

DOI 10.20310/2587-6953-2020-6-22-318-327
УДК 811.111

Форматирование знаний об английских атрибутивных словосочетаниях (на примере построения когнитивной матрицы HAIR BEAUTY)

Анна Вадимовна ТКАЧЕНКО

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3032-6573>, e-mail: avtko111@rambler.ru

Formatting knowledge about the English attributive collocations (on the example of cognitive matrix HAIR BEAUTY construction)

Anna V. TKACHENKO

Derzhavin Tambov State University
33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3032-6573>, e-mail: avtko111@rambler.ru

Аннотация. Вопрос о возможностях форматирования знаний с учётом природы языковых структур является на сегодняшний день актуальным в когнитивной лингвистике. Данное исследование посвящено теоретическому и практическому осмыслению роли форматирования знаний об атрибутивных словосочетаниях в английском языке. Цель данной работы – описание формата знания об английском атрибутивном словосочетании, представленного когнитивной матрицей HAIR BEAUTY. Объектом исследования стали те атрибутивные словосочетания, которые репрезентируют рассматриваемую когнитивную матрицу. Изучение подобных когнитивных и языковых структур невозможно без применения соответствующих способов анализа. Когнитивная матрица HAIR BEAUTY была рассмотрена с помощью современного метода когнитивно-матричного анализа, что привело к определенным выводам по теме исследования. Во-первых, когнитивная матрица HAIR BEAUTY является многоуровневым форматом знания, в состав которого могут входить различные концептуально-тематические области, которые при более близком рассмотрении могут выступать как самостоятельные матричные структуры. Во-вторых, знания об атрибутивных словосочетаниях, содержащиеся в составе описываемого формата, позволяют человеку в процессе мышления одновременно обращаться к интерфейсам концептуально-тематических областей внутри формата HAIR BEAUTY и информации о возможностях выстраивания атрибутивных конструкций в рамках правил английского языка. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории форматирования знаний и могут быть использованы при разработке лекционных и практических курсов по когнитивной лингвистике.

Ключевые слова: атрибутивное словосочетание; форматирование знания; матричный формат знания; когнитивно-матричный анализ; английский язык

Для цитирования: Ткаченко А.В. Форматирование знаний об английских атрибутивных словосочетаниях (на примере построения когнитивной матрицы HAIR BEAUTY) // Неофилология. 2020. Т. 6, № 22. С. 318-327. DOI 10.20310/2587-6953-2020-6-22-318-327

Abstract. The question of formatting knowledge with regard to certain linguistic structures is currently relevant in cognitive linguistics. This research is devoted to theoretical and practical understanding of formatting knowledge applied to attributive collocations in the English language. The purpose of this work is to describe the format of knowledge behind the English attributive collocations representing the cognitive matrix HAIR BEAUTY. The study of such cognitive structures is impossible without the use of appropriate methods of analysis. In this work, the cognitive matrix HAIR BEAUTY is considered through the prism of the cognitive-matrix analysis that led to cer-

tain conclusions. First, the cognitive matrix HAIR BEAUTY is a multi-level format of knowledge which may include various conceptual and thematic areas that can act as independent matrix structures on closer examination. Second, the knowledge about attributive collocations contained in the described format allows a person to access the interfaces of conceptual and thematic areas within the HAIR BEAUTY format and information about attributive structures construction following the rules of the English language. The results contribute to further research in the field of formatting knowledge and can be used in courses on cognitive linguistics.

Keywords: attributive collocation; formatting of knowledge; matrix format of knowledge; cognitive-matrix analysis; the English language

For citation: Tkachenko A.V. Formatirovaniye znaniy ob angliyskikh atributivnykh slovosochetaniyakh (na primere postroyeniya kognitivnoy matritsy HAIR BEAUTY) [Formatting knowledge about the English attributive collocations (on the example of cognitive matrix HAIR BEAUTY construction)]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2020, vol. 6, no. 22, pp. 318-327. DOI 10.20310/2587-6953-2020-6-22-318-327 (In Russian, Abstr. in Engl.)

Большинство современных лингвистов разных направлений приходят к пониманию актуальности когнитивного подхода к исследованию вопросов взаимодействия языка и мышления, поскольку единственно надёжный доступ к сознанию и мышлению обеспечивает только язык [1, с. 25].

В процессе деятельности по осознанию и упорядочиванию конкретно наблюдаемых в речи явлений человек пытается выявить некую отвлечённую мыслительную схему, следуя которой можно было бы построить новые слова, словесные формы и их комбинации упорядоченным и предсказуемым образом. В широком смысле подобные формы являются форматами знаний, которые используются говорящим для создания новых выражений или оценки их общепринятости.

Диссертационные исследования последних лет показывают, что концептуальная система человека и концептосфера языка включают в себя знания самого разного формата с точки зрения их структуры и содержания (см., например: [2–6]). В данной статье на материале английского языка отражена попытка ответить на вопрос, каким образом формируются знания, стоящие за атрибутивными словосочетаниями.

Атрибутивными сочетаниями или конструкциями называются «такие словосочетания, в которых зависимое слово является определением главного, определяемого слова. Такие словосочетания указывают на отношения, существующие между предметом и его признаком (атрибутом)» [7, с. 98]. В английском языке, это «некоторая двучленная (реже трёхчленная) модель, имеющая номинативную функцию, организованная на основе

подчинительной связи с устойчивым сочетанием синтаксических отношений, выраженных определённым способом, и с постоянным размещением компонентов» [8, с. 141].

Обладая многообразием вербальных проявлений, данный тип словосочетаний требует к себе особого подхода, основанного на оптимально подходящем к определённой ситуации общению выборе, «правильность» которого определяется за счёт актуализации и конфигурации сведений о возможностях форматирования знаний, стоящих за конкретным словосочетанием. Вместе с тем в атрибутивную конструкцию закладывается механизм «переработки и сортировки» данных, который «способствует членению поступающей к человеку информации по неким каноническим или прототипическим (естественным) формам её языкового представления» [9, с. 105].

Следует признать тот факт, что исследователи атрибутивных словосочетаний в когнитивном контексте отмечают многоаспектный характер той структуры знания, которая стоит за этими словосочетаниями. Передаваемое такими конструкциями концептуальное содержание не сводится к отдельным характеристикам или их определённому набору, а требуют осмысления в рамках нескольких концептуально-тематических областей. Это объясняется тем, что атрибутивные конструкции описывают объекты и явления, относящиеся к абсолютно разным сферам знания.

В этой связи можно утверждать, что формат знания, репрезентируемый атрибутивными конструкциями, является матричным форматом. Когнитивная матрица – осо-

бый формат многоаспектного знания «как системы взаимосвязанных когнитивных контекстов, которые носят опциональный характер и не предполагают их обязательно одновременное иерархическое ассоциирование с тем или иным словом или концептом. В структуре когнитивной матрицы данные когнитивные контексты приобретают статус самостоятельных, независимых друг от друга компонентов» [10, с. 57-77]. Для описания когнитивной матрицы применяется когнитивно-матричный анализ (Н.Н. Болдырев), который направлен на «выявление концептуальных характеристик ядра, когнитивных контекстов как областей их осмысления, взаимосвязей между данными характеристиками и соответствующими контекстами, а также языковых средств актуализации этих взаимосвязей» [10, с. 57-77].

Далее на примере обращения к концепту HAIR BEAUTY (*красота волос*) рассмотрим, какие концептуально-тематические области с учётом профессионального аспекта знаний этой мыслительной структуры объединяются в когнитивную матрицу и передаются английскими атрибутивными сочетаниями.

К изучению подобных концептов и концепту BEAUTY обращались разные исследователи. Например, с попытками когнитивного моделирования “beauty” связана работа О.А. Алимударова и М.А. Гусевой [11]. С позиций рекламного дискурса, затрагивая гендерный аспект, о данном концепте писала Н.В. Козицкая [12]. Тематике, косвенно сходной с настоящим исследованием, посвящена статья И.Е. Беляковой, которая рассматривала данный феномен, опираясь на результаты анализа журналов, ориентированных на бьюти-индустрию [13], в более широком освещении о концепте ‘beauty’ общала М.В. Зимина в работе, посвящённой выявлению специфики функционирования некоторых концептов в американской языковой картине мира [14].

Стоит отметить, что понятие красоты в сфере эстетических услуг имеет свою специфику и понимается довольно широко. Имеется в виду, что в смысловом отношении красота – это предмет субъективной оценки, поэтому красивыми можно считать абсолютно разные вещи. Следуя этой логике, речь профессионалов бьюти-индустрии в области

ухода за волосами может не содержать в себе постоянного обращения к словам *beauty*, *beautiful*, *beautify* и т. д. Красота в таком случае будет передаваться языковыми единицами, отражающими разнообразие стилей, образов и т. п., которые могут создать парикмахеры. Учитывая данную специфику, перейдём к материалам интернет-журнала Professional Hairdresser¹. Всего было проанализировано 58 страниц сайта, на котором было найдено 100 атрибутивных словосочетаний.

Методика когнитивно-матричного анализа предполагает выявление концептуально-тематических областей и последующую работу с ними с целью осмысления тех или иных наименований, собранных по какому-либо признаку в определённую рубрику. При этом такие области сами могут представлять собой многоаспектное знание, которое будет встроено в интегративную матрицу общего типа. Предположим, что HAIRDRESSING является центральным понятием для общей когнитивной матрицы, в центре которой находится концепт HAIR BEAUTY. Следовательно, в рамках общей когнитивной матрицы можно выделить следующие концептуально-тематические области: SERVICE (*услуга*), PERSON (*человек*), CAUSE (*причина*), TARGET (*цель*). Выделенные области можно рассматривать в качестве когнитивных контекстов, которые в языке передаются английскими атрибутивными конструкциями. Данные концептуально-тематические области предложены к рассмотрению на основании того, как в общественном сознании осмыслится профессиональная деятельность, связанная с приданием красоты волосам – ср.: *hairdressing is hair cutting and styling in a desired way to enhance the appearance of an individual*².

Итак, в процессе придания волосам красивого вида на уровне когниции одновременно действуют взаимосвязанные компоненты: предоставляемая услуга, человек как источник услуги, причина взаимодействия парикмахера и клиента и конечная цель, ради которой выстраивается коммуникация между

¹ Professional Hairdresser. URL: <https://professionalhairdresser.co.uk> (accessed: 03.02.2020).

² Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/hairdresser> (accessed: 03.02.2020).

людьми. Вместе с тем каждая из обозначенных концептуально-тематических областей может самостоятельно являться матричным форматом знания и рассматриваться отдельно.

В анализе SERVICE как когнитивной матрицы большую роль сыграла предложенная авторами издания Professional Hairdresser рубрикация видов услуг, которые могут быть предоставлены профессиональным парикмахером: COLOURING (окрашивание), STYLING (укладка), CUTTING (стрижка). Другими словами, затрагивая концептуально-тематическую область SERVICE, услуги, которые может предоставить парикмахер, говорящий обращается сразу к нескольким когнитивным контекстам.

Уточнить семантику подобранных авторами атрибутивных конструкций позволит работа с когнитивными механизмами: перспективизации, соединения, достраивания и развития [15, с. 356]. Если когнитивный механизм «перспективизация» отвечает за «выделение определённых характеристик концепта», которые должны быть соотнесены со смысловым ядром атрибутивного словосочетания, то когнитивный механизм «соединение» необходим для согласования «характеристик концепта, репрезентируемого» атрибутивной конструкцией. Когнитивный механизм «достраивание» способствует появлению «новых характеристик у концепта», служащих для привязки к субъекту в словосочетании. Функционирование этого механизма становится возможным за счёт обращения к различным «когнитивным областям, в рамках которых осмысливается концепт». Когнитивный механизм «развитие» реализует возможности возникновения новых характеристик (или их комбинаций) у концепта «за счёт использования инферентных и энциклопедических знаний» [15, с. 356].

Так, когнитивный контекст COLOURING актуализируется через атрибутивные словосочетания на уровне текстов и текстовых заголовков, передавая информацию о возможностях работы парикмахера с цветом волос:

- *white, warm and glowing colours* – белые, тёплые, светящиеся цвета;
- *gorgeous teal look* – великолепный бирюзовый образ (окрас волос);
- *Summer Glow* – Летнее сияние;

– *Rusk Teal Colour Mousse* – Мусс цвета сухого чирока;

– *(Organic Colour System) OCS Yellow Inspiration* – Вдохновение жёлтой органической цветовой системой и т. д.

Когнитивный контекст STYLING также реализуется через атрибутивные конструкции в текстах и текстовых заголовках, информируя читателя о том, какую форму или стиль может парикмахер придать волосам:

- *Curl Crush* – Смятые кудри;
- *Devil Horns* – Дьявольские рожки;
- *Flowers in her hair* – Цветы в её волосах;
- *chic Halloween hair* – шикарная причёска на Хэллоуин;
- *holiday hair* – праздничная причёска и т. д.

Когнитивный контекст CUTTING репрезентируется атрибутивными словосочетаниями в текстах и текстовых заголовках, сообщая о том, каким образом парикмахер может подстричь клиента:

- *Micro-Fringe Bangs* – Короткие «микро» чёлки;
- *Skin Fade with Texture* – Текстурная стрижка Скин Фейд;
- *a beautiful pixie shape* – красивая форма стрижки пикси;
- *Line haircut technique for medium length* – Техника линейной стрижки на волосах средней длины;
- *Short bob with layers* – Стрижка многослойный короткий боб и т. д.

На основе изучения концептуально-тематических областей когнитивной матрицы SERVICE оказалось возможным проследить стремление атрибутивных конструкций к имманентности, за счёт которой происходит формирование семантики обладания одной или несколькими существенными характеристиками (качественными или количественными), которые составляют смысловую основу атрибутивного словосочетания.

Философский словарь А. Конта-Спонсивия даёт следующее определение имманентности: «присутствие всего во всём (абсолютная имманентность) или чего-то в другом (относительная имманентность), указывая на наличие некоего свойства или совокупности свойств, которые составляют сущ-

ность какого-либо предмета, процесса или явления» [16].

Другими словами, обращаясь к английским атрибутивным словосочетаниям, на языковом уровне иллюстрирующим концептуально-тематические области COLOURING, STYLING, CUTTING, можно найти как конструкции, состоящие из субъекта/предмета и его атрибута (см. выше, например, *holiday hair – праздничная причёска*), так и целые атрибутивные группы, представляющие собой цепочки из определений, примыкающих к одному и тому же определяемому слову, например, *pre-curled hair extensions – наращивание предварительно завитых волос; a super luxe everyday pony – супер люксовый ежедневный конский хвост; a beautiful pixie shape – красивая форма стрижки пикси*. В создании многообразия атрибутивных построений на уровне мышления принимают участие все вышеназванные когнитивные механизмы. На основе выделения определённых характеристик у матричного формата HAIR BEAUTY с помощью механизмов «перспективизация» и «соединение» у говорящего появляется возможность выбора из памяти готовых к вербализации языковых единиц и благодаря двум другим механизмам («достраивание» и «развитие») возникает перспектива обращения к знаниям экстралингвистического характера, которая может повлиять на количественный и качественный состав нового, никогда не существовавшего ранее атрибутивного словосочетания.

Когнитивная матрица PERSON предполагает огромное количество контекстуальных областей, которые будут раскрывать это понятие с различных сторон. В рамках данного исследования ограничимся лишь базовыми контекстуальными проявлениями этой когнитивной матрицы. Для выявления базовых контекстуальных областей обратимся к классическому определению человека, предложенному толковым словарём В.И. Даля: человек – это «высшее из земных созданий, одаренное разумом, свободной волей и словесной речью»¹. Исходя из определения, становится понятным, что в человеке заложена дуальность материального и духовного бытия, проявляющаяся во взаимодействии со

внешним миром посредством своего биологического организма либо языка как выразителя мыслей и образов индивидуальной картины мира. Соответственно, речь может идти о внешних либо внутренних проявлениях человека [17]. Другими словами, базовыми контекстуальными областями можно считать IMAGE (*внешние свойства человека*) и IMPRESSION (*впечатление как внутреннее состояние или эмоция человека в ответ на внешний раздражитель*), которые наряду с концептуально-тематической областью GENDER (*половая принадлежность*) составляют основу первичной характеристики человека.

Концептуально-тематическая область PERSON, опираясь на когнитивный контекст IMAGE, помогает раскрытию внешних характеристик, возникающих при создании красивых волос. В интернет-журнале Professional Hairdresser встречаются атрибутивные словосочетания, имеющие отношение к описанию создаваемого парикмахером образа:

- *on-trend looks – трендовые образы;*
- *the hippie-chic look – шикарный хиппи-образ;*
- *extra insta-worthy hair – экстра инста-волосы;*
- *Queen Striver – Воинственная Королева;*
- *Modern Chic Shag – Современная шикарная шевелюра* и т. д.

Параллельно этому авторы журнала активно используют когнитивный контекст IMPRESSION, что в большей степени адресовано к эмоциям и ощущениям, которые создаются у наблюдателя либо обладателя красиво уложенных/подстриженных/окрашенных волос посредством обращения к атрибутивным словосочетаниям:

- *a sense of the soul and style of these destinations – ощущение души и стиля этих мест;*
- *garden-inspired look – образ, вдохновлённый садом;*
- *laid-back look – непринуждённый вид;*
- *the Effortlessly Ethereal trend – Тренд лёгкости и воздушности;*
- *a youthful, relaxed feel – ощущение юности и непринуждённости* и т. д.

Когнитивный контекст GENDER также вносит свой вклад в понимание красоты во-

¹ Толковый словарь Даля онлайн. URL: <https://www.slovardalja.net> (дата обращения: 03.02.2020).

лос у человека. Затрагиваются аспекты маскулинности и феминности со стремлением обозначить традиционные гендерные роли и современный взгляд авторов журнала на границы сложившихся в обществе стереотипов на материале атрибутивных словосочетаний:

– *Mum Hair Hacks – Секреты маминой причёски;*

– *an updo with a soft knot and a relaxed silhouette – причёска с мягким узлом и непринуждённым силуэтом;*

– *Philipp Haug's Muse – муза Филиппа Хога;*

– *the juxtaposition of beauty and edginess, strength and softness, ultimately femininity and androgyny – противопоставление красоты и нервозности, силы и мягкости, в конечном счёте, женственности и андрогенности* и т. д.

Таким образом, когнитивная матрица PERSON ориентирует на знания, связанные с обладанием каким-либо свойством или признаком. Думается, что в данном случае основная роль будет принадлежать когнитивному механизму «соединение», поскольку именно на этом этапе осмысления действительности должна происходить координация между элементами внутри когнитивной матрицы HAIR BEAUTY.

С точки зрения когнитивной лингвистики функционирование когнитивных контекстов IMAGE, IMPRESSION, GENDER стоит понимать через способность извлекать признаки различной степени важности в процессе познания. Являясь универсальной возможностью языкового сознания, каждый из когнитивных контекстов помогает «схватыванию» сути закодированной в атрибутивной конструкции информации, благодаря чему становится возможным понимание атрибутивных словосочетаний и семантических отношений принадлежности либо обладания чем-либо. Подобные процессы могут происходить в мышлении благодаря механизму «перспективизации».

Представление о когнитивной матрице CAUSE правомерно соотносить со знаниями о причине в аристотелевской «Метафизике», согласно которой причина может иметь четыре начала. В современной интерпретации данные «начала» можно назвать вопросами, благодаря которым у исследователя склады-

вается полное понимание о предмете исследования.

Во-первых, из чего состоит данный предмет (материальная причина его существования)?

Во-вторых, кто или что является источником возникновения или взаимодействия с предметом (творящая причина)?

В-третьих, что является сутью предмета (формальная причина)?

В-четвёртых, ради чего данный предмет существует (конечная причина)? [18].

С точки зрения когнитивной матрицы CAUSE в отношении предоставляемых человеком человеку услуг наибольшее значение будет иметь понимание клиентом того, какую услугу он получает, и кто является автором нового стиля, образа или техники стрижки/окрашивания волос. В условиях современной интернет-коммуникации информация о продукции, товарах и услугах достаточно широко распространена, поэтому необходимость в объяснении читателю того, из чего состоит услуга (из каких приёмов и этапов), а также того, ради чего авторы журнала рассказывают о парикмахерских услугах в значительной мере нивелируется. Ориентируясь на данную тенденцию, выделим в качестве когнитивных контекстов для матрицы CAUSE концепты SOURCE (*источник*) и MOTIVATION (*мотивация*).

Когнитивный контекст SOURCE в анализируемом интернет-журнале Professional Hairdresser предполагает перемещение фокуса внимания читателя на те предметы или тех авторов, которые привнесли свой вклад в развитие парикмахерской сферы услуг. Важное место в вербализации данной информации занимают атрибутивные конструкции:

– *Sleek Prom Style with DAFNI Allure – Глянцевый стиль выпускного вечера с Дафни Аллюр;*

– *a Victoriana look – викторианский стиль;*

– *Anna Sui Spring/Summer 2020 collection – коллекция Анны Суи Весна/Лето 2020;*

– *Peaky Blinders' Arthur Shelby – стрижка Артура Шелби в стиле банды Пики Блайндерс (из Бирмингема);*

– *Vintage Curls by Cos Sakkas – винтажные кудри от Кос Закас* и т. д.

Когнитивный контекст MOTIVATION предполагает учёт причин, которые заставляют человека обращаться за услугой к парикмахеру. В анализируемом интернет-журнале Professional Hairdresser можно встретить среди атрибутивных словосочетаний примеры, иллюстрирующие концептуально-тематическую область MOTIVATION:

- *on-trend looks* – трендовые образы;
- *garden-inspired look* – образ, вдохновлённый садом;
- *boho summer vibes* – флюиды стиля летнего бохо;
- *laid-back look, tied together with a bohemian scarf* – непринуждённый вид, дополненный богемным шарфом;
- *quick-fix hair hacks* – хитрости по быстрому созданию причёски и т. д.

При повторном обращении к философскому словарю А. Конта-Спонсвиля по поводу описываемой концептуально-тематической области CAUSE в системе матрицы HAIR BEAUTY находим следующее определение: «Отношение между двумя сущностями или событиями, при котором существование одного влечёт за собой существование второго и объясняет его» [16]. Это означает, что при интерпретации вышеупомянутых атрибутивных словосочетаний учитывается информация о различного рода событиях, предшествующих нынешнему положению дел и являющихся отправной точкой в системе причинно-следственных отношений. Можно сделать предположение, что для образования данного когнитивного контекста необходимо будет задействовать не менее трёх механизмов мышления: «перспективизации», «соединения» и «доставания», что соотносится с сущностью каузальности.

Концептуально-тематическая область TARGET позволяет наиболее полно раскрыть бытийный аспект матрицы HAIR BEAUTY через взаимодействие с её центральным концептом HAIRDRESSING. С когнитивной точки зрения предполагаемым результатом деятельности будет выбор той услуги или ряда услуг, которые подходят конкретному человеку в соответствии с его картиной мира и представлением о прекрасном. Ещё одним интересным наблюдением в этой связи будет понимание того, что в данной концептуально-тематической области

происходит совмещение картин мира читателя и авторов журнала, благодаря которому интерпретирующий субъект заново осмысляет мир, заполняя пустующие слоты памяти новой информацией. Другими словами, взаимодействие с концептуально-тематической областью TARGET обеспечивает работу интерпретирующего человеческого сознания путём перехода «от созерцательно-чувственного познания к активному рациональному» [19, с. 35].

Концептуально-тематическая область TARGET предполагает знания о результате оказания той или иной парикмахерской услуги. Даже подобный несколько стереотипизированный когнитивный контекст объективируется атрибутивным конструированием:

- *Pearly Queen with Fudge Professional* – Жемчужная Королева с профессиональной продукцией Фадж;
- *Red Alert with Fudge Professional* – Красная Тревога с профессиональной продукцией Фадж;
- *the ultimate hippie-chic look* – итоговый шикарный хиппи-образ.

В этом случае в реализации когнитивного контекста необходимо будет задействовать механизмы развития и перспективизации.

Таким образом, на данном этапе анализа можно объединить все концептуально-тематические области, входящие в структуру матрицы HAIR BEAUTY, и получить модель организации различных сфер знания «под началом» выбранного для исследования концепта HAIRDRESSING.

Структурный анализ показывает, что значительное количество атрибутивных словосочетаний представляет собой препозитивные атрибутивные комплексы. Практическое подтверждение находят выводы Е.В. Коструб о том, что по причине отсутствия маркированности у современных английских прилагательных «в качестве атрибутов широко используются и другие не имеющие специальных морфологических признаков части речи, например существительные» [20, с. 51]. В исследуемых языковых единицах наблюдается большая вариативность в плане количества входящих в структуру атрибутивного словосочетания элементов. Тенденция к увеличению количества компонентов в составе атрибутивных групп говорит о стремлении к

точности выражения понятия и снижению степени многозначности.

Стилистический анализ атрибутивных словосочетаний позволяет говорить о частотности эпитетов с функцией высокой оценки (*gorgeous; powerful; glossy; advanced; chic; beautiful; super luxe; unbelievable; sleek; cult; extra insta-worthy*), а также реализации в изучаемых конструкциях метонимии и метафоры (*peaky blinders' Arthur Shelby; a Victorian look; devil horns; alien hair; angel glitter hair; red alert; alter ego; queen striver; glossy knot*).

Итак, форматирование знаний об английских атрибутивных словосочетаниях на примере построения когнитивной матрицы HAIR BEAUTY с помощью когнитивно-матричного анализа показало, что одним из ядер когнитивной матрицы HAIR BEAUTY выступает концепт HAIRDRESSING, репрезентируемый английскими атрибутивными словосочетаниями. Многоуровневый характер изучаемого формата отражается в интеграции концептуально-тематических областей

SERVICE, PERSON, CAUSE и TARGET, которые, являясь когнитивными контекстами для общей матрицы, одновременно сами могут представлять собой матричные структуры. Учёт когнитивных механизмов перспективизации, соединения, достраивания и развития позволил дополнить описание структуры матрицы.

Необходимо особо подчеркнуть, что описываемый формат знания, представленный английскими атрибутивными конструкциями, предполагает наложение знаний концептуально-тематических областей и знаний об указанных конструкциях. При этом знания об атрибутивных словосочетаниях 1) выстраиваются на основе пропозициональных структур с имплицитным базовым предикатом, указывающим на приписывание той или иной характеристики тому или иному объекту или явлению, и эксплицитными аргументами, указывающим на сам объект и его свойства; и 2) объединяют сведения о конкретных категориях атрибутивных сочетаний в английском языке.

Список литературы

1. Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: Изд. дом ЯСК, 2019. 480 с.
2. Панасенко Л.А. Интерпретирующий потенциал лексических категорий: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04; 10.02.19. Тамбов, 2014. 351 с.
3. Дубровская О.Г. Субъектный принцип формирования социокультурной специфики дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Тамбов, 2014. 383 с.
4. Безукладова И.Ю. Эгоцентрические модели категоризации пространства в немецком языке: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04. Тамбов, 2016. 327 с.
5. Виноградова С.Г. Когнитивные основы коммуникативного членения сложного предложения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04; 10.02.19. Тамбов, 2016. 301 с.
6. Григорьева В.С. Интегративность формата речевого взаимодействия в диалогическом дискурсе (на примере бытовых дискурсивных жанров): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Тамбов, 2018. 349 с.
7. Кирьянова А.А., Привалова Ю.В. Атрибутивные словосочетания семантического поля «УГОЛОВНОЕ И ГРАЖДАНСКОЕ СУДОПРОИЗВОДСТВО» // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 5-1. URL: <http://eduherald.ru> (дата обращения: 03.02.2020).
8. Аракин В.Д. Сравнительная типология английского и русского языков. М.: Просвещение, 1989. 254 с.
9. Манерко Л.А. Сложноструктурное субстантивное словосочетание: когнитивно-дискурсивный аспект. На материале технической литературы современного английского языка: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04. М., 2000. 426 с.
10. Болдырев Н.Н. Форматы знания в языке и методы их исследования // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Тамбов, 2009. № 5. С. 57-77.
11. Алимударов О.А., Гусева М.А. Структурная и признаковая модели концепта BEAUTY (КРАСОТА), объективируемого в современном англоязычном женском дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 3. С. 12-19.
12. Козицкая Н.В. Концепт «Красота» в англоязычном рекламном тексте: гендерный аспект // Культура народов Причерноморья. 2011. № 203. С. 122-124.
13. Белякова И.Е. Вербализация концепта "beauty" в современных англоязычных журналах // Сборник научных трудов SWorld. 2012. № 30 (2). С. 13-17.

14. Зими́на М.В. Специфика представления концептов BEAUTY, HOME, FREEDOM в американской языковой картине мира: дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2018. 172 с.
15. Бабина Л.В., Бочкарева И.В. Роль матричного формата знания при интерпретации производных от имен собственных // Когнитивные исследования языка. 2011. Вып. 9. С. 355-365.
16. Конт-Спонсвилль А. Философский словарь Спонсвиля. 2012. URL: <http://philosophy.niv.ru> (дата обращения: 03.02.2020).
17. Дзюба К.А. Способы формирования наименований торговых марок (на материале английского, русского и французского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тамбов, 2014. 190 с.
18. Аристотель. Метафизика. Перевод с греческого П.Д. Первова и В.В. Розанова. М.: Ин-т философии, теологии и истории св. Фомы, 2006. 232 с.
19. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: Филол. фак. МГУ, 1997. 245 с.
20. Костру́б Е.В. К вопросу об английском атрибутивном комплексе со структурой N1 + N2 // Magister Dixit. 2011. № 4. С. 49-56.

References

1. Boldyrev N.N. *Yazyk i sistema znaniy. Kognitivnaya teoriya yazyka* [Language and Knowledge System. Cognitive Theory of Language]. Moscow, YASK Publ. House, 2019, 480 p. (In Russian).
2. Panasenko L.A. *Interpretiruyushchiy potentsial leksicheskikh kategoriy: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.04; 10.02.19* [Interpretative Potential of Lexical Categories: Dr. philol. sci. diss.: 10.02.04; 10.02.19]. Tambov, 2014, 351 p. (In Russian).
3. Dubrovskaya O.G. *Sub'yektnyy printsip formirovaniya sotsiokul'turnoy spetsifiki diskursa: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.19* [The Subject Principle of Formation of Socio-Cultural Specificity of Discourse: Dr. philol. sci. diss.: 10.02.19]. Tambov, 2014, 383 p. (In Russian).
4. Bezukladova I.Y. *Egotsentricheskiye modeli kategorizatsii prostranstva v nemetskom yazyke: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.04* [Egocentric Models of Space Categorization in German: Dr. philol. sci. diss.: 10.02.04]. Tambov, 2016, 327 p. (In Russian).
5. Vinogradova S.G. *Kognitivnyye osnovy kommunikativnogo chleneniya slozhnogo predlozheniya: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.04; 10.02.19* [Cognitive Bases for Communicative Perspective in Composite Sentences: Dr. philol. sci. diss.: 10.02.04; 10.02.19]. Tambov, 2016, 301 p. (In Russian).
6. Grigoryeva V.S. *Integrativnost' formata rechevogo vzaimodeystviya v dialogicheskom diskurse (na primere bytovykh diskursivnykh zhanrov): dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.19* [Integrativity of the Format of Speech Interaction in Dialogical Discourse (on the Example of Everyday Discursive Genres): Dr. philol. sci. diss.: 10.02.19]. Tambov, 2018, 349 p. (In Russian).
7. Kiryanova A.A., Privalova Y.V. Atributivnyye slovosochetaniya semanticheskogo polya «UGOLOVNOE I GRAZHDANSKOE SUDOPROIZVODSTVO» [Attributive phrases of the semantic field "CRIMINAL AND CIVIL COURT PROCEEDINGS"]. *Mezhdunarodnyy studencheskiy nauchnyy vestnik – European Student Scientific Journal*, 2015, no. 5-1. (In Russian). Available at: <http://eduherald.ru> (accessed 03.02.2020).
8. Arakin V.D. *Sravnitel'naya tipologiya angliyskogo i russkogo yazykov* [Comparative Typology of English and Russian Languages]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 1989, 254 p. (In Russian).
9. Manerko L.A. *Slozhnostrukturnoye substantivnoye slovosochetaniye: kognitivno-diskursivnyy aspekt. Na materiale tekhnicheskoy literatury sovremennoy angliyskogo yazyka: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.04*. [The Complex Structural Substantive Word Combination: Cognitive-Recursive Aspect. On the Material of Technical Literature of the Modern English Language: Dr. philol. sci. diss.: 10.02.04]. Moscow, 2000, 426 p. (In Russian).
10. Boldyrev N.N. *Formaty znaniya v yazyke i metody ikh issledovaniya* [Formats of knowledge in language and methods of their research]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki – Tambov University Review. Series: Humanities*, 2009, no. 5, pp. 57-77. (In Russian).
11. Alimudarov O.A., Guseva M.A. *Strukturnaya i priznakovaya modeli kontsepta BEAUTY (KRASOTA), ob'yektiviruyemogo v sovremennom angloyazychnom zhenskom diskurse* [Structural and characteristic models of the concept BEAUTY, objectified in the modern English-language women's discourse]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*, 2010, no. 3, pp. 12-19. (In Russian).
12. Kozitskaya N.V. *Kontsept «Krasota» v angloyazychnom reklamnom tekste: gendernyy aspekt* [The Concept "Beauty" in the English-language advertising text: the gender aspect]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* [Culture of the Peoples of the Black Sea Region], 2011, no. 203, pp. 122-124. (In Russian).

13. Belyakova I.E. Verbalizatsiya kontsepta "beauty" v sovremennykh angloyazychnykh zhurnalakh [Verbalization of the concept "beauty" in modern English-language magazines]. *SWorld*, 2012, no. 30 (2), pp. 13-17. (In Russian).
14. Zimina M.V. *Spetsifika predstavleniya kontseptov BEAUTY, HOME, FREEDOM v amerikanskoj yazykovoy kartine mira: dis. ... kand. filol. nauk* [Specificity of Representation of BEAUTY, HOME, FREEDOM Concepts in the American Language Picture of the World: Cand. philol. sci. diss.]. Nizhny Novgorod, 2018, 172 p. (In Russian).
15. Babina L.V., Bochkareva I.V. Rol' matrichnogo formata znaniya pri interpretatsii proizvodnykh ot imen sobstvennykh [The role of the matrix format of knowledge in the interpretation of derivatives of proper names]. *Kognitivnyye issledovaniya yazyka – Cognitive Studies of Language*, 2011, no. 9, pp. 355-365. (In Russian).
16. Comte-Sponville A. *Filosofskiy slovar' Sponsvilya. 2012* [Sponville's Philosophical Dictionary. 2012]. (In Russian). Available at: <http://philosophy.niv.ru> (accessed 03.02.2020).
17. Dzyuba K.A. *Sposoby formirovaniya naimenovaniy torgovykh marok (na materiale angliyskogo, russkogo i frantsuzskogo yazykov): dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19* [Ways of Forming Trade Mark Names (in the English, Russian and French Languages): Cand. philol. sci. diss.: 10.02.19]. Tambov, 2014, 190 p. (In Russian).
18. Aristotle. *Metafizika. Perevod s grecheskogo P.D. Pervova i V.V. Rozanova*. [Metaphysics. Translated from Greek by P.D. Pervov and V.V. Rozanova]. Moscow, St. Thomas Institute Publ., 2006, 232 p. (In Russian).
19. Kubryakova E.S., Demyankov V.Z., Pankrats YU.G., Luzina L.G. *Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov* [The Short Dictionary of Cognitive Terms]. Moscow, Faculty of Philology of Moscow State University Publ., 1997, 245 p. (In Russian).
20. Kostub E.V. K voprosu ob angliyskom atributivnom komplekse so strukturoy N1 + N2 [Towards the question of an English attribute complex with the structure N1 + N2]. *Magister Dixit*, 2011, no. 4, pp. 49-56. (In Russian).

Информация об авторе

Ткаченко Анна Вадимовна, аспирант, кафедра зарубежной филологии и прикладной лингвистики. Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация. E-mail: avtko111@rambler.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи – описание формата знания об английском атрибутивном словосочетании, представленного когнитивной матрицей, сбор и анализ литературы, написание и редактирование статьи.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3032-6573>

Поступила в редакцию 03.02.2020 г.
Поступила после рецензирования 18.03.2020 г.
Принята к публикации 20.03.2020 г.

Information about the author

Anna V. Tkachenko, Post-Graduate Student, Foreign Philology and Applied Linguistics Department. Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation. E-mail: avtko111@rambler.ru

Contribution: main study conception – description of the knowledge format about the English attribute collocation, represented by the cognitive matrix, literature acquisition and analysis, manuscript drafting and editing.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3032-6573>

Received 3 February 2020
Reviewed 18 March 2020
Accepted for press 20 March 2020