

RU

Структурно-семантические особенности языковых единиц англоязычного лингвокультурного сценария “Products”

Белякова О. В., Пыркина Н. А.

Аннотация. Цель исследования – выявить структурно-семантические особенности языковых единиц, служащих средствами языкового выражения англоязычного лингвокультурного сценария “Products”. С помощью вычленения опорных концептов и субконцептов изучаемой тематической области в статье осуществляется детализированное описание структуры сценария, который имеет композиционно-блочную структуру. Авторы определяют, какими языковыми единицами представлен рассматриваемый сценарий, и концентрируются на их структурно-семантических особенностях. Научная новизна исследования заключается в том, что англоязычный лингвокультурный сценарий тематической области “Products” описывается как когнитивная схема речевой ситуации, при этом применение комплексного когнитивно-культурологического подхода к языковому материалу позволяет выявить основные структурные и семантические характеристики. В результате исследования установлено преобладание сверхсловных единиц над однословными, что позволяет более полно описать структуру объекта номинации. Выявлено преобладание сложносоставных существительных как цельнооформленных языковых единиц, разнообразных по структуре и семантическому наполнению прилагательных и глаголов, определены отличительные характеристики раздельнооформленных номинаторов, таких как именные словосочетания с базовым компонентом – существительным и двухсловные глагольные словосочетания.

EN

Structural and semantic features of linguistic units of the English-language linguocultural scenario “Products”

Belyakova O. V., Pyrkina N. A.

Abstract. The aim of the research is to identify the structural and semantic features of linguistic units that serve as means of linguistic expression of the English-language linguocultural scenario “Products”. By identifying the basic concepts and sub-concepts of the thematic area under study, the paper provides a detailed description of the structure of the scenario, which has a compositional-block structure. The authors determine which linguistic units represent the scenario under consideration and focus on their structural and semantic features. The scientific novelty of the research lies in the fact that the English-language linguocultural scenario of the thematic area “Products” is described as a cognitive scheme of a speech situation, while the application of a comprehensive cognitive-cultural approach to the language material makes it possible to identify the main structural and semantic characteristics. As a result of the research, the predominance of compound units over one-word units has been determined, which makes it possible to describe the structure of the object of nomination in more detail. The prevalence of compound nouns as structurally inseparable linguistic units, adjectives and verbs, diverse in structure and semantic content, has been revealed, the distinctive characteristics of structurally separable nominators, such as nominal phrases whose basic component is a noun and two-word verb phrases, have been determined.

Введение

Лингвокультура представляет собой совокупность типовых ситуаций (сценариев), в рамках которых осуществляется речевое общение, которое протекает, выстраиваясь с ориентацией на структуру сценария и на ролевые позиции участников. Лингвокультурные сценарии представляют собой «инварианты класса типовых ситуаций национальной культуры, существующих как в составе культуры, так и в фоновых знаниях носителей данного языка» (Савицкий, Плеханов, 2001, с. 109). В речи подобные сценарии находят свое выражение

посредством номинативных и коммуникативных единиц. Номинативные единицы представляют собой наименования, которые описывают «фрагмент действительности как класс предметов» (Кулаева, 2003, с. 138). Коммуникативные единицы – это средства формулирования мысли (Савицкий, Кулаева, 2004, с. 123). Наименования фрагментов экстралингвистической реальности, отражающие когнитивный фон лингвокультурных сценариев, являются базовыми языковыми единицами сценария, поэтому именно они служат объектом исследования в данной работе.

Особые трудности возникают в процессе англоязычной коммуникации. И номинативные, и коммуникативные единицы могут вызывать затруднения в процессе их использования на иностранном языке, поэтому формировать навыки говорения на иностранном языке необходимо с опорой на сценарные структуры. Целесообразно включить в свои фоновые знания иноязычный лингвокультурный сценарий, содержащий наименования и формулировки, и освоить средства его языковой объективации.

Актуальность выбранной темы определяется прежде всего необходимостью более глубокого изучения языковой номинации в тематических рамках сценария “Products” с целью его последующего использования в профессиональной деятельности. Действительно, как потребители мы сталкиваемся с описанием различных видов товаров. В то же время маркетологи, специалисты в области продаж и рекламы целенаправленно используют языковые единицы данной тематической области для воздействия на целевую аудиторию в рекламных и маркетинговых целях. Следовательно, специалисты должны иметь представление об особенностях речевого общения в рамках исследуемой темы. Это подтверждает тот факт, что выбранный для изучения лингвокультурный сценарий “Products” обладает высокой коммуникативной ценностью, что способствует формированию коммуникативных умений и навыков обучаемых.

Задачами данного исследования являются описание структуры англоязычного лингвокультурного сценария “Products”, инвентаризация и систематизация номинативных единиц рассматриваемого сценария, анализ языковых единиц для выявления их структурно-семантических особенностей.

В работе используются следующие методы исследования: контекстуальный анализ, метод фреймового анализа, а также анализ словарных дефиниций.

Разнообразна теоретическая база проводимого исследования. В качестве основы использованы труды В. М. Савицкого, А. Е. Плеханова (2001), О. А. Кулаевой (2014), С. В. Лурье (2019), в которых рассматриваются вопросы построения аутентичной речи, а также вопросы, связанные со степенью устойчивости языковых единиц в сценариях разных типов. Значительна роль работ В. М. Савицкого (2021), О. В. Беляковой (2022), В. М. Савицкого, О. А. Кулаевой (2004), акцентированных на формализованном представлении сценариев и их культурологической специфике, а также на вопросах моделирования структуры типовых ситуаций с помощью сценариев, что позволило осуществить языковую репрезентацию лингвокультурного сценария в виде языковых единиц. Подходы к рассмотрению структуры сценариев и особенности структуры и семантики сценариев сферы делового и профессионального общения подробно освещены в работах О. В. Беляковой (2021) и Л. В. Ивиной (2003), что дает возможность описать структуру сценария как композиционно-блочную.

В качестве материала исследования были использованы следующие источники:

Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader. International Business English Course Book. Intermediate. 3rd ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2010.

Cotton D., Falvey D., Kent S. Market Leader. International Business English Course Book. Upper-Intermediate. 3rd ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2012.

Mackenzie I. English for Business Studies. Student’s Book. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

Mackenzie I. Management and Marketing. Language Teaching Publications. L.: Commercial Colours Press, 2001.

Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. New ed. L.: Macmillan Publishers Limited, 2011.

Несомненна практическая значимость проведенного исследования: проанализированный материал может найти применение при разработке лекционных и практических курсов по лексикологии, лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, а также учебников и учебных пособий.

Обсуждение и результаты

Структура сценария “Products” (Товары)

Описание структуры лингвокультурного сценария начинается с выявления возможных направлений группировки языковых единиц. Для этого были сформулированы ряд вопросов (Какова последовательность событий в рассматриваемом случае? Какова актантная структура сценария? Каковы обстоятельства развертывания действия?). Ответы на перечисленные вопросы сгруппированы по их концептуальной принадлежности. На их базе выстраивается ряд опорных концептов, составляющих основу фреймовой структуры сценария:

1. CHARACTERS / ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА (*supplier/поставщик; customer/покупатель*).
2. TYPES OF PRODUCTS / ТИПЫ ПРОДУКЦИИ (*techniques / методы, приемы; consumer goods / потребительские товары*).
3. TYPES OF CONSUMERS / ТИПЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (*brand switcher / нелояльный потребитель*).
4. POINTS OF SALE / ПУНКТЫ ПРОДАЖИ (*boutiques/бутики; supermarkets/супермаркеты*).
5. ORGANISATIONS/ОРГАНИЗАЦИИ (*factory/фабрика; multinational company / транснациональная корпорация*).
6. BENEFITS/ВЫГОДЫ (*delivery/доставка; warranty/гарантия; supply/поставка*).

7. PRODUCT CHARACTERISTICS / ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКТА (*attractive/привлекательный; reliable/надежный*).

8. ABBREVIATIONS/АББРЕВИАТУРЫ (*TQM/ менеджмент всеобщего качества; PLC/ жизненный цикл продукта*).

9. TERMS/ТЕРМИНЫ (*consumer durables / товары длительного пользования; consumer essentials / товары первой необходимости; line-stretching / расширение ассортимента*) (Mackenzie, 2010; Macmillan English Dictionary..., 2011).

Опорные концепты соответствуют основным композиционным блокам структуры сценария и могут быть подвергнуты дальнейшей детализации с целью выявления ряда субконцептов.

К примеру, в рамках опорного концепта были выделены следующие субконцепты: *producer* (*производитель*), *retailer* (*розничный продавец*), *wholesaler* (*оптовый продавец*), *marketer* (*маркетолог*).

Таким образом, культурный сценарий представляет собой разветвленную, объемную структуру, а более детализированные и конкретизированные фреймы входят в состав обобщенного фрейма. Все они являются элементами композиционно-блочной структуры сценария и выражаются в языке с помощью номинативных и коммуникативных языковых единиц.

Однословные номинативные единицы

Проанализированные средства языковой объективации сценария “Products” включают в свой состав ряд однословных и сверхсловных номинативных единиц. Рассмотрим однословные номинативные единицы.

На долю цельнооформленных номинаторов, характеризующих основные понятия изучаемого сценария, приходится около 40% выборки: *products* (*товары*), *items* (*изделия, товары*), *brands* (*бренды*) (Cotton, Falvey, Kent, 2012, p. 7-8).

Корневые слова представляют весьма незначительную долю однословных номинативных единиц (*car/автомобиль; desk / письменный стол*) и используются при описании видов продукции. Подобные слова служат для номинирования объекта с целью его распознавания, но не предоставляют подробной информации об объекте номинации, поэтому однословные номинаторы чаще всего представляют собой аффиксальные слова. В подавляющем большинстве случаев они образованы при помощи суффиксации. Чаще всего это имена существительные, поскольку именно существительные позволяют называть предметы и явления наиболее точно и полно (Суперанская, Подольская, Васильева, 2004, с. 95).

В описании действующих лиц сценария часто используется модель с агентивным суффиксом *-er/or* (*marketer/маркетолог, competitor/конкурент*) (Macmillan English Dictionary..., 2011, p. 298, 923), что является проявлением тенденции к номинализации, характерной для английского языка на современном этапе развития. При описании видов изделий, характеристик продукта и бренда, организаций и основных понятий используются суффиксы *-ity* (*quality/качество*), *-ment* (*management/менеджмент*), *-ure* (*feature / черта, характеристика*) (Cotton, Falvey, Kent, 2012, p. 8).

Особенностью сценария “Products” является широкое использование сложносоставных существительных (*showroom / демонстрационный зал, салон; lifecycle / жизненный цикл товара*) (Macmillan English Dictionary..., 2011, p. 542, 870), сочетающих повышенную семантическую емкость с сжатой формой выражения, что предопределяет их частое использование в сценарии. В целом существительные за счет высокого номинативного потенциала являются самым частотным средством языковой репрезентации в исследуемом сценарии.

Помимо существительных отмечается использование значительного числа прилагательных среди однословных номинативных единиц. Особенностью анализируемого сценария является то, что доля прилагательных в нем значительно выше, чем в других сценариях экономической тематики, причем они отличаются структурным разнообразием. На наш взгляд, причина кроется в том, что для описания качеств продукции, потребительских предпочтений и оценки характеристик продукта требуется весьма значительное количество лексических единиц, которые должны отражать все возможные оттенки значений и быть применимы при любом развитии ситуации общения. Как правило, эти слова отличаются удобопроизносимостью и являются составной частью других сценариев экономической направленности: *reliable* (*надежный*), *economical* (*экономичный*) (Cotton, Falvey, Kent, 2010, p. 7).

Распространены сложнопроизводные слова в функции определения, компонентами которых являются прилагательные и причастия (*well-made / хорошо сделанный; best-selling / хорошо продаваемый; high-priced/дорогой; long-lasting/долговечный; hard-wearing/износостойкий*) (Cotton, Falvey, Kent, 2010, p. 7-8). Первым элементом в них являются слова *best, well, good, high, long, hard*, позволяющие охарактеризовать лучшие качества товаров.

Самыми распространенными при образовании прилагательных являются суффиксы *-ive, -able, -al* (*attractive/привлекательный; fashionable/фешенебельный*) (Macmillan English Dictionary..., 2011, p. 83, 537, 1161). Значительная часть прилагательных сценария “Products” может быть использована с отрицательными префиксами *-un, -in* (*unfamiliar/незнакомый; inexpensive/недорогой*) (Cotton, Falvey, Kent, 2012, p. 22), что увеличивает частотность их использования в сценарии.

Что касается глаголов, то в рамках лингвистической части сценария “Products” они отличаются семантическим и структурным разнообразием, что следует признать особенностью анализируемой тематической области. Во-первых, весьма распространены глаголы основного словарного фонда, имеющие базовое значение (*to like / нравиться; to see / видеть, to make / делать*). Как правило, они описывают ситуации, характерные не только для данного сценария, такие как выражение предпочтений, описание часто повторяющихся действий. Во-вторых, основная масса глаголов в данном сценарии – это глаголы деловой тематики, встречающиеся также в различных сценариях сферы делового общения (*to own / владеть; to produce / производить*;

to buy / покупать). В-третьих, значительно число «узкоспециализированных» глаголов, детально передающих разные оттенки значений (*to launch / запускать; to market / продавать*) (Mackenzie, 2010, p. 49-52, 54-55, 62-63). Подобные лексические единицы характеризуют основные действия в сферах маркетинга и производства, такие как выпуск продукции, брендинг, проведение исследований рынка.

Для образования глаголов в сценарии “Products” в основном используется суффиксация, причем набор суффиксов весьма разнообразен: -en (*lengthen/удлинять*), -ize (ise) (*utilize / использовать, утилизировать*), -fy (*modify/модифицировать*), -ate (*evaluate/оценивать*) (Mackenzie, 2001, p. 72). Глаголы, образованные с помощью префиксации, немногочисленны, в качестве словообразовательного элемента используются приставки re-, dis- (*to rebrand / провести ребрендинг; to discontinue / прекращать*) (Cotton, Falvey, Kent, 2010, p. 7-8).

Также отличительной особенностью данной тематической области является использование значительного количества глаголов, омонимичных существительным (*to test / тестировать – a test / тест; to cover / покрывать – a cover / покрытие, охват*) (Macmillan English Dictionary..., 2011, p. 540, 892). Распространенность подобных номинативных единиц объясняется тенденцией к краткости, сжатости в речи. В целом однословные номинативные единицы весьма частотны в анализируемом сценарии, но их номинационный потенциал ограничен из-за небольшого объема, поэтому сверхсловные номинаторы получили значительно большее распространение.

Сверхсловные номинативные единицы

На долю двухкомпонентных номинативных единиц лингвистической части сценария приходится около 50% выборки, причем раздельнооформленные языковые единицы подразделяются на именные (в качестве базового компонента используется существительное, а определяемый компонент может быть выражен другим существительным, прилагательным или причастием) и глагольные (состоят из глагола и существительного в функции дополнения). Охарактеризуем это подробнее.

Поскольку существительное обладает наивысшим номинативным потенциалом, неудивительно, что именно оно в большинстве случаев выступает в качестве стержневого компонента двухсловных словосочетаний. Более того, во многих сценариях сферы делового общения самой распространенной является беспредложная конструкция, состоящая из двух существительных (N + N), позволяющая передавать различные отношения между ее лексическими наполнителями. В анализируемом сценарии эта конструкция также присутствует (*product line / продуктовый ряд; market growth / рост рынка*) (Mackenzie, 2010, p. 62), но особенностью сценария “Products” является то, что здесь конструкция N + N не является преобладающей. Беспредложная конструкция используется для обозначения терминов и базовых понятий данной тематической области, а для описания товаров, их качеств и преимуществ чаще применяются конструкции, имеющие структуру A + N (*different items / различные предметы; constant evolution / постоянная эволюция*) или Participle + N (*unresolved argument / неразрешенный спор; advanced economies / страны с развитой экономикой*) (Mackenzie, 2010, p. 16, 50-52, 126-127).

Также в качестве отличительной особенности сценария “Products” можно отметить большое количество словосочетаний, состоящих из синтаксически стянутых препозитивных групп в функции определения и ядра, выраженного существительным (*high-tech products / высокотехнологичные продукты; high-quality cars / высококачественные автомобили*) (Cotton, Falvey, Kent, 2010, p. 51-54), а также свернутых номинативных единиц (*easy-to-read graphs / легко читаемые графики*) (Macmillan English Dictionary..., 2011, p. 468). Подобные конструкции являются очень удобным способом речевой экономии, поскольку сжатая форма сочетается в них с емким содержанием. Тенденция к краткости, сжатости речи проявляется и в распространенности многочисленных аббревиатур (*JIT / just-in time manufacturing / способ производства в соответствии с потребностью заказчика; TQM / Total Quality Management / менеджмент всеобщего качества*) (Cotton, Falvey, Kent, 2010, p. 85), которые используются в описании особенностей производства и режима работы производственных предприятий.

Весьма распространены глагольные словосочетания, позволяющие передать различные действия по производству и сбыту продукции (*to manufacture products / производить товары; to test products / тестировать товары*) (Cotton, Falvey, Kent, 2010, p. 85-86). Глагольные словосочетания удобны при описании различных аспектов деятельности в рамках анализируемой тематической области, их легко усвоить. Чаще всего в сценарии встречаются словосочетания с глаголами *to manufacture (производить)*, *to promote (продвигать)*, *to launch (запустить)*, *to enter (вступить)*, *to develop (создавать)*. Они отражают действия, наиболее часто производимые в тематических рамках сценария.

В целом сверхсловные языковые единицы находят широкое распространение в изучаемом сценарии, поскольку они сочетают краткую форму выражения с весьма емким содержанием.

Заключение

Проведенное исследование приводит к следующим выводам.

Ранжирование номинативных единиц дало возможность описать структуру сценария “Products” как фреймовую в виде ряда опорных концептов, представляющих собой основные разделы сценария. В результате детализации опорных концептов были выделены субконцепты. Фреймовая структура данного сценария представляет собой обобщенные фреймы, включающие в себя детализированные и конкретизированные фреймы. В плане языкового выражения структура анализируемого сценария может быть охарактеризована как композиционно-блочная и проявляется в виде языковых единиц.

В результате проведенной инвентаризации и систематизации было выявлено, что сценарий “Products” представлен номинативными и коммуникативными языковыми единицами, причем приоритет отдается именно номинативным единицам, как непосредственно участвующим в акте номинации. Представленные в сценарии языковые единицы являются однословными и сверхсловными.

Были выявлены структурно-семантические особенности проанализированных номинативных единиц. Установлено, что цельнооформленные номинаторы представлены в основном аффиксальными словами, образованными в результате суффиксации, и используются при описании видов изделий, характеристик продукта, качеств продукции и потребительских предпочтений, а также основных действий в рамках анализируемой тематической области. Преобладают сложносоставные существительные, а также прилагательные, отличающиеся структурным разнообразием, в том числе сложнопроизводные. Также отмечено структурное и семантическое разнообразие глаголов в анализируемом сценарии, что позволяет точно и полно характеризовать многочисленные действия. Установлено, что сверхсловные номинативные единицы в рассматриваемом сценарии получили более широкое распространение, так как они детальнее передают структуру объекта номинации. Отмечается преобладание двухсловных именованных словосочетаний со стержневым именем существительным, в том числе синтаксически стянутых препозитивных групп и свернутых языковых единиц, отражающих стремление к краткости в речи, а также использование многочисленных двухсловных глагольных словосочетаний для описания различных аспектов деятельности в сценарии.

Перспективы дальнейшего исследования предполагают необходимость описания всего комплекса англоязычных лингвокультурных сценариев сферы делового общения и профессиональной деятельности для выявления особенностей их языкового выражения.

Источники | References

1. Белякова О. В. Средства языковой репрезентации англоязычного лингвокультурного сценария «Посещение банка» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. Вып. 2.
2. Белякова О. В. Структурно-семантические особенности номинативных единиц англоязычного лингвокультурного сценария “Stock Market” // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. Вып. 3.
3. Ивина Л. В. Лингво-когнитивные основы анализа отраслевых терминосистем: уч.-метод. пос. М.: Академический Проект, 2003.
4. Кулаева О. А. Устойчивость английских лингвистических единиц в свете концепции речезыкового континуума: дисс. ... к. филол. н. Самара, 2003.
5. Кулаева О. А. Язык и речь – противоположность или единство? // Вестник Самарского государственного экономического университета. Экономика. 2014. № 5.
6. Лурье С. В. Сценарий культурный // Прикладная культурология. Энциклопедия / сост. И. М. Быховская. М.: Согласие, 2019.
7. Савицкий В. М. Культурные сценарии как когнитивная основа фольклорной и языковой образности // Гуманитарный научный вестник. 2021. № 3.
8. Савицкий В. М., Кулаева О. А. Концепция лингвистического континуума. Самара: НТЦ, 2004.
9. Савицкий В. М., Плеханов А. Е. Идиоэтизм речи (проблемы лексической сочетаемости). М. – Самара, 2001.
10. Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология: вопросы теории / отв. ред. Т. Л. Канделаки. М.: Едиториал УРСС, 2004.

Информация об авторах | Author information

RU

Белякова Ольга Владимировна¹, к. филол. н., доц.

Пыркина Наталья Александровна², к. пед. н., доц.

¹ Самарский государственный экономический университет

² Самарский государственный социально-педагогический университет

EN

Belyakova Ol'ga Vladimirovna¹, PhD

Pyrkina Natalia Alexandrovna², PhD

¹ Samara State University of Economics

² Samara State University of Social Sciences and Education

¹ olgabel5893@yandex.ru, ² pyrkina@pgsga.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 26.02.2023; опубликовано (published): 28.04.2023.

Ключевые слова (keywords): лингвокультурный сценарий; номинативная единица; структурно-семантические особенности; однословные единицы; сверхсловные единицы; linguocultural scenario; nominative unit; structural and semantic features; one-word units; compound units.