синтаксис. — М.: Академия, 2007. — 219 с.
3. Алещанова И. В. Цитация в газетном тексте (на материале современной английской и российской прессы). — Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. — Волгоград, 2000. — 27 с.
4. Андросенко В. П. Цитата как элемент обобщения и как фактор эстетического воздействия. — Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. — М., 1988. — 22 с.
5. Аникина Э. М. Лингвокультурная специфика реализации интертекстуальности в дискурсе СМИ (на материале англо-американской прессы). — Дисс. ... канд. филол. наук. — Уфа, 2004. — 233 с.
6. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сборник статей / Науч. редактор П. Е. Бухаркин. — СПб.: 1999. — 444 с.
7. Апресян Ю.Д. Принципы системной лексикографии и толковый словарь // Поэтика. История литературы. Лингвистика. Сборник к 70-летию Вячеслава Всеволодовича Иванова. — М., 1999. — С. 634-650.
8. Ахманова О. С. Эквиваленты слов и их классификация в современном английском языке // Доклады и сообщения филологического факультета МГУ, Вып. 6, — М., 1948. — С. 9.
9. Ахманова О. С. К вопросу об отличии сложных слов от фразеологических единиц / на материале английского и шведского языков // Труды Института языкознания АН СССР, т. 4, — М, 1954. — С. 3-49.
10. Ахманова О. С. Очерки по общей и русской лексикологии. Издание 2-е. М.: Едиториал УРСС, 1957, 2004 — 296 с.

11. Ахманова О. С., Гюббенет И. В. «Вертикальный контекст» как филологическая проблема // Вопросы языкознания, №3, 1977. — С. 47–54.
12. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). — М.: Междунар. отношения, 1975. — 240 с.
13. Бахтин М. М. К методологии литературоведения // Контекст 1974. Литературно-критические исследования. — М.: Наука, 1975. — С. 203-212.
14. Богородицкая В. А. Общеупотребительная бизнес-терминология в современном аутентичном англоязычном дискурсе. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2010. — 191 с.
15. Болдырева Л. В. Социально-исторический вертикальный контекст и проблема понимания литературно-художественного текста. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1991. — 207 с.
16. Буданова Б. В. Онтология знаковости в деловом общении на английском языке. — Дисс. ... канд. филол. н. — М., 2007. — 133 с.
17. Варченко В. В. Формы и функции цитатной речи в медиа-тексте (на материале английского языка). — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2004. — 188 с.
18. Вербицкая М. В., Тыналиева В. К. Вторичный текст и вторичные элементы в составе развернутого произведения речи. — Фрунзе, 1984. — 102 с.
19. Вершинина М. В. Идиомы в словарной части современной одноязычной энциклопедии “Business: The Ultimate Resource” // Известия Самарского научного центра РАН, №2(3). — Самара, 2014. — Т. 16. — С. 647-653.
20. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. — М.: Изд-во АН СССР, 1963. — 253 с.
21. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. — М., 1977. — С. 140-161.
22. Виноградов В. С. Введение в переводоведение. — М.: ИОСО РАО, 2001. — 224 с.

23. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. — М.: Высш. школа, 1986. — 416 с.
24. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / И. Р. Гальперин — М.: Издат-во лит. на иностр. яз., 1958. — 459 с.
25. Гвишиани Н. Б. Введение в контрастивную лексикологию (англо-русские межъязыковые соответствия) — М.: URSS, 2010. — 288 с.
26. Гвишиани Н. Б. Современный английский язык. Лексикология — М., изд-во Юрайт, изд. 3-е, исправленное и дополненное, 2013. — 273 с.
27. Германова О. А. Иллюстрированные и иллюстративные словари. — Дисс. ... канд. филол. наук. — Иваново, 2011. — 278 с.
28. Гринев-Гриневиц С. В. Введение в терминографию: Как просто и легко составить словарь. Учебное пособие. Изд. 3-е, доп. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 224 с.
29. Гусева А. А. Интертекстуальность как переводческая проблема (на материале романа Дж. Джойса «Улисс» и его перевода на русский язык). — Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2009. — 20 с.
30. Гюббенет И. В. К проблеме понимания литературно-художественного текста (на английском материале). — М.: Изд-во МГУ, 1981. — 108 с.
31. Гюббенет И. В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста. — М.: Изд-во МГУ, 2010. — 205 с.
32. Даирова К. Н. Структурно-семантические особенности цитаты и ее функционирование в тексте (на материале английской научной лингвистической литературы) — Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1983. — 22 с.
33. Данюшина Ю. В. Многоуровневый анализ сетевого бизнес-дискурса. — Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. — М., 2011. — 49 с.
34. Данюшина Ю. В. Метафора в дискурсе бизнес-медиа (опыт социо-когнитивного анализа) // Вопросы когнитивной лингвистики, 2011. №1. — С. 37-44.

35. Дарбишева Х.А. Онтология экспрессивности в деловой корреспонденции на английском языке // Научная мысль Кавказа. — Ростов-на-Дону, 2008. № 3. — С. 131 - 137.
36. Дарбишева Х.А. Экспрессивный синтаксис в письмах-оферта // Вестник Самарского государственного университета, 2008. №7. — С. 312-323.
37. Дарбишева Х. А. Онтология экспрессивности в письмах-оферта. — Дисс. ...канд. филол. наук. — М., 2009. — 184 с.
38. Девкин В. Д. Очерки по лексикографии. — М.: Прометей, 2000. — 395 с.
39. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация. — М.: Гнозис, 2006. — 376 с.
40. Долгина Е. А. Артиклевые формы имени существительного в когнитивно-грамматической категоризации современного английского языка. — Дисс. ...докт. филол. наук. — М., 2010. — 353 с.
41. Дубичинский В. В. Теоретическая и практическая лексикография. — Wiener Slawischer Almanach: Вена, Харьков, 1998. — 156 с.
42. Задорнова В. Я. Восприятие и интерпретация художественного текста. — М., Высшая школа, 1984. — 152 с.
43. Задорнова В. Я. Стилистика английского языка. Методические указания. — М.: Изд-во МГУ, 1986. — 32 с.
44. Задорнова В. Я. Словесно-художественное произведение на разных языках как предмет лингвопоэтического исследования. — Дисс. ... докт. филол. наук. — М., 1992. — 479 с.
45. Задорнова В. Я., Матвеева А. С. «Море» как элемент создания образа в английской поэзии // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. — Вып. 35. — М.: Диалог-МГУ, 2007. — С. 121-138.
46. Зеленкова Ю. А. Проблема собственных и чужих реалий в оригинале и переводе (на материале романа Б. Стокера «Дракула» и его переводов на русский язык). — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2004. — 247 с.

- 47.Зубова У. В. Филологический вертикальный контекст в деловой журналистике. — Дипломная работа (научный руководитель — Назарова Т. Б.). — М., 2011. — 63 с.
- 48.Зубова У. В. Филологический вертикальный контекст в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе // Тезисы V Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения». — Москва: Российский университет дружбы народов, 2012. — С. 20-21.
- 49.Зубова У. В. Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных филологов // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика», №4/2013. — С. 62-66.
- 50.Зубова У. В. Онтология филологического фонового знания: словари цитат и аллюзий // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика», №4/2014. — С. 44-54.
- 51.Зубова У. В. Онтология филологического вертикального контекста в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе // Вестник ВЭГУ, №3/2013. — С. 187-190.
- 52.Зубова У. В. Филологическое изучение англоязычного бизнес-дискурса: вертикальный контекст и смежные явления // Ахмановские чтения 2012: Сборник материалов конференции. — М.: МАКС Пресс, 2013. — С. 112-121.
- 53.Идзелис Р. Ф. Единство онтологии и семиотики в изучении английской научной речи. — Дисс. ... докт. филол. наук. — М., 1987. — 387 с.
- 54.Изотова А. А. Деформация английских фразеологических единиц в функциональном освещении. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1992. — 124 с.
55. Карпова О. М. Лексикографические портреты словарей современного английского языка. — Иваново: Иван. Гос. ун-т, 2004. — 192 с.
- 56.Карпова О. М., Коробейникова О. В. Словари языка писателей и цитат в английской лексикографии. — М.: Изд-во МГОУ, 2007. — 105 с.

57. Карпова О. М. Английская лексикография: учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. учеб. заведений / О. М. Карпова. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. — 176 с.
58. Козицкая Е. А. Смыслообразующая функция цитаты в поэтическом тексте: Пособие по спецкурсу. — Тверь: Твер. Гос ун-т, 1999. — 140 с.
59. Катинене Н. Ф. Глобальный вертикальный контекст романов Т. Гарди. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1983. — 204 с.
60. Кесарес Х. Введение в современную лексикографию. — М.: Наука, 1958. — 355 с.
61. Кесарес Х. Лексикографический метод исследования фразеологизмов. — М.: Наука, 1958. — 126 с.
62. Кибрик А. А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе. — Дисс. ... докт. филол. наук. — М., 2003. — 90 с.
63. Кибрик А. А. Дискурсивная таксономия и медийный дискурс // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М. Н. Володиной. — М.: Академический Проект, 2011. — С. 79–84.
64. Клименова Ю. И. Онтология метафоры в англоязычном экономическом медиа-дискурсе. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2010. — 238 с.
65. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. — М.: ЭТС, 2004. — 424 с.
66. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушении поэтики/Пер. с франц. — М.: РОССПЭН, 2004. — 656 с.
67. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. — М., 2004. — 560 с.
68. Кубрякова Е. С., Цурикова А. В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. — М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. — С. 183-209.

69. Кузьмина Н. А. Интертекст: тема с вариациями. Феномены языка и культуры в интертекстуальной интерпретации. Изд. 2-е, испр. и доп. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. — 272 с.
70. Кунин А. В. Вклинивание как лингвостилистическое явление // Иностранные языки в школе, 1973, №3. — С. 13-22.
71. Кунин А. В. Двойная актуализация как понятие фразеологической стилистики // Иностранные языки в школе, 1974. №6. — С. 5-12.
72. Кунин А. В. Ассиметрия в сфере фразеологии // Вопросы языкознания, 1988, №3. — С. 90-107.
73. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка: Уч. пособие для институтов и факультетов иностранных языков. — Дубна, Феникс+, 2005. — 488 с.
74. Лебедева Е. Б. Функция сообщения и функция воздействия в современных английских литературоведческих работах. — Автореф. Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1983. — 23 с.
75. Липгарт А. А. Лингвопоэтическое сопоставление. Теория и метод. — М., 1994. — 276 с.
76. Липгарт А. А. Лингвопоэтическое исследование художественного текста: теория и практика. — Автореф. Дисс. ... докт. филол. наук. — М., 1996. — 48 с.
77. Липгарт А. А. Методы лингвопоэтического исследования. — М., 1997. — 220 с.
78. Липгарт А. А. Основы лингвопоэтики. — М.: Диалог-МГУ, 1999. — 156 с.
79. Машкова Л. А. Литературная аллюзия как предмет филологической герменевтики. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1990. — 182 с.
80. Машкова Л. А. О природе аллюзии // Проблемы филологии: язык и литература, №4/2011.

81. Машкова Л. А. Социально-исторические аллюзии в тексте художественного произведения // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. — №5/2011. — С. 168-171.
82. Машкова Л. А. Аллюзия в художественном произведении как способ взаимодействия живописи и литературы (на примере творчества Э. Т. А. Гофмана) // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. — №5/2013. — С. 142-145.
83. Машкова Л. А. Литературно-художественное произведение: онтология понимания // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. — №1/2014.
84. Менджерицкая Е. О. Публицистика как тип дискурса // Язык, сознание, коммуникация, №7. — М., 1999. — С. 13–18.
85. Менджерицкая Е. О. Особенности национального публицистического дискурса // Язык, сознание, коммуникация, №9. — М., 1999. — С. 52–59.
86. Менджерицкая Е. О. Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и типология медиадискурса // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М. Н. Володиной. — М.: Академический Проект, 2011. — С. 72–78.
87. Минаева Л. В. Лексикология и лексикография английского языка: учеб. пособие / Л. В. Минаева. — М.: АСТ: Астрель, 2007. — 223 с.
88. Михайлова Е. В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей) — Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 1999. — 25 с.
89. Назарова Т. Б. Филология и семиотика. Современный английский язык: Учеб. пособие / Т. Б. Назарова. — 2-е изд., испр. — М.: Высш. шк., 2003. — 191 с.
90. Назарова Т. Б. Словарный состав английского языка делового общения. Спецкурс / Назарова Т. Б., Кузнецова Ю. Н., Преснухина И. А.; под ред. проф. Назаровой Т. Б. — М.: Астрель: АСТ, 2007. — 319 с.

91. Назарова Т. Б. Современная английская филология: Семиотические проблемы. Учеб. пособие/Т. Б. Назарова. — 3-е изд.. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. — 216 с.
92. Назарова Т. Б. Когнитивный подход и корпусные исследования: соперничество, союз или слияние? // «Вопросы прикладной лингвистики». Сборник статей кафедры иностранных языков экономического факультета Российского университета дружбы народов. — Выпуск 7. — М.: РУДН, 2012. — С. 46 – 52.
93. Назарова Т. Б. Параллельные структуры и условия языковой коммуникации // «Динамические процессы в германских языках». Материалы чтений памяти В. Н. Ярцевой. — Выпуск IV. — М.: Институт языкознания РАН, 2012. — С. 295 – 301.
94. Назарова Т. Б. Речевая деятельность в деловых целях: диалектика теории и практики // «Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности». Сборник научных статей Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. — Выпуск 7. — Нижний Новгород, 2012. — С. 149-154.
95. Назарова Т. Б. Современный англоязычный бизнес-дискурс: семиотический аспект // «Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности». Журнал Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. — Выпуск 1 (8). — Нижний Новгород: ФГБОУ ВПО «НГЛУ», 2013. — С. 150-155.
96. Назарова Т. Б. Динамические процессы в словарном составе английского языка делового общения // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки»: научный журнал. — №1(57) 2014. — Орел, 2014. — С. 271-275.
97. Назарова Т. Б. «Семиотика и филологический анализ художественного текста» // Сборник статей участников II Международной научной конференции в Курганском государственном университете. — Курган, 2014.

98. Назарова Т. Б., Богородицкая В. А. Общеупотребительная терминология английского языка делового общения: когнитивный подход // Категоризация и концептуализация в языках для специальных целей и профессиональном дискурсе. Сборник научных статей. — Рязань, 2009. — С. 208-226.
99. Назарова Т. Б., Богородицкая В. А. Общеупотребительная терминология в методологическом освещении // Филологические науки, № 1, 2010. — С. 87-97.
100. Назарова Т. Б., Буданова Б. В. Семиотика коммуникантов в деловом общении на английском языке // Язык, сознание, коммуникация. — М., 2006. — Вып. 32. — С. 43-50.
101. Назарова Т. Б., Буданова Б. В. Онтология знаковости в деловой корреспонденции на английском языке // Вестник Самарского Государственного Университета. — Самара, 2007. — С. 241-251.
102. Назарова Т. Б., Дарбишева Х. А. Узуальные словосочетания в письмах-оферта // Вестник Самарского государственного университета, №5/2, 2008. — С. 91-101.
103. Назарова Т. Б., Левина А. А. Английский язык делового общения. Пособие по обучению чтению — М.: Высшая школа, 2006. — 135 с. (на англ. яз.).
104. Назарова Т. Б., Преснухина И. А. Региональное варьирование в деловом общении на английском языке. — М.: Астрель: АСТ, 2009. — 256 с.
105. Назарова Т. Б., Толстова Т. В. Грамматика в деловом общении на английском языке: от функции к формам // Вестник Самарского Государственного Университета. Специальный выпуск. — Самара, 2006. — С. 187-196.
106. Полубиченко Л. В. К обоснованию и развитию понятия вертикальный контекст (на материале английской поэзии). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1979. — 23 с.

107. Полубиченко Л. В. Проблемы филологической топологии // Теория и практика изучения современного английского языка. — М., 1985. — С. 93-102.
108. Полубиченко Л. В. Топология смысла при переводе художественной литературы // Смысл и значение на лексическом и синтаксическом уровнях. — Калининград, 1986. — С. 3-5.
109. Полубиченко Л. В. Филологическая топология в английской классической поэзии. — М., 1988. — 145 с.
110. Полубиченко Л. В. Филологическая топология: теория и практика. Дисс. ... докт. филол. наук. — М., 1991. — 729 с.
111. Погребенко Ю.И. Место и функции цитаты в словаре (на материале брит. учеб. однояз. словарей). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2003. — 24 с.
112. Потапова А. В. Фразовые глаголы в англоязычном бизнес-дискурсе: разработка пошаговой методики описания аутентичного материала // Ахмановские чтения 2012: Сборник материалов конференции. — М.: МАКС Пресс, 2013. — С. 162-171.
113. Преснухина И. А. Деловое общение в свете диатопического варьирования современного английского языка. — Дисс. ... канд. филол. н. — М., 2005. — 221 с.
114. Протопопова Д. А. Шекспировские цитаты и аллюзии в романе Дж. Джойса «Улисс». — Дисс. ... канд. филол. н. — М., 2008. — 229 с.
115. Прохорова М. Ю. Филологический вертикальный контекст в прагмалингвистическом освещении. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1989. — 182 с.
116. Рецкер Я. И. Учебное пособие по переводу с английского языка на русский. — М., 1981. — 84 с.
117. Селеменева Л. В. Аллюзивный аспект художественного текста как объект прагмалингвистического и лингвопоэтического исследования (на материале

- английской и американской литературы). — Дисс. ... канд. филол. н. — М., 2000. — 257 с.
118. Скребнев Ю. М. Основы стилистики английского языка / Ю. М. Скребнев — М.: АСТ/Астрель, 2003. — 221 с.
119. Слышкин Г. Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. Academia, М., 2000. — 128 с.
120. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка. — М., 1956. — 340 с.
121. Соболев Л.Н. О переводе образа образом. // Вопросы художественного перевода. — М.: Сов. писатель, 1955. — С. 291-297.
122. Сорокина Е. В. Особенности перевода реалий художественного текста (на материале переводов романа Ч. Диккенса «Домби и сын»). — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2007. — 170 с.
123. Ступин Л. П. Лексикография английского языка. — М., Высшая школа, 1985. — 167 с.
124. Тер-Минасова С. Г. Деформация фразеологических единиц как лингвостилистическое средство (на материале английской детской художественной литературы) // Вестник МГУ, Серия 9, Филология, М.: 1986, №3. — С. 28-35.
125. Толстова Т. В. Онтология основных грамматических противопоставлений в деловом общении на современном английском языке. — Дисс. ... канд. филол. н. — М., 2007. — 169 с.
126. Украинец М. А. Вертикальный контекст романа Г. Х. Манро (Саки) “The Unbearable Bassington”. — Дипломная работа (Научный руководитель — И. В. Гюббенет). — М., 2008. — 118 с.
127. Федорова И. В. Учебная лексикография. Теория и практика. М.: Издательский центр «Академия», 2006. — 128 с.
128. Христенко И. С. Лингвостилистические особенности аллюзии как средства создания подтекста. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1993. — 230 с.

129. Чайковский Р. Р. Общая лингвистическая категория экспрессивности и экспрессивность синтаксиса // Уч. записки МГПИИЯ им. М. Горького. Вопросы романно-германской филологии / Р. Р. Чайковский — М., 1971. — Т. 64. — С. 196-200.
130. Чаковская М. С. Функция воздействия и функция сообщения как текстологическая проблема. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1978. — 165 с.
131. Чиненова Л. А. Английская фразеология в языке и речи. — М.: Изд-во МГУ, 1986. — 101 с.
132. Чиненова Л. А., Колесникова М. В. Идиоматическая фразеология и функциональные стили языка. // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков, — М., 1984. — С. 112-120.
133. Шанаева М. А. Словарный состав английского языка делового общения: онтология и эвристика. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2010. — 230 с.
134. Щерба Л. В. Избранные работы по русскому языку. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 259 с.
135. Юнусова И. В. Знак и знаковые отношения в языке и речи. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1998. — 245 с.
136. Юршева Л. А. Воспроизведение и речетворчество в английском языке делового общения. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2001. — 186 с.
137. Akhmanova, O. S. The Principles and Methods of Linguostylistic Research // Ed. by O. S. Akhmanova. — Moscow, 1966. — P. 454.
138. Akhmanova, O. S., Idzelis, R. F. What Is the English We Use? — М.: Изд-во МГУ, 1978. — 157 p.
139. Barthes, R. Texte // Encyclopedia universalis, Vol. 15. P., — 1973, — P.78.
140. Béjoint, H. Modern Lexicography: An Introduction. — Oxford: Oxford University Press, — 2000. — 276 p.
141. Bennis, W. G., Biederman, P. W. Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration. — New York: Basic Books, — 1997. — 240 p.

142. Bergenholz, H., Tarp, S. *Manual of Specialized Lexicography*. — Amsterdam, 1995. — 168 p.
143. Bloom, H. *A Map of Misreading*. — NY: Oxford University Press, 1975. — 206 p.
144. Brower, R. A. *Alexander Pope: The Poetry of Allusion*. — London, Oxford University Press, 1959. — 368 p.
145. Cowie, A. P. *English Dictionaries for Foreign Learners*. — Oxford University Press, 1999. — 232 p.
146. Crystal D., Davy D. *Investigating English style*. — London: Longman, 1979. — 264 p.
147. Galperin, I. R. *An Essay in Stylistic Analysis*. — Moscow, 1968. — 63 p.
148. Hartmann, R. R. K. *Lexicography: Principles and Practice*. — London, Academic Press, 1983. — 228 p.
149. Idzelis, R. F., Natan, L., Poltoratsky, A. I., Smyr'ova, N. *The Principles and Methods of Linguostylistics*. Ed. by Akhmanova, O. S. — Moscow, 1970. — 105 p.
150. Jacobson, R. *Linguistics and Poetics // Style in Language* / Ed. by T. A. Sebeok. — NY, 1960. — P. 150-156.
151. Kennet, L. M. *Jane Austen's Art of Allusion*. — Lincoln, University of Nebraska Press, 1968. — 233 p.
152. Lakoff, G., Johnson, M. *Metaphors we live by*. — The University of Chicago Press, 1980. — 276 p.
153. Leech, G. *Language in Literature: Style and Foregrounding*. — Pearson Education Limited, 2010. — 222 p.
154. Lester, G. B. *Inner-Biblical Allusion*. // *Theological Librarianship*, Vol.2 #2, 2009. — P. 89-93.
155. McArthur, T. *Worlds of Reference. Lexicography, Learning and Language from the Clay Tablet to the Computer*. — Cambridge, Cambridge University Press, 1986. — 230 p.

156. Milliken, K. F. Communicative methodology in teaching Business English as part of the university curriculum: a case study. — Master Thesis (Scientific supervisor — T. B. Nazarova), — Moscow, 2012.
157. Nazarova, T. B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students. — First edition. — Moscow: Dialog-MSU, 1997. — 133 p.
158. Nazarova, T. B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students of Language and Literature. — Second edition. — Moscow: Dialog-MSU, 2000.
159. Nazarova, T. B. Business English. A Course of Lectures and Practical Assignments /Nazarova, T. B. — M.: AST/Astrel, 2004. — 272 p.
160. T.B. Nazarova. Semiotics in an ELT Setting// Vocabulary Acquisition as Ongoing Improvement. — M.: AST/Astrel, 2006. — P. 306-351.
161. Nazarova, T. B. The English of the Business Media // Nazarova, T. B. Business English. A Course of Lectures with Exercises, Activities and Tasks. — Moscow: AST/Astrel, 2009. — P. 230–269.
162. Nazarova, T. B. Linguistic creativity in the English of business-oriented quality papers // Maja N. Volodina (Hrsg.): Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich. — Mannheim: INSTITUT FÜR DEUTSCHE SPRACHE, 2013. — P. 165-169.
163. Partridge, E. The Gentle Art of Lexicography. — Andre Deutsch, 1963. — 119 p.
164. Pynchon, T. The Art of Allusion. — Southern Illinois University Press, 1980. — 154 p.
165. Ricks, C. Allusion to the Poets. — New York, Oxford University Press, 2002. — 345 p.
166. Schaar, Claes. Vertical Context Systems // Style and Text. Studies Presented to Nils Eric Enkvist. — Stockholm, 1975. — P. 146-157.

167. Schaar, Claes. Linear sequence, spatial structure, complex sign and vertical context system // Poetics 7. North-Holland Publishing Company, 1978. — P. 377-389.
168. Stewart, S. Nonsense Aspects of intertextuality in folklore and literature. — Baltimore and London, The Johns Hopkins University Press, 1978. — 240 p.
169. Tomalin B., Nicks M. The World's Business Cultures and How to Unlock Them. — London: Thorogood Publishing, 2007. — 268 p.
170. Tono, Y. Research on Dictionary Use in the Context of Foreign Language Learning. Focus on Reading Comprehension. — Max Niemeyer, 2001. — 257 p.
171. Vallins, G. H. The Best English. — Andre Deutsch, 1960. — 192 p.
172. Zubova, U. V. Quotations in Authentic Business Discourse // LATEUM 2013 Conference Proceedings. ELT and Linguistics 2013: New Strategies for Better Solutions / Editor-in-Chief: Prof. Olga Aleksandrova. — M.: MAKS Press, 2013. — 2013, — P. 310-311.

### **СЛОВАРИ И ЭНЦИКЛОПЕДИИ**

173. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова, — М.: Советская энциклопедия, 1969. — 576 с.
174. Болдырева Л. В., Гюббенет И. В. Учебный словарь цитат из англоязычных авторов. — М.: Изд-во МГУ, 2000. — 454 с.
175. Назарова Т. Б. Словарь общеупотребительной терминологии английского языка делового общения (учебный, англо-русский). — Москва: АСТ/Астрель, 2002. — 128 с.
176. Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. — 3-е издание, переработанное. — М.: Флинта: Наука, 2003. — 320 с.
177. Щерба Л. В. Русско-французский словарь. — 491 p.
178. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. — 709 с.

179. Barlett, J. Familiar quotations. 10<sup>th</sup> edition. — Little, Brown and Company, Boston, 1919. — 1774 p.
180. Business: The Ultimate Resource. 3<sup>rd</sup> edition. — A&C Black Publishers Ltd, London, 2011.
181. Brewer's Dictionary of Phrase and Fable. Centenary edition. — London, 1970. — 1440 p.
182. Gove, P. B. Webster's third new international dictionary of the English language. Unabridged. — Springfield: G. & C. Merriam Company, 1963, — 2662 p.
183. Evans, B. Dictionary of Quotations. — Delacorte Press, NY, 1968. — 2029 p.
184. Longman Dictionary of Contemporary English. 5<sup>th</sup> edition. — Pearson Education Limited, 2009. — 2082 p.
185. Oxford Advanced Learner's Dictionary. 7<sup>th</sup> edition. — Oxford University Press, 2005. — 1780 p.
186. Oxford Collocations Dictionary. 2<sup>nd</sup> edition. — Oxford University Press, 2012. — 963 p.
187. Oxford Dictionary of English Idioms. 3<sup>rd</sup> edition. — Oxford University Press, 2010. — 533 p.
188. Oxford Guide to British and American Culture. 7<sup>th</sup> edition. — Oxford University Press, 2005. — 533 p.
189. Oxford Idioms Dictionary for Learners of English. — Oxford University Press, 2010. — 512 p.
190. Ratcliffe, S. Concise Oxford Dictionary of Quotations. 5<sup>th</sup> edition. — Oxford University Press, 2006. — 580 p.
191. The Macmillan Dictionary of Quotations. — Edison, 2000. — 790 p.
192. The Oxford Dictionary of Quotations. 4<sup>th</sup> edition. — Oxford, 1992. — 704 p.
193. The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion. — NY, 1994. — 240 p.