

Литература

1. Стеллиферовский А.В. Проблема функционально-стилевого статуса языка рекламы (к вопросу о межстилевых и внестилевых явлениях) // Текст в функционально-стилевом аспекте. Сб. науч. тр. М.: МГПИИЯ им. Мориса Тореза, 1988. Вып. 309. С. 22-25.
2. Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: Теория и практика. М.: Прогресс, 1989. 216 с.
3. Хромов Л. Н. . Рекламная деятельность: Искусство, теория, практика. - Петрозаводск, 1994. 114 с.
4. Василевич А. П. Исследование лексики в психолингвистическом эксперименте: на материале цветообозначений в языках различных систем / Отв. ред. В.Н.Телия; АН СССР, Ин-т языкознания. М.: Наука, 1987. 156 с.

Источники фактического материала

1. Burlington. A world of ideas in fashion and the home. International edition. Autumn / Winter 1997 / 98. - The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, 1997. - 636 p.
2. Victoria's Secret. North American Office. - Columbus, Ohio, USA, 1993. - 212 p. American Express. Holiday 1993. - NY, USA, 1993. - 52 p.
3. Saks 5th Avenue. Holiday Folio 1993. - NY, USA, 1996. - 92 p.
4. Saks 5th Avenue. Emmanuel Ungaro. - NY, USA, 1996. - 8 p.
5. Saks 5th Avenue. The Men's Store. Fall 1996. - NY, USA, 1996. - 52 p.
6. Saks 5th Avenue. Fall Forecast 1996/ - NY, USA, 1996. - 84 p.

В.Д.Шевченко

Самарский государственный университет

АСПЕКТЫ ВТОРИЧНОЙ НОМИНАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ПОСОБИЙ ПО ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ

Проблема вторичной номинации и связанные с ней процессы семантического переосмысления слов являются объектом постоянного внимания лингвистов [Г.Пауль, С.Ульман, М.Н.Лапшина, Ю.Д.Апресян, Е.С.Кубрякова]. Когнитивные аспекты семантической деривации также привлекают внимание исследователей в последние годы [Г.И.Кустова, М.Н.Лапшина].

В спектре научных мнений относительно проблем номинации обращает на себя внимание позиция Г. И. Кустовой, которая полагает, что для обозначения новых объектов окружающей действительности задействуется потенциал продуктивных словообразовательных моделей, уже существующих в языке, и активизируются потенциальные семы в семантической парадигме слова, благодаря чему оно начинает использоваться в своем новом значении, т.е. реализует признаки вторичной номинации.

В современных условиях развития методологии лингвистических исследований в терминах когнитивистики представляется возможным принципиально новое, оригинальное толкование проблемы вторичной номинации в сфере лексических единиц, традиционно соотносимых с полифункциональными. В связи с этим целью настоящего исследования является изучение динамики полифункциональных английских имен существительных, функционирующих в сфере деловой коммуникации.

При всем многообразии исследований делового общения [Е.Б.Яковлева, П.Волошин, М.А.Андрианова], сфера учебной деловой коммуникации остается недостаточно изученной, в то время как тезаурус делового дискурса в настоящее время требует серьезного лингвистического осмысления именно в связи с постоянно расширяющимся диапазоном учебных пособий, справочников и материалов, предназначенных для эффективного овладения правилами делового общения на английском языке.

Поскольку имена собственные занимают чрезвычайно важное место в учебном дискурсе и, как правило, входят в активный учебный глоссарий, необходимо особое внимание обратить на те особенности английских имен существительных, которые позволяют им быть востребованными в текстах различных функциональных стилей. В связи с этим объектом настоящего исследования послужили многозначные английские имена существительные, зафиксированные в учебных текстах, предназначенных для обучения деловому общению (см. список источников выборки).

Результаты исследований в области вторичной номинации [Г.И.Кустова, М.Н.Лапшина] свидетельствуют о том, что динамика семантических преобразований в сфере вторичной номинации обусловлена моделированностью прототипических ситуаций, которые могут быть использованы в качестве источников когнитивной схемы расширения круга актантов. В разработке способа концептуализации определенной ситуации экстралингвистической реальности, регламентируемой деловыми параметрами, представляется возможным в качестве исходной посылки использовать тезис о том, что наряду

с исходным значением слова в оформлении вторичной номинации объективно участвует и соответствующая прототипическая ситуация.

Правомерным представляется и утверждение М.Н.Лапшиной об использовании семантической деривации в качестве языкового средства концептуализации и закрепления представлений и знаний, социально значимых для культурно-языковой общности в когнитивной системе. В трактовке М.Н.Лапшиной семантическая деривация рассматривается как модель представления выводного знания: концептуализация нового значения (значение семантического дериватива) происходит в результате когнитивной обработки уже добытого знания [7, 8]. Исходя из этого семантические сдвиги и переносы вполне обоснованно могут считаться когнитивным инструментом.

Как показало проведенное нами исследование, в процессе употребления слова в деловом функциональном стиле в значении слова аккумулируются и сохраняются знания об отраженном в сознании человека мире, при этом компоненты семантической структуры слова оказываются закрепленными в социальной памяти, которая представляет собой динамичную, постоянно развивающуюся систему и вследствие этого принимает новые и трансформирует старые знания об объектах окружающей действительности, относящихся к сфере делового общения.

С точки зрения когнитивной лингвистики, значение слова может быть представлено в виде структуры представления знаний (фрейма). Фрейм, в свою очередь, связан схематизацией опыта, фиксирующей прототипические знания о действительности и содержащей основную (типическую) информацию, связанную с тем или иным концептом.

Согласно результатам нашего исследования, семантические структуры слов, подвергшихся процессу семантической деривации, также представляют собой фреймы, связанные с определенными концептами.

К примеру, концепт «деловое пространство» маркируется посредством таких фреймов, как **field, network, links, branch, web, sector, framework**. В процессе употребления данных слов в деловом функциональном стиле они приобретают новые лексико-семантические варианты, продолжая при этом служить маркерами одного из фундаментальных концептов; данные слова целесообразно считать полифункциональными, поскольку благодаря своей семантической парадигме, включающей разные ЛСВ, они способны входить в узусы различных функциональных стилей, что подтверждается синтагматическим окружением данных слов. Что касается делового функционального стиля, то в нем данные лексические единицы реализуют следующие ЛСВ:

a) **field** - all the people, companies or products who are competing against each other;

b) **network** - a group of business people, organizations etc. that are connected or that work together;

c) **link(s)** a relationship between two or more business people, countries, organizations etc.;

d) **branch** - a local office or shop of a business under the control of a central or head office which is usually situated in some other place;

e) **web** - 1. a closely related group of business people, organizations etc. that are connected and work together; 2. worldwide computer system that can provide its users with information of all sorts;

f) **sector** - one of the parts into which a business area may be divided;

g) **framework** - a business system.

Как показывают данные примеры, основным типом семантического переноса, благодаря которому слова приобретают новый ЛСВ и свойство полифункциональности, является метафора. С точки зрения когнитивистики метафора соотносится с базовым когнитивным процессом получения исходного знания, когда из ассоциаций, сопутствующих определенному понятию, образуется новое знание, в результате когнитивной обработки которого появляется новый фрейм в контексте деловой коммуникации.

Концепт «деловая деятельность» реализуется при помощи следующих фреймов:

a) **talks** formally organized discussions between business organizations;

b) **deal** - an agreement or arrangement, especially in business, that helps both sides involved;

c) **strategy** - a well-planned series of business actions for achieving an aim, especially success against an opponent, skillful planning in general;

d) **speculation** - the use of capital to buy something in the hope of making a profit from a change in the market price;

e) **operation** - 1. a business company or organization, especially one with many parts; 2. the work or activities done by a business organization etc., or the process of doing this work;

f) **competition** - rivalry between business concerns in the same market, usually in selling at the lowest price or in giving better quality or generally offering better value for money.

Данные полифункциональные слова приобрели новые ЛСВ, позволяющие функционировать им в деловом функциональном стиле благодаря таким типам семантических сдвигов как сужение/специа-

лизация (talks, deal, speculation, operation, competition), расширение/генерализация (strategy). При этом в данных процессах маркируются основные когнитивные тенденции, заключающиеся в движении мысли от абстрактного к конкретному, от конкретного к абстрактному, а также связи индукции и дедукции с ассоциативным механизмом.

Проведенное исследование позволяет нам сделать вывод о том, что семантические деривативы в контексте деловой коммуникации реализуют новые ЛСВ, представляющие собой фреймы, служащие маркерами таких концептов, как «деловое пространство» и «деловая деятельность».

Литература

1. Андрианова М.А. Деловой английский в деловом мире // Вестник Московского университета (Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация») / 1999/ № 1.
2. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика. М., 1974.
3. Кубрякова Е.С. Деривация, транспозиция, конверсия // Вопросы языкознания. 1974. № 5.
4. Кустова Г. И. Когнитивные модели в семантической деривации и система производных значений // Вопросы языкознания. 2000. № 4.
5. Лапшина М. Н. Ономаσιологический анализ приема «смещение» в английском языке (на материале просторечных имен лица) // Семантическая интеграция в синтагматике: Сб. научных трудов. Рига: Изд-во ЛГУ им. Петра Стучки, 1984.
6. Лапшина М. Н. Антифеминизм в языке (на материале семантических сдвигов в значении английских слов) // Вестник Санкт-Петербургского университета, 1996. Серия 2. Вып.2.
7. Лапшина М. Н. Семантическая деривация в когнитивном аспекте (на материале английского языка). АДД, Санкт-Петербург, 1996.
8. Пауль Г. Принципы истории языка. М., 1961.
9. Яковлева Е. Б., Волошин П. Язык делового общения как лингвистическое и культурное явление // Вестник Московского университета (Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация»). 1998. № 1.
10. Ullmann S. The Principles of Semantics, 2 ed., Glasgow-L.-Oxf., 1959.

Список источников выборки

1. Michael R Sneyd. International Banking and Finance. Prentice Hall, 1992, 100 p.
2. Longman Dictionary of Business English. Longman, Relod, 1993, 492 p.
3. Longman Dictionary of Contemporary English. Longman, 1995, 1528 p.