

RU

Вербализация информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров

Ефремов Б. В., Панфилова С. С.

Аннотация. Цель исследования – выявить универсальные и специфические параметры вербализации информационной структуры мемуарных текстов британских и американских предпринимателей. В статье определены элементы информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров, которая рассматривается в виде ряда тематических групп. Основное внимание уделяется описанию разноуровневых языковых средств, с помощью которых реализуется конкретная тематическая группа. Помимо этого, представлен сравнительный анализ языковых средств в мемуарных текстах британских и американских предпринимателей, посредством которого определены сходства и различия вербализации их информационной структуры. Научная новизна исследования состоит в определении и систематизации текстопостроительных средств бизнес-мемуаров англоязычных предпринимателей с опорой на их обобщенную информационную структуру. В результате исследования было установлено, что в процессе вербализации информационной структуры в текстах англоязычных мемуаров предпринимателей наблюдается использование как универсальных языковых средств, так и специфических. Языковая специфика находится в прямой зависимости от определенной тематической группы. Также у англоязычных бизнес-мемуаров выявлены некоторые различия текстопостроительного характера, обусловленные различиями британского и американского менталитетов.

EN

Verbalization of the information structure of English-language business memoirs

B. V. Efremov, S. S. Panfilova

Abstract. The purpose of the study is to identify universal and specific parameters of the verbalization of the information structure of the memoir texts of British and American entrepreneurs. The article defines the elements of the information structure of English-language business memoirs, which is considered in the form of a number of thematic groups. The main attention is paid to the description of multi-level language tools with which a specific thematic group is implemented. In addition, a comparative analysis of linguistic means in the memoir texts of British and American entrepreneurs is presented, through which similarities and differences in the verbalization of their information structure are determined. The scientific novelty of the research consists in the definition and systematization of text-building tools of business memoirs of English-speaking entrepreneurs based on their generalized information structure. As a result of the study, it was found that in the process of verbalization of the information structure in the texts of English-language memoirs of entrepreneurs, the use of both universal language tools and specific ones is observed. The language specifics are directly dependent on a certain thematic group. Also, English-language business memoirs have revealed some differences of a text-building nature due to differences in British and American mentalities.

Введение

Актуальность исследования обусловлена особым вниманием ученых к вопросу лингвистического описания мемуарного текста, созданного профессиональной личностью. В частности, возрастает интерес к такой разновидности мемуарного текста, как англоязычные бизнес-мемуары, поскольку в англоязычных странах среди бизнесменов и предпринимателей, добившихся больших результатов в профессиональной деятельности, существует традиция публиковать мемуары об истории своего успеха. В этой связи важным направлением лингвистического исследования является изучение языкового воплощения информационной структуры бизнес-

мемуаров ввиду необходимости определения их текстопостроительных особенностей. Изучение англоязычных бизнес-мемуаров внесет определенный вклад в развитие теории мемуарного текста посредством дополнения лингвистического описания его информационной структуры. В этой связи мы предлагаем рассмотреть бизнес-мемуары как мемуарный текст, обладающий особой информационной структурой, и выявить языковые средства ее текстовой реализации.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач: 1) дать определение понятия «бизнес-мемуары» с точки зрения лингвистики; 2) рассмотреть лингвистические подходы к трактовке информационной структуры текста; 3) определить элементы информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров; 4) дать описание языковых средств реализации информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров; 5) провести сравнительный анализ языковых средств в бизнес-мемуарах британских и американских предпринимателей.

Материалом исследования послужили бизнес-мемуары британского предпринимателя и основателя корпорации “Virgin Group” Ричарда Брэнсона и американского предпринимателя и основателя корпорации “Nike” Фила Найта:

- Branson R. *Finding My Virginity: The New Autobiography*. London: Virgin Books, 2018.
- Knight P. *Shoe Dog: A Memoir of the Creator of Nike*. New York: Scribner, 2016.

Общий объем анализируемого текстового материала составляет 1 078 страниц, из которых были отобраны 50 примеров, релевантных предмету исследования. Выбор бизнес-мемуаров для анализа осуществлялся по принципу популярности среди читателей, т.е. производился отбор книг с высокими, по версии сайта amazon.com, рейтингами в жанре «бизнес-мемуары» в период с 2015 по 2024 гг.

С целью анализа практического материала используется метод сплошной выборки для отбора текстовых фрагментов, отвечающих описанию элементов информационной структуры бизнес-мемуаров, метод лингвистического анализа с целью описания универсальных и специфических параметров реализации информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров, сравнительный метод для выявления языковых особенностей реализации информационной структуры в британских и американских бизнес-мемуарах.

Теоретической базой исследования послужили научные работы в области теории мемуарного текста (Орлова, 2004; Нюбина, 2013; Сун Даньдань, 2021), информационной структуры текста (Сидельцев, 2016; Feirstein, 2020), языковых особенностей мемуарного текста (Ма Жюе, 2021; Федорова, Требухина, 2023; Blanton, 2022), языкового менталитета (Джиоева, 2007).

Практическая значимость исследования заключается в возможности использовать его материалы и выводы в преподавании таких филологических дисциплин, как лингвистика текста, теория текста, лексикология английского языка, а также в рамках таких экономических дисциплин, как история и теория предпринимательства.

Обсуждение и результаты

Рассмотрев трактовки мемуарного текста в работах ряда исследователей, можно вывести обобщенное определение данного феномена. Так, в самом общем виде мемуарный текст можно определить как нефикциональный текст, возникший как результат воспоминаний человека о собственном прошлом (Нюбина, 2013, с. 86; Сун Даньдань, 2021, с. 11, Ма Жюе, 2021, с. 25). С точки зрения текстовой категоризации, мемуарный текст имеет ряд общих признаков, в числе которых субъективность, ретроспективность, концептуальность (Орлова, 2004, с. 9). Со стилистической точки зрения – это гетерогенные тексты, в том смысле, что они находятся на стыке научного, публицистического и художественного стилей (Бондарева, 1994, с. 6). С точки зрения содержания, бизнес-мемуары – это история успеха предпринимателя (Blanton, 2022). Приняв во внимание вышеобозначенные теоретические положения, бизнес-мемуары можно определить как нефикциональный, стилистически гетерогенный текст, обладающий основными признаками ретроспективности, субъективности, концептуальности и возникший как результат воспоминаний предпринимателя о его профессиональном успехе в экономической сфере.

В этой связи возникает вопрос о составе информационной структуры бизнес-мемуаров, поскольку данное знание позволит выявить специфику вербализации данного мемуарного текстотипа. В научной литературе мы не обнаружили релевантных исследований. По этой причине мы разработали собственную модель информационной структуры англоязычного текста бизнес-мемуаров.

Прежде всего, мы опираемся на определение информационной структуры текста в трактовке А. В. Сидельцева, который выделяет два лингвистических средства ее реализации, а именно основную линию повествования (action continuity) и фон (thematic continuity) (Сидельцев, 2016, с. 51–52). Далее мы используем тематическую модель англоязычных бизнес-мемуаров, предложенную Брюсом Фейрштейном, который определил, что текст бизнес-мемуаров выстраивается в определенной тематической последовательности. Так, в первой главе описывается кризисная ситуация в бизнесе, во второй – предыстория кризисной ситуации, в третьей – первый успех, в четвертой – большая неудача, в пятой – большой успех, в шестой – советы предпринимателя, в седьмой – текущая ситуация (Feirstein, 2020). Однако, на наш взгляд, данная модель описывает скорее поглавную организацию бизнес-мемуаров, а не ее информационную структуру, так как выстраивание композиции текста у разных авторов будет отличаться.

В этой связи мы предлагаем модель информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров в виде основной и фоновой линий повествования как макроэлементов. Основная линия состоит из пяти микроэлементов –

пяти тематических групп, посвященных профессиональной деятельности предпринимателя: «проблемы в бизнесе», «знания о бизнесе», «успехи в бизнесе», «неудачи в бизнесе», «советы предпринимателя». Фооновая линия повествования состоит из двух микроэлементов – двух тематических групп, посвященных жизни предпринимателя вне профессиональной сферы: «личная жизнь предпринимателя» и «общественная жизнь предпринимателя». Далее рассмотрим особенности вербализации каждой тематической группы.

В **тематической группе «проблемы в бизнесе»** автор бизнес-мемуаров описывает трудности, с которыми он сталкивался в процессе ведения бизнеса. В качестве примера можно привести текстовый фрагмент из мемуаров Фила Найта, в котором он описывает проблему после разрыва контракта с японским поставщиком спортивной обуви: *As feared, Onitsuka had filed suit against us in Japan. So now we had to file quickly against them in the United States, for breach of contract and trademark infringement. / Наши опасения оправдались, и компания Оницука подала на нас иск в Японии. Поэтому теперь нам пришлось срочно срочно подать ответный иск в США за нарушение контракта и прав на товарный знак* (здесь и далее перевод авторов статьи. – Б. Е., С. П.).

В качестве частотных лексических средств вербализации данной тематической группы можно отметить использование экономической и юридической лексики (*equity – собственный капитал, stockholders – акционеры, breach of contract – нарушение контракта, trademark infringement – нарушение прав на товарный знак, investment firm – инвестиционная компания* и др.). На синтаксическом уровне можно отметить параллельные конструкции, которые акцентируют напряженное эмоциональное состояние бизнесмена в проблемной ситуации (*If I don't keep growing... If I can't persuade Onitsuka... / Если я не продолжу рост... Если я не смогу убедить Оницуку...; Going public would generate a ton of money... Going public could turn us overnight... / Выход на фондовую биржу принесет кучу денег... Выход на фондовую биржу все изменит в одночасье...*). Также автор вербализует свои эмоции посредством лексем с семантикой отрицательного эмоционального состояния (*unmoved – равнодушный, grim – мрачный* и др.). Таким образом, в качестве специфических языковых средств вербализации тематической группы «проблемы в бизнесе» можно отметить экономическую терминологию, а также лексемы, обозначающие напряженное эмоциональное состояние.

В **тематической группе «знания о бизнесе»** предприниматель описывает процесс сбора информации от разных людей (коллег, друзей, наемных работников и т.д.) о возможностях реализации собственного бизнеса. В качестве примера можно привести совет Чака Робинсона Филу Найту о необходимости превратить компанию “Nike” в открытое акционерное общество: *Then I asked his opinion about going public. He said going public wasn't an option. It was mandatory. / Затем я спросил его мнение о превращении компании в акционерное общество. Он сказал, что это не альтернатива, а необходимая мера. Аналогичный пример мы находим в бизнес-мемуарах Ричарда Брэнсона: “We want to create the first global comprehensive consumer-led branded health and fitness facility,” Matthew explained. / “Мы хотим открыть первый в мире многофункциональный оздоровительный фитнес-центр, который будет отвечать всем требованиям клиентов”, – пояснил Мэтью.*

Лингвистический анализ показал, что специфическими языковыми средствами реализации данной тематической группы являются прямая и косвенная речь. В данном случае частотными лексемами являются глаголы семантически связанные с процессом передачи информации (*to present – представлять, to explain – объяснять, to tell/talk about – рассказывать, to describe – описать*). Как и в случае с тематической группой «проблемы в бизнесе», здесь также было замечено использование терминологии из сферы экономики и бизнеса.

В **тематической группе «успехи в бизнесе»** предприниматель описывает собственные достижения в профессиональной деятельности, которые представляются в тексте как большие победы. Приведем пример достижения большого успеха из мемуаров Ричарда Брэнсона: *We had 3,000 wonderful staff, forty-one Boeing 737s flying millions of satisfied customers and more than 30 percent of the market. On 8 December 2003 we floated Virgin Blue on the stock market for A\$2.3 billion. A\$2.3 billion! / У нас было 3 000 замечательных сотрудников, сорок один Боинг 737, на борту которого находились миллионы довольных клиентов, и мы занимали более 30 процентов рынка. 8 декабря 2003 года мы разместили акции Virgin Blue на фондовом рынке за 2,3 миллиарда австралийских долларов. 2,3 миллиарда австралийских долларов!*

К специфическим средствам вербализации данной тематической группы можно отнести имена числительные (*the business was worth £1.36 billion – бизнес стоил 1,36 миллиарда фунтов стерлингов, millions of satisfied customers – миллионы довольных клиентов* и др.). Таким образом, в англоязычных бизнес-мемуарах успех измеряется в цифрах: количество заработанных денег за определенный период, цены на акции компании на фондовой бирже, уровень зарплаты, процент потребителей, купивших товар или воспользовавшихся услугами компании и т. д. В качестве константы следует отметить профессиональную лексику экономической тематики.

В рамках **тематической группы «неудачи в бизнесе»** предприниматель описывает то, как проблемы в профессиональной сфере повлияли на его бизнес. Проиллюстрируем данное утверждение примером из мемуаров Ричарда Брэнсона о неудаче в работе его железнодорожной компании: *They told us they could not deliver the promised upgrades on time, the cost of the upgrades was quadrupling and our Pendolino top speed was cut to 125 mph – all of which made our proposed journeys longer and less frequent. It was a massive blow. / Нам сказали, что своевременная поставка оборудования невозможна, стоимость его выросла в четыре раза, а максимальная скорость нашего Pendolino снизилась до 125 миль в час – все это привело к тому, что время предполагаемой поездки увеличилось, как и интервал между рейсами. Это был сильный удар.*

В качестве специфических языковых средств вербализации данной тематической группы можно выделить лексические единицы с семантикой «катастрофа» и «неудача» (*disaster – катастрофа, blow – удар, chaotic – хаотичный, painful – болезненный, to suffer – претерпевать* и др.). Аналогичным образом экономическая

лексика обладает семантикой негативных процессов (*redundancy* – сокращение штатов, *to be terminated* – расторгать договор и др.). Кроме того, частотными являются глаголы с семантикой прекращения действия (*to stop* – прекращать, *to cut off* – прекращать финансирование и др.). Таким образом, в англоязычных бизнес-мемуарах неудача маркируется посредством лексических единиц с семантикой прекращения действия, а также с семантикой негативных процессов и состояний.

В тематической группе «советы предпринимателя» автор бизнес-мемуаров дает читателю ряд советов, как добиться успеха в бизнесе. В качестве примера приведем фрагмент, в котором Ричард Брэнсон советует использовать индивидуально-личностный подход при инвестировании в малый бизнес: *It is vital to be flexible, treat each case on its merits and each applicant as an individual. As ever in business, it is all about people. Some need hand-holding before they are in a position to receive a cash injection – there would be little point in giving out loans then forgetting about the people you have invested in.* / Крайне важно проявлять гибкость, рассматривать преимущества каждого случая и относиться к каждому заявителю как к личности. В бизнесе все зависит от людей. Некоторым нужна моральная поддержка, прежде чем они смогут получить денежные вливания – нецелесообразно выдавать кредиты, а затем забывать о людях, в которых вы вложили деньги.

Анализ показал, что специфическим средством вербализации данной тематической группы являются модальные глаголы (*can* – мочь, *would* – было бы, *need* – быть необходимым и др.). Однако их употребление на уровне синтаксиса варьируется. Так, в бизнес-мемуарах британского предпринимателя наблюдается преобладание безличных конструкций с вводными местоимениями “it”, “this” или наречия “there” в сочетании с модальными глаголами (*there would be little point* – было бы мало смысла, *this can help* – это может помочь). Из этого следует, что автор избегает давать рекомендации напрямую, от первого лица, и реализует стратегию дистанцирования в процессе формулировки совета. В то же время в бизнес-мемуарах американского предпринимателя модальные глаголы используются в сочетании с личными местоимениями “I” и “you” (*I'd tell men and women in their midtwenties* – Я бы сказал мужчинам и женщинам в возрасте двадцати пяти лет; *Sometimes you have to give up* – Иногда приходится отступить). Таким образом, автор, формулируя свои советы, реализует стратегию сближения с читателем. Тем не менее модальный глагол, будучи общим языковым средством, маркирует опциональность советов предпринимателя для читателей.

Тематическая группа «личная жизнь предпринимателя» относится к фоновой линии информационной структуры бизнес-мемуаров. В данной тематической группе предприниматели описывают эпизоды из собственной частной жизни: увлечения, путешествия, друзья, семья и др. В этой связи можно отметить указания на спортивные увлечения Ричарда Брэнсона: *This escape came in sports, when I discovered I had a talent for games. I quickly became the captain of cricket, football, and rugby.* / Когда я понял, что у меня есть склонность к командным играм, спорт стал моей отдушиной. Меня быстро назначили капитаном команд по крикету, футболу, регби. Важным аспектом в рамках данной тематической группы является семейная жизнь предпринимателя, о которой, к примеру, часто упоминает Фил Найт: *Penny and I were learning to live together, learning to meld our personalities and idiosyncrasies, though we agreed that she was the one with all the personality and I was the idiosyncratic one.* / Мы с Пенни учились жить вместе, учились объединять наши личности и особенности, хотя мы сошлись во мнении, что она была личностью, а у меня были одни особенности.

Касательно лингвистических средств реализации данной тематической группы, можно отметить преобладание имен собственных. Прежде всего, это однокомпонентные антропонимы, номинирующие членов семьи автора (*Joan* – Джоан, *Holly* – Холли, *Penny* – Пенни, *Travis* – Тревис и др.). В этой связи в количественном отношении наиболее частотными референциями являются супруга и дети. Кроме того, автор маркирует места пребывания членов своей семьи, в связи с чем отмечено частое употребление топонимов (*London* – Лондон, *Necker* – Некер, *Portland* – Портленд, *El Salvador* – Сальвадор и др.). Также следует отметить лексические средства, выражающие эмоциональное состояние автора (*enjoy* – наслаждаться, *adore* – обожать, *fall in love* – влюбляться и др.). На синтаксическом уровне эмоциональное состояние автора акцентируется с помощью параллельных конструкций (*Before I could protest ... before I could negotiate* – Прежде чем я мог выразить протест... прежде чем я мог начать переговоры). Таким образом, в процессе вербализации личной жизни автор бизнес-мемуаров смещает фокус на свою семейную жизнь посредством частотных референций к супруге и детям, о чем свидетельствует использование однокомпонентных антропонимов. В результате реализуется стратегия интимизации данного элемента информационной структуры бизнес-мемуаров.

В тематической группе «общественная жизнь предпринимателя» автор бизнес-мемуаров описывает важные политические события и общественные мероприятия, свидетелем или участником которых он стал. Данные события, несмотря на общественный характер, не связаны с предпринимательской деятельностью автора. В качестве примера приведем текстовый фрагмент, в котором Ричард Брэнсон выступил в качестве организатора компании по борьбе со СПИДом в Южной Африке: *We created videos, made by Africans and translated into several languages, to show how the HIV/AIDS drugs worked to help the human immune system. We urged the African National Congress, which had been so inspirational in helping to build a new South Africa, to accept that HIV and AIDS were linked, and start helping to solve the problem.* / Мы смонтировали видеоматериалы, снятые жителями Африки и переведенные на несколько языков, чтобы показать, как лекарства от ВИЧ/СПИДа помогают иммунной системе человека. Мы обратились к Африканскому национальному конгрессу, который оказал неоценимую помощь в создании новой Южной Африки, с просьбой признать, что ВИЧ и СПИД связаны, и принять меры для решения этой проблемы.

Как и в случае с тематической группой «личная жизнь предпринимателя», частотным языковым средством здесь является имя собственное. Однако отличием является тот факт, что данная часть речи демонстрирует большую вариативность реализации как с качественной, так и с количественной точки зрения.

Так, можно отметить антропонимы, обозначающие общественных деятелей (*Nelson Mandela – Нельсон Мандела, Lyndon B. Johnson – Линдон Б. Джонсон, Mao Zedong – Мао Цзедун, Dr. King – Доктор Кинг* и др.), хоронимы (*Europe – Европа, Cuba – Куба, Vietnam – Вьетнам, China – Кумаи, the United States – США* и др.), урбонимы, обозначающие достопримечательности (*Great Wall – Великая стена, Forbidden City – Запретный город* и др.), ойконимы (*Beijing – Пекин, Hong Kong – Гон Конг, Tigard – Тугард* и др.), инвентонимы (*the Olympic Games – Олимпийские игры, the London Marathon – Лондонский марафон* и др.). Параллельно наблюдается частотное употребление эмоционально-оценочной лексики с целью вербализации эмоционального состояния автора как следствия того или иного общественно-политического события (*relief – облегчение, contentment – удовлетворение, bliss – блаженство, terrible – ужасный, perfect – отличный* и др.). Таким образом, в англоязычных бизнес-мемуарах общественная жизнь предпринимателя маркируется посредством имен собственных, обозначающих людей, места и события. Кроме того, автор стремится выразить свое мнение по поводу общественно значимого события, поэтому наблюдается использование оценочной лексики различных коннотаций.

Подводя промежуточный итог, можно сделать вывод о том, что информационная структура англоязычных бизнес-мемуаров состоит из основной и фоновой линий повествования, которые, в свою очередь, включают семь тематических групп. В этой связи в рамках основной линии, посвященной профессиональной деятельности, в качестве константного языкового средства вербализации всех тематических групп можно выделить экономическую лексику, которая включает как профессиональные термины из сферы бизнеса, так и общепотребительную лексику экономической тематики. В рамках фоновой линии, посвященной жизни предпринимателя вне профессиональной деятельности, универсальным языковым средством вербализации является имя собственное с преобладанием антропонимов и топонимов как вариантов его реализации. Следует отметить, что данные особенности вербализации, а именно профессиональные термины и имена собственные, характерны для мемуаров профессиональных личностей из других сфер деятельности (Федорова, Требухина, 2023, с. 3). Возможно, данный факт связан с существованием некоей общей информационной модели мемуарного текста профессиональной личности.

Далее представим результаты анализа некоторых различий текстопостроительного характера, которые мы выявили в текстах бизнес-мемуаров британских и американских предпринимателей. Несмотря на наличие общих языковых средств, которые были отмечены в рамках вербализации той или иной тематической группы, их использование на синтаксическом уровне варьируется. Так, в мемуарном тексте американского предпринимателя наблюдается использование императивных конструкций в рамках тематической группы «советы предпринимателя» (*Don't stop – Не останавливайтесь / Seek it – Ищите*). Также в данном случае советы вербализуются посредством личного местоимения 1 л. ед. ч. “I” (см. выше). В свою очередь, в мемуарном тексте британского предпринимателя в этой связи преобладают безличные конструкции с вводным местоимением “it” (см. выше). Данный факт можно объяснить такой отличительной чертой британского менталитета, как стремление к личной автономии или “privacy”, на которую указывали некоторые исследователи (Джигоева, 2007, с. 31). В данном случае “privacy” как культурная ценность реализуется в виде не нарушения британским автором личного пространства читателя, что отразилось на текстопостроении бизнес-мемуаров. Безличные конструкции придают совету предпринимателя оттенок ненавязчивости по сравнению с императивными конструкциями, которые, как известно, обладают семантикой облигаторности.

Заключение

В результате проведенного исследования мы можем сделать ряд выводов.

Опираясь на лингвистические концепции мемуарного текста, нами было сформулировано определение бизнес-мемуаров. С одной стороны, бизнес-мемуары обладают общими признаками мемуарного текста (ретроспективность, субъективность, концептуальность). С другой стороны, они отличаются направленностью на предпринимательский дискурс. Предложенное нами определение бизнес-мемуаров объединяет две концепции и дополняет типологию мемуарных текстов с лингвистической позиции.

Анализ теоретического материала в области информационной структуры текста позволил нам создать собственную информационную модель англоязычных бизнес-мемуаров на основе типов повествовательных структур и тематических групп, их реализующих. В результате было определено семь тематических групп, формирующих основную и фоновую линии повествования бизнес-мемуаров: «проблемы в бизнесе», «знания о бизнесе», «успехи в бизнесе», «неудачи в бизнесе», «советы предпринимателя» «личная жизнь предпринимателя», «общественная жизнь предпринимателя». Основанием классификации является деление на профессиональную и непрофессиональную жизнь предпринимателя как автора бизнес-мемуаров.

В ходе применения разработанной нами модели информационной структуры бизнес-мемуаров, были выявлены универсальные и специфические языковые средства вербализации каждой тематической группы. Универсальным языковым средством вербализации тематических групп основной линии повествования является лексика, относящаяся к сфере бизнеса. В этой связи специфическими средствами являются прямая и косвенная речь (тематическая группа «знания о бизнесе»), имена числительные («успехи в бизнесе»), лексика с семантикой негативных процессов («неудачи в бизнесе», модальные глаголы («советы предпринимателя»). В качестве универсального языкового средства вербализации фоновой линии повествования можно указать имена собственные. Специфика заключается в их типологическом разнообразии в тематической

группе «общественная жизнь предпринимателя». Кроме того, для всех тематических групп обеих линий повествования характерно использование лексики с семантикой эмоционального состояния, эмоционально-оценочной лексики, а также эмфатических синтаксических структур. Данный языковой факт можно объяснить реализацией субъективности и концептуальности как общих признаков мемуарного текста.

Перспективы дальнейших исследований мы видим в расширении предметного поля посредством включения в него мемуарных текстов профессиональных личностей, не являющихся представителями бизнес-сферы. Данный подход позволит создать обобщенную модель информационной структуры англоязычного мемуарного текста профессиональной личности.

Источники | References

1. Бондарева Л. М. Структура и функции субъекта речевой деятельности в текстах мемуарного типа (на материале современного немецкого языка): автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 1994.
2. Джигоева А. А. Английский язык сквозь призму менталитета англичан: концепт “privacy” // Английский язык в школе. 2007. № 2 (18).
3. Ма Жюе. Информационная структура и ее речевое воплощение в военных мемуарах: дисс. ... к. филол. н. СПб., 2021.
4. Нюбина Л. М. Мемуарный текст как «культурогенный» феномен // Известия Смоленского государственного университета. 2013. № 2 (22).
5. Орлова Н. А. Речевой жанр «мемуары» и его реализация в текстах носителей разных типов речевой культуры: автореф. дисс. ... к. филол. н. Омск, 2004.
6. Сидельцев А. В. Информационная структура текста, information structure и неканонический порядок слов в хеттском языке // Логический анализ языка: информационная структура текстов разных жанров и эпох: сборник статей. М.: Гнозис, 2016.
7. Сун Дандань. Исследования мемуарных текстов в современной лингвистике: краткий аналитический обзор // Филология: научные исследования. 2021. № 4.
8. Федорова Н. В., Требухина Н. В. Лексические особенности текстов мемуарно-биографических произведений и их передача с английского языка на русский // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 7 (43). URL: <https://rulb.org/archive/7-43-2023-july/10.18454/RULB.2023.43.16>
9. Blanton B. The Art of the Business Memoir. 2022. URL: <https://networlding.com/the-art-of-the-business-memoir/>
10. Feirstein B. How to write a business memoir. 2020. URL: <https://www.gq-magazine.co.uk/culture/article/how-to-write-a-business-memoir>

Информация об авторах | Author information



Ефремов Богдан Вячеславович¹

Панфилова Серафима Сергеевна², к. филол. н., доц.

^{1,2} Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва



Bogdan Vyacheslavovich Efremov¹

Serafima Sergeyevna Panfilova², PhD

^{1,2} Ogarev Mordovia State University

¹ bogdan.efremov.2000@gmail.com, ² scully_ss@rambler.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 19.04.2024; опубликовано online (published online): 04.06.2024.

Ключевые слова (keywords): мемуарный текст; англоязычные бизнес-мемуары; информационная структура текста; тематическая группа; языковые средства; memoir text; English-language business memoirs; information structure of the text; thematic group; language tools.