

© 2011 г. А.А. Медведева

УДК 81

## **ЦЕЛОСТНОСТЬ И ФРЕЙМЫ В ГЛОБАЛИЗАЦИОННОМ АСПЕКТЕ**

В исследованиях брендовых номинаций активизируется опора на феномен фрейма [1]. Эпистемическая взаимосвязь бренда и фрейма дала возможность выделить два аспекта семантико-прагматической целостности брендовой номинации: национальную и глобализационную. Последняя всё более актуальна, в том числе в практическом плане, при этом почти не подвергалась исследованию. Иллюстративный материал приводится по основному источнику: [www.allbusiness.com/marketing-advertising/branding-brand.../416-1.html](http://www.allbusiness.com/marketing-advertising/branding-brand.../416-1.html), если специально не приведены иные источники.

Глобализационная специфика исследуемых номинаций, соотносимая с национальной, в силу этой соотнесенности может характеризоваться по четырем основным признакам. Во-первых, семантико-прагматическая целостность как релевантное свойство номинации, во-вторых, ее проявление в семопрагмеме, в-третьих, англоязычное фреймовое пространство как область проявления и, в-четвертых, аспект глобализационной специфики. (Уточним соотнесенность аспектов глобального и глобализационного: глобальное – номинируемая область, а глобализационное определяется в сфере номинации, как ее ориентация на сферу глобального).

Было бы заблуждением полагать, что отмеченные характеристики у двух рассматриваемых групп материала полностью соположены, «соразмерны». Дело в том, что сами фреймы, аспектизуемые в плане глобализационной специфики, требуют учета органичных свойств, не столь существенных или даже отсутствующих при национальной специфике.

В то же время имманентный характер вышеуказанной связи четырех аспектов в данной группе также подтверждается взаимообусловленностью

между брендом и фреймом, также уместна опора на новейшие подходы к системности, обоснованные П.В. Чесноковым [2].

Отсюда естественна та установка, которая отражает частичную соположенность, единую системность данного материала, – а именно опора на три основных репрезентативных номинации. Для семантико-прагматической целостности в глобализационном аспекте, к примеру, показательная единица *Avon*. Сразу уточним, что исследуемые фреймы, семантико-прагматическая целостность и анализируемая специфика отражают именно ту подсистему, которая определяет сущность данных единиц, включая заимствованные, в системе современного английского языка. Соотносительный материал других языков, например, русского, дает основания для предположений о национально-языковой специфике в этой сфере [3,4]. Такая специфика может быть связана с сущностью вторичного семиозиса [5].

Рассматриваемая специфика концентрируется в особом фреймовом ядре, которое образовано единицей *global* и ее системными связями. Это ядро может быть определено как явление; а соответствующая ему сущность – семантико-прагматическая целостность, исследуемая в данном подразделе. Во фреймовом ядре представлены системные связи: как собственно-лексические, так и семантические, не включающие лексему *global*, но определяемые соответствующими смыслами, а также комбинации первых и вторых. Этими связями раскрывается брендовая номинация – в частности, *Avon*. Например, фрагменты из нижеприводимых контекстов:

*Avon global philanthropy, in more than 50 countries around the globe, more than 100 million women globally, the largest corporate-affiliated philanthropy for women in the world.*

Многообразное представление глобализационного аспекта может быть упорядочено двумя основными взаимосвязанными характеристиками:

- фреймовые ядра, способствующие прагматической установке на доверие и включающие соответствующие семопрагмемы;
- соотношение целого и части, акцентирующее семантико-прагматическую целостность в исследуемом аспекте.

Оговорим две разноплановых особенности: общесистемную и линейную. В общесистемном плане следует, опираясь на понятие гиперсемы, предположить существование гиперсемопрагмемы, которая бывает представлена бо-

лее частными проявлениями [6]. В линейном плане контактный повтор единиц при представлении глобализационного аспекта оказывается в исследуемой сфере принципиальным. Его можно уподобить своеобразному служебному средству, обеспечивающему семантико-прагматическую целостность номинации при функционировании рассматриваемых фреймов.

Рассмотрим две указанных основных характеристики последовательно.

1. Во-первых, требуют внимания фреймовые ядра, способствующие прагматической установке на доверие и включающие соответствующие семопрагмемы. Отмеченная установка, (связанная с растущей прагматической значимостью доверия и освещаемая в информациологических трудах Ф. Буари и его последователей [7], конкретизируется в том, что фреймовое ядро включает определенные семопрагмемы.

Возникает специфический комплекс четырех разноплановых элементов: номинация в ее системных связях – фрейм, нацеленный на доверие, его глобализационный потенциал – семопрагмемы, актуализируемые в контексте.

У брендовой номинации *Avon* определяется семантико-прагматическая целостность в связи со фреймом, который представляет особую детерминацию доверия, а именно – успешное участие брендируемого объекта, организации, в исцелении онкологических и других опасных внутренних заболеваний (в финансировании различных сторон борьбы с ними. Причем масштабы этой деятельности изначально велики и стремятся к планетарному «формату»).

Такие единицы, как выделенные далее *breast cancer* и *domestic violence*, определяют специфику фрейма, для которого аспект глобальности органичен и принципиален (реальная борьба со смертельными недугами эффективна только в международных масштабах):

Women's empowerment continued to be the focus through the early 1990s when *Avon* began to increase its philanthropy with a new emphasis on breast cancer; the *Avon* Foundation still awards scholarships for *Avon* Sales Representatives and their families, as well as for the children of *Avon* associates. The *Avon* Foundation is currently focused on two key causes: breast cancer and domestic violence.

Наполнение фрейма, с ядерной позицией брендовой номинации *Avon*, способствует укреплению доверия к номинируемому объекту. И в контексте

актуализируются гиперсемотпрагмема, которая определяется как «масштабная забота». См. выделенные ниже единицы, находящиеся в сложной тесной связи друг с другом и представляющие эту гиперсемотпрагмему:

Through 2009, *Avon global philanthropy* raised and donated **more than \$725 million worldwide for causes most important to women**. Since 1992 in more than 50 countries around the globe, **millions of dedicated Avon Representatives** have sold special *Avon* cause products, **raising almost \$150 million to end breast cancer and domestic violence and to help in times of global emergencies**.

Ядерным для фрейма оказывается сочетание *to care for all*.

Эта специфическая системность детерминирует особую единицу *Avon philanthropy*, обобщающую назначение фрейма и специфику брендовой номинации как семантико-прагматического целого в исследуемом аспекте:

*Avon philanthropy* has educated more than 100 million women globally about breast health care and provided mammograms to more than 14 million women.

Причем семантико-прагматическая необходимость приводит к появлению на базе единицы *Avon philanthropy* более емкого обозначения – *Avon global philanthropy*. Именно такая детерминация обеспечивает, упрочивает семантико-прагматическую целостность наименования *Avon* в исследуемом аспекте.

Высокая частота и единообразие связей отмеченных единиц не приводят к контекстуальной «монотонности», поскольку лингвопрагматическое обеспечение глобализационного аспекта сохраняет им актуальность.

С этой актуальностью связано разнообразие отмеченных ранее детерминационных отношений. Единицы *Avon* и *global* системно соотносятся через гиперсемотпрагмему «масштабная забота» [8, с. 45]. И эта соотнесенность обеспечивается тремя линиями детерминаций: (а) раскрытием глобализации в заботе о масштабных смертоносных проблемах; (б) подчинением деятельности *Avon* именно этой заботе; (в) взаимной обусловленностью между двумя вышеуказанными единицами в достаточно сложном фрейме. См. объемный контекст, в котором каждая линия доминирует, а все вместе представляют семантико-прагматическую системность:

#### **(a) Avon Breast Cancer Crusade**

The *Avon Breast Cancer Crusade* launched in 1992, and through 2009 has raised and donated more than \$640 million in more than 50 countries to accelerate breast cancer research and advance access to care, with a focus on assisting the medically

underserved. Funding supports awareness and education; screening and diagnosis; access to treatment; support services; and scientific research. Beneficiaries range from leading cancer centers to community-based non-profit breast health programs, creating a powerful network focused on eradicating breast cancer and ensuring access to care for all. *Avon* philanthropy has educated more than 100 million women globally about breast health care and provided mammograms to more than 14 million women. In 2004, the *Avon* Foundation expanded its philanthropy to include a second core issue: domestic and gender violence.

(б) The *Avon Walk for Breast Cancer* is the *Avon* Foundation for Women's largest annual fundraising initiative. The series of nine *Avon* Walks for Breast Cancer are held each year from April to October in Houston, TX, Washington, D.C., Boston, MA, Chicago, IL, Rocky Mountains, CO, San Francisco, CA, Santa Barbara, CA, New York, NY, and Charlotte, NC. From 2003 through mid-2010, the *Avon* Walks have raised more than \$350 million. The *Avon* Walk for Breast Cancer also raises awareness as participants spend an entire weekend walking 39 miles (63 km) through cities and towns around the country. In 2009, hundreds of thousands of donors supported more than 21,000 walkers and crew who participated, raising more than \$52 million.

(в) In addition to its corporate pursuits, the *Avon* corporation is involved in philanthropic causes. The *Avon Foundation for Women*, an accredited 501(c)(3) public charity, is the largest corporate-affiliated philanthropy for women in the world. *Avon* founded the *Avon* Foundation for Women with its first grant, a \$400 scholarship, in 1955. *Avon* was committed to helping women achieve their highest potential of economic opportunity and self-fulfillment by empowering them through scholarships and support for other forms of educational and occupational training and advancement.

Многомерная – трехаспектная – детерминация оказывается системным способом обеспечить особую целостность рассматриваемой номинации.

2. Во-вторых, заслуживает внимания такая характеристика из двух основных, как соотношение целого и части, акцентирующее семантико-прагматическую целостность в исследуемом аспекте. Как позволяет полагать материал, целостность определяется двуедино: и в плане связей между фрагментами, и в рамках определенного фрагмента [9]. В плане связей между фрагментами семантико-прагматическую целостность брендовой номинации по-раз-

ному укрепляет каждый фрагмент: они выступают как совместно необходимые. В рамках же определенного фрагмента целостность раскрывается в связи с соответствующим фреймом, как минимально достаточная.

Для номинации *Avon* в ее семантико-прагматической целостности характерна следующая цепочка четырех фрагментов. В первом фрагменте определяется специфическая сущность номинации как таковой, причем в глобализационном аспекте.

Такая характеристика включает две меры. Во-первых, номинация выступает как целое, поскольку ее семантико-прагматическую определенность, завершенность подтверждают системные свойства. (Эта черта проявляется во всех четыре фрагментах). В то же время она – часть более сложного целого, иной структуры, в более многослойном фрейме, ибо вступает в связи с последующими фрагментами. См.:

The U.S. *Avon* Foundation helps guide the global efforts of *Avon* Breast Cancer Crusade programs that raise awareness and funds in more than 50 countries. Programs include the sale of unique fundraising products, special events, and award-winning public service advertising. In 2005, *Avon* launched an annual *Avon* Walk Around the World for Breast Cancer, a global fundraising initiative that spans the globe, encompassing walks, runs, concerts, conferences, and workshops. In many parts of the world, these events help break the cultural, social, medical and financial barriers to access to care and finding a cure for breast cancer.

Второй фрагмент рассматриваемой цепочки репрезентирует у той же номинации *Avon* статус части в объектном уточнении: она конкретизируется через объекты деятельности, и таким образом дополняется как сущность номинации, так и более сложное фреймовое целое. См.:

#### ***Avon* Foundation Speak Out Against Domestic Violence program**

*Avon's* extraordinary global reach and capacity to mobilize through its more than 6.2 million independent *Avon* Sales Representatives enabled the company to expand its philanthropy to include a second core issue: domestic and gender violence. A McKinsey study (conducted pro bono for the *Avon* Foundation) confirmed that domestic violence is a critical issue of concern to women worldwide. As with breast cancer in the early 1990s, domestic violence in 2004 was a topic that was difficult to discuss, although it was an issue of tremendous concern that affected millions of women. To combat the difficulty of “speaking out” against domestic

violence, *Avon* uses its woman-to-woman network and power as a household name to raise funds and awareness to help end the cycle of violence.

В третьем фрагменте цепочки целостность уточняется за счет процессных семопрэгмем – выделенные единицы:

Since its inception in 2004, the *Avon* Foundation's Speak Out Against Domestic Violence program has awarded more than \$12 million to more than 400 domestic violence organizations across the United States **to support** awareness, education, direct services and prevention programs, with a special focus on children affected by domestic violence. *Avon* **has also launched efforts** in more than 50 countries **to raise** funds for this cause through product sales and **to raise** awareness through the dissemination of information by global *Avon* Representatives. In a few short years, *Avon* global philanthropy **has committed** more than \$16 million to end violence against women, including more than \$8 million coming from the global sales of *Avon* Empowerment products.

Наконец, четвертый фрагмент цепочки лингвопрагматически закономерно обобщает еще одну сторону целостности – результат. Семантико-прагматическая целостность номинации *Avon*, с ее сущими, объектными, процессными свойствами, оказывается необходимой составной частью, определяющей еще одну часть – результат, в сложном фреймовом целом с гуманистической перфекционистской доминантой:

...That contribution—the largest one-year corporate contribution in the fund's history—supported the expansion of UNIFEM projects around the world. *Avon* renewed its support of UNIFEM in 2009 with an additional \$250,000.

In 2009, at *Avon*'s Washington DC Global Summit for Women and Justice, the *Avon* Foundation announced important new initiatives to eradicate violence against women and help ensure justice for women worldwide, including a \$1.5 million grant to launch the *Avon* Global Center for Women and Justice at Cornell Law School.

Выполненный анализ дает основания для системы выводов.

1. Две подсистемы брендовых номинаций: с акцентированием национального и глобализационного аспектов – прагматически соотносительны. С точки зрения семантико-прагматической системности английского языка, оба аспекта обеспечиваются разветвленными средствами. Нет оснований полагать, что продуктивность первой подсистемы уменьшается.

2. Отмеченная соотносительность не означает тождества двух подсистем, наоборот, она предполагает различие. Показательна не отмечавшаяся ранее, но достаточно очевидная специфика глобализационного аспекта: он определяется у единицы как результат семантико-прагматического развития, то есть как вторичная сущность, но не появляется с возникновением номинации, изначально (в отличие от национального аспекта, который обычно предполагается изначально). Эта черта закреплена специфическими системными связями.

3. Обе подсистемы обладают единством и соотнесенностью. Единой для национального и глобализационного аспектов является семантико-прагматическая выделенность. Она коррелирует с глубинным своеобразием бренда с наполнением фреймов, что благоприятствует разнообразию и продуктивности обеих рассмотренных подсистем. Соотносительные различия между двумя подсистемами многообразны и упорядочены. Основных определяются устойчивость у номинаций с национальным аспектом и семантико-прагматическая детализация у номинаций с глобализационным аспектом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Медведева А.А. Фреймовое пространство и доминанты брендовых номинаций // Образование – наука – творчество: Приложение. Нальчик; Армавир, 2011. № 31.
2. Чесноков П.В. Синтаксическая связь и синтаксическое соприкосновение // Язык. Текст. Дискурс. Вып. 8. Ставрополь, 2010.
3. Антимирова В.В. Лексико-семантические и деривационные характеристики русской лингвистической терминологии // Автореф. дис. канд. филол. наук. Краснодар, 2011.
4. Романова Т.П. Проблемы национального нейминга в России // Язык – текст – дискурс: прагматическая интерпретация высказывания в различных коммуникативных сферах. Самара, 2011.
5. Успенский Б.А. Дейксис и вторичный семиозис в языке // Вопросы языкознания. 2011. № 2.



6. Алимуратов О.А. Концепт и лингвистическая семантика. Saarbruken Lambert Acad. Publishers, 2011.
7. Буари Ф. Стратегия доверия: Очерки современного PR–дискурса. М., 2010.
8. Агранович С.З., Стефанский Е.Е. Миф в слове: продолжение жизни. Очерки по мифолингвистике. Самара, 2010.
9. Brinker K. Linguistische Textanalyse. Berlin: Erich Schmidt, 2011.

*Южный*

*федеральный университет*

*19 октября 2011 г.*

---