

Вул -

На правах рукописи

ЗУБОВА УЛЯНА ВЛАДИМИРОВНА

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

Специальность 10.02.04 — германские языки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва — 2014

Работа выполнена на кафедре английского языкознания филологического факультета
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова».

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор

НАЗАРОВА Тамара Борисовна

Официальные

оппоненты:

ДАНЮШИНА Юлия Владимировна

доктор филологических наук, доцент, профессор

ФГБОУ ВПО «Российская академия народного

хозяйства и государственной службы при Президенте

Российской Федерации»

ВОРОБЬЕВА Анна Евгеньевна

кандидат филологических наук, старший

преподаватель ФГАОУ ВПО НИУ "БелГУ"

Ведущая организация:

ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная

социально-гуманитарная академия»

Защита диссертации состоится «19» марта 2015 г. в 16⁰⁰ часов на заседании
диссертационного совета Д. 501.001.80 при ФГБОУ ВПО «Московский
государственный университет имени М. В. Ломоносова» по адресу: 119991, г. Москва
ул. Ленинские горы, ГСП-1, МГУ имени М. В. Ломоносова, д. 1, стр. 51, 1-ый
учебный корпус, филологический факультет.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной библиотеки
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова»
и на официальном сайте филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова
<http://www.philol.msu.ru/>.

Автореферат разослан «15» декабря

2014 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета

профессор



Т. А. Комова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Английский язык делового общения (Business English) представляет собой взаимообусловленное единство разных функционально-коммуникативных типов устной и письменной речи: техника ведения беседы (Socializing), телефонное общение в деловых целях (Telephoning), деловая переписка (Business correspondence), деловая документация и контракты (Business documents and contracts), деловые встречи (Business meetings), презентации (Presentations), техника ведения переговоров (Negotiating), средства массовой информации, ориентированные на мир бизнеса (The business media).¹

Многие аспекты делового английского не раз становились предметом научно-теоретического изучения: детально описан каждый из вовлеченных в деловое общение функционально-коммуникативных типов речи; ряд работ посвящен его лексическому составу; ключевая бизнес-терминология представлена в двуязычном толковом учебном словаре; рассмотрен грамматический аспект делового английского; выявлено многообразие знаковости в деловой коммуникации на английском языке; специальный курс посвящен региональному варьированию в устном и письменном деловом общении; рассмотрена и обобщена онтология экспрессивности в деловой корреспонденции; сформулированы методологические принципы исследования делового английского и обобщены методические приемы преподавания английского языка делового общения.²

¹ См.: Nazarova 1997, 2000, 2002, 2004, 2006, 2007, 2009. См. также: Назарова, Левина 2006.

² В связи с перечисленными направлениями научных исследований см.: Nazarova, T. B., Kuznetsova, Yu. N., Presnouxhina, I. A. Business English Vocabulary. A Special Course. — М.: AST/Astrel, 2007; Шанаева М. А. Словарный состав английского языка делового общения: онтология и эвристика. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2000; Юршева Л. А. Воспроизведение и речетворчество в английском языке делового общения. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2001; Преснухина И. А. Деловое общение в свете диатопического варьирования современного английского языка. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2005; Толстова Т. В. Онтология основных грамматических противопоставлений в деловом

Реферируемая диссертация продолжает изучение английского языка делового общения в рамках научного направления, развиваемого профессором Т. Б. Назаровой на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, и посвящена проблеме, до сих пор не получившей достаточного внимания, а именно онтологии вертикального контекста в аутентичном англоязычном письменном бизнес-дискурсе с учетом динамики таких процессов, как воспроизведение и речетворчество. Целесообразность исследования этой проблематики неоднократно подчеркивалась в статьях ряда отечественных специалистов и в учебниках делового английского.³

За последние три десятилетия 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

общении на современном английском языке. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2007; Буданова Б. В. Онтология знаковости в деловом общении на английском языке. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2007; Дарбишева Х. А. Онтология экспрессивности в письмах-оферта. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2009; Nazarova, T. B. The Semiotics of Business Communication // *Business English: An Introductory Course for Advanced Students of Language and Literature*. — М.: Dialogue-M, 2000. — P. 71-75; Nazarova, T. B. Semiotics in an ELT Setting // *Vocabulary Acquisition as Ongoing Improvement*. — М.: Астрель/АСТ, 2006. — P. 306-351.

³ 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; Юршева Л. А. Воспроизведение и речетворчество в английском языке делового общения. — Дисс. ...канд.филол.наук. — М., 2001; 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; 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.

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.⁴

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».⁵ 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

⁴ Ахманова О. С., Гюббенет И. В. «Вертикальный контекст» как филологическая проблема // Вопросы языкознания, №3, 1977. — С. 47–54.; Гюббенет И. В. К проблеме понимания литературно-художественного текста (на английском материале). — М.: Изд-во МГУ, 1981; Гюббенет И. В. Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста. — М.: Изд-во МГУ, 2010; Прохорова М. Ю. Филологический вертикальный контекст в прагмалингвистическом освещении. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1989; Машкова Л. А. Литературная аллюзия как предмет филологической герменевтики. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1990; Болдырева Л. В. Социально-исторический вертикальный контекст и проблема понимания литературно-художественного текста. — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 1991; Селеменова Л. В. Аллюзивный аспект художественного текста как объект прагмалингвистического и лингвопоэтического исследования (на материале английской и американской литературы). — Дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2000; Зубова У. В. Филологический вертикальный контекст в деловой журналистике. — Дипломная работа (научный руководитель — Назарова Т. Б.). — М., 2011.

⁵ Данюшина Ю. В. Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса. — Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. — М., 2011. — С. 7.

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».⁶

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.

⁶ Данюшина 2011: 3.

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* (3rd 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.

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 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.

Структура диссертации определяется целями и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы (более 190 наименований изданий отечественных и зарубежных исследователей, включая лексикографические источники).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** разъяснены актуальность диссертации, ее научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность, определены объект и предмет диссертационного исследования, сформулированы цели и задачи, представлен материал, перечислены использованные методы и методики, дана информация об апробации работы.

В **Главе 1** подробно рассмотрены следующие понятия: вертикальный контекст, социально-исторический вертикальный контекст, филологический вертикальный контекст, деформированная идиома, цитата, аллюзия, реалия; сопоставлены подходы к исследованию вертикального контекста в работах отечественных филологов и в трудах зарубежных лингвистов.

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 четким определением в работе О. С. Ахмановой и И. В. Гюббенет: «информация историко-филологического характера, объективно заложенная в конкретном

литературном произведении».⁷ Прототипами терминов «горизонтальный контекст» и «вертикальный контекст» стали “*infracontext*” и “*surface context*”, предложенные Клаусом Шааром в 1975 году.⁸

И. В. Гюббенет выделяет девять способов введения вертикального контекста в словесную ткань литературного произведения: 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; тот или иной 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.⁹

В зависимости от способов введения вертикального контекста были выделены **филологический** вертикальный контекст (цитаты, аллюзии, деформированные идиомы) и **социально-исторический** вертикальный контекст (разного рода реалии, имена собственные, топонимы). Эти разновидности вертикального контекста детально рассмотрены в работах Л. В. Полубиченко, Н. В. Катинене, М. Ю. Прохоровой, Л. А. Машковой, Л. В. Болдыревой, Л. В. Селемёновой, М. А. Украинец.

К настоящему времени обособлены следующие группы источников цитирования в литературно-художественном тексте: произведения Уильяма Шекспира, Библия Короля Иакова, англоязычная классическая проза и поэзия, мировая литература в оригинале и переводах, античная литература и

⁷ Ахманова, Гюббенет 1977: 47-54.

⁸ Schaar, Claes. Vertical Context Systems // *Style and Text. Studies Presented to Nils Eric Enkvist.* — Stockholm, 1975. — P. 146-157.

⁹ Гюббенет 1981: 47.

мифология, историческая литература, высказывания исторических лиц и об исторических лицах, детские стихи, пословицы и поговорки.¹⁰

С изучением вертикального контекста неразрывно связана проблема распознавания филологического вертикального контекста в литературном произведении. **Прагмалингвистический метод** разработан в кандидатских диссертациях М. Ю. Прохоровой¹¹ и Л. В. Селемёновой.¹²

Особый этап в изучении филологического вертикального контекста связан с разработкой **метода филологической топологии**, оперирующей понятиями **инварианта** и **варианта**. В исследованиях Л. В. Полубиченко и В. П. Андросенко подчеркивается, что для филологической топологии важен не только «адрес» цитаты, но и установление того, «что является инвариантом в сознании данного коллектива, что именно из всей богатой культурной традиции воспроизводится в разных видах и у разных авторов».¹³

В ряде публикаций отечественных и зарубежных ученых, направленных на изучение разных аспектов филологической герменевтики, используются различные аналоги понятия «вертикальный контекст». Некоторые специалисты отдают предпочтение теории интертекстуальности, и тогда ключевым становится термин «интертекстуальность» — связь того или иного текста с другими текстами (Р. Барт, Ю. Кристева, М. М. Бахтин, И. В. Арнольд, Н. А. Кузьмина, Е. В. Михайлова, Э. М. Аникина, А. А. Гусева, Т. Пинчон, С. Стюарт).

Немало работ отечественных и зарубежных авторов посвящено обыгрыванию и деформации идиом, описанию и систематизации цитат, классификации аллюзий и аллюзивных фигур речи (И. В. Алещанова, В. В. Варченко, К. Н. Даирова, Л. А. Чиненова, А. А. Изотова, А. В. Кунин,

¹⁰ Гюббенет 1981: 27.

¹¹ Прохорова 1989.

¹² Селемёнова 2000.

¹³ Андросенко В. П. Цитата как элемент обобщения и как фактор эстетического воздействия. — Автореф. дисс. ...канд. филол. наук. — М., 1988. — С. 8.

Ю. И. Погребенко, И. С. Христенко, Г. Б. Лестер, Т. Пинчон, Р. А. Брауэр, Л. М. Кеннет, Ч. Рикс). Наблюдения зарубежных лингвистов во многом пересекаются с выводами и наблюдениями, сделанными отечественными учеными в связи с изучением разных категорий вертикального контекста. Родовой термин «вертикальный контекст» и видовые термины («социально-исторический вертикальный контекст» и «филологический вертикальный контекст») за пределами отечественной филологии не используются и остаются неотъемлемой частью терминосистемы российских ученых-филологов.

В **Главе 2** предпринята попытка определения оптимального источника филологического фонового знания. В этом разделе диссертации анализируются словари цитат и аллюзий. Опорными становятся такие параметры, как тип лексикографического издания, источники цитат и аллюзий, особенности мега-, макро- и микроструктуры.¹⁴ Рассмотрены следующие авторитетные словари: 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 ред. Л. В. Болдыревой и И. В. Гюббенет).

Реферируемый раздел диссертации завершается рядом 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

¹⁴ См.: Ступин Л. П. Лексикография английского языка. — М.: Высшая школа, 1985. См. также: Карпова О. М. Лексикографические портреты словарей современного английского языка. — Иваново: Иван. гос. ун-т, 2004.

друга с точки зрения используемых принципов и подходов, что сказывается на избираемом составителем типе словаря, особенностях его мега-, макро- и микроструктуры. В-четвертых, 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. В этом смысле *The Wordsworth Dictionary of Classical and Literary Allusion* охватывает оптимальный и относительно стабильный объём фоновых знаний, который может быть рекомендован потенциальным читателям аутентичных англоязычных текстов деловой направленности в качестве исходной и опорной точки отсчёта для целей последовательного освоения филологического вертикального контекста.¹⁵

Глава 3 строится вокруг следующих разновидностей аутентичного англоязычного бизнес-дискурса: 144 статьи в разделе Best Practice авторитетного одноязычного издания *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).

Приведем несколько отрывков из рассмотренных в Главе 3 образцов аутентичного бизнес-дискурса, обращая внимание на особенности бытования в них вертикального контекста и специфику сопутствующих ему смежных явлений.

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.”

¹⁵ Зубова У. В. Онтология филологического фонового знания: словари цитат и аллюзий // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика», №4/2014. — С.44-54.

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, каждый из которых представлен как прямая речь. Несмотря на кавычки, заключенные в них предложения не являются собственно цитатами. Пишущий прибегает к этому способу подачи материала для того, чтобы привлечь внимание читающих.

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»), произнесенные в ответ на просьбу Оберона принести ему цветок, на который упала стрела Купидона:

PUCK. I'll put a girdle round about the earth

In forty minutes.

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

Использование аллюзии на высказывание У. Шекспира позволяет автору статьи подчеркнуть мысль о максимально возросшей связующей роли современных технологий в эпоху глобализации. Ситуация, которая в художественном произведении конца 16 века описывалась как волшебная, в контексте рассматриваемой статьи показана как объективно существующая реальность. Употребление кавычек в данном случае — характерная черта авторского стиля: в своей книге *Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration* Уоррен Беннис нередко прибегает к подобному оформлению аллюзий и обобщенных цитат, передающих основную идею некоего источника короткими видоизмененными высказываниями.

В третьем абзаце автор в стилистических целях прибегает к приемам лексического повтора (“organizations, organizational leadership, and organizational culture” | “people factories ... education factories” | “critical aspects ... critical aspects ... critical for”), аллитерации (“generating, nourishing and nurturing terrific talent” | “culture and context” | “cognitive capacity”) и метонимии (“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”), типичные для устного дискурса сокращения и обороты (например, “I’m going to add”), анафоры (“It means a sense of resilience, hardiness, and creativity. It means seizing opportunities. It means learning learning.”). Контактное использование созвучных слов “learning learning” подчеркивает мысль о сложности процесса обучения и необходимости

приобретения автономности в учебной деятельности. Говоря о роли четырех приоритетных аспектов, автор прибегает к использованию синонимов (important | critical | sine qua non | absolutely the most essential | central). Среди перечисленного ряда лексических единиц имеется латинский эквивалент выражения «неотъемлемая часть» sine qua non (Oxford Advanced Learner's Dictionary: something that is essential before you can achieve something else (from Latin, formal) — p. 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 парцелляцией (“And I want”) и повтором (“which I think”). В подобных высказываниях, читатель сталкивается с аллитерацией и синонимической конденсацией. Эффект от перечисленных приемов был бы наиболее заметен и значителен именно в случае устного выступления. Бизнес-дискурс, как об этом свидетельствует изученный в диссертации материал, сближается с публичной речью и ораторским искусством.

С точки зрения вертикального контекста в рассматриваемом фрагменте также значима аллюзия на стратегически важную в Столетней войне битву при Азенкуре. Это сражение, ведущая роль в котором принадлежит Генриху V, является неотъемлемой частью мировой истории и 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 этого события в современном кинематографе (имеется в виду название фильма Кеннета Браны «Генрих V: Битва при Азенкуре»). Пишущий вводит аллюзию, как и ранее в статье, в виде 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 говорит о таком качестве лидера, как способность объединить людей вокруг большой общей цели, и проводит аналогию с деятельностью короля Генриха V.

Джордж Вашингтон и Маргарет Тэтчер приводятся как примеры успешных лидеров из двух англоязычных культур. Автор тем самым подчеркивает мысль о том, что, независимо от сферы деятельности (президентство, роль премьер-министра, руководство балетной труппой), названные четыре принципа лидерства (*adaptive capacity, the capacity to engage followers in shared meaning, emotional intelligence, a belief system*) неизменно эффективны.

Следующий отрывок взят из книги Уоррена Бенниса и Патрисии Бидерман:

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 приведенном 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, содействует продвижению идей 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 6 октября 2011 года сразу после смерти Стива Джобса. Цитирование в рассматриваемом отрывке сосуществует с рядом смежных явлений — аллитерацией и лексическим повтором (brings them together ... brings out ... best); в заключительном предложении окказиональный фразовый глагол spin apart (по аналогии с drift apart, spin around/round, spin off) противопоставлен другому фразовому глаголу — высокочастотному bring together, использованному в предыдущем предложении.

Обратимся к отрывку из книги Барри Томалина и Майка Никса:

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.

Авторы называют использованную ими пословицу «арабской». Тем не менее, если обратиться к авторитетным словарям, а также к электронным ресурсам, то в одних источниках она отнесена к чешскому фольклору, а в других — к словацкому. Есть немало пословиц, пересекающихся лексически и синтаксически с этой пословицей, например: “The more languages you know, the more you are a person.” | “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 считать инвариантом. В связи с рассматриваемым отрывком сделан следующий вывод: высказывание действительно аллюзивно, но нельзя сказать с высокой степенью уверенности, что указанный пишущими источник достоверный.

Подробный анализ текстов 144 статей и двух книг авторитетных авторов с применением методики сплошной выборки позволил систематизировать общее и особенное в рассмотренных разновидностях делового дискурса в виде таблицы:

Таблица 1

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».

Параметры для сравнения	Business: The Ultimate Resource	Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration	The World's Business Cultures and How to Unlock Them
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.
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 и киноиндустрии.	Произведения западноевропейской художественной литературы, известные авторы, западноевропейская мифология и фольклор, классическая мифология и литература, реальные события и известные люди.	Аллюзий нет.

Параметры для сравнения	Business: The Ultimate Resource	Organizing Genius: The Secrets of Creative Collaboration	The World's Business Cultures and How to Unlock Them
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, упоминанием событий, имен собственных, названий компаний.	Сосуществует с собственно филологическим вертикальным контекстом; представлен реалиями мира бизнеса, упоминанием событий, имен собственных, названий компаний.	Более частотен в сравнении с филологическим вертикальным контекстом, сосуществует с ним; представлен 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.

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. Наиболее перспективным

направлением будет сопоставление американского делового дискурса с дискурсом других англоязычных бизнес-культур (Великобритании, Австралии, Канады, Индии).

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ РАБОТЫ

1. Вертикальный контекст в работах отечественных и зарубежных филологов // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика», №4/2013. — С. 62-66.
2. Онтология филологического фонового знания: словари цитат и аллюзий // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика», №4/2014. — С. 44-54.
3. Онтология филологического вертикального контекста в аутентичном англоязычном бизнес-дискурсе // Вестник ВЭГУ, №3/2013. — С. 187-190.
4. 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.
5. Филологическое изучение англоязычного бизнес-дискурса: вертикальный контекст и смежные явления // Ахмановские чтения 2012: Сборник материалов конференции. — М.: МАКС Пресс, 2013. — С. 112-121.
6. 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.: MAK S Press, 2013. — P. 310-311.