

0- 769591

На правах рукописи



МАКАРОВА Ольга Владимировна

**ЛИНГВО-КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ ВЫСКАЗЫВАНИЙ,
РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ФРЕЙМ ВКУСА В СОВРЕМЕННОМ
РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Барнаул – 2007

Работа выполнена на кафедре русского языка и литературы РГКП.
«Северо-Казахстанский государственный университет имени
академика М. Козыбаева»

Научный руководитель: доктор филологических наук профессор
Зинаида Петровна Табакова

Официальные оппоненты: доктор филологических наук доцент
Татьяна Владимировна Чернышова;

кандидат филологических наук доцент
Константин Иванович Бринёв

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Омский государственный
университет им. Ф.М. Достоевского»

Защита состоится 13 ноября 2007 г. в 11–30 часов на заседании
диссертационного совета Д 212.005.01 по защите диссертаций на
соискание ученой степени доктора филологических наук при ГОУ
ВПО «Алтайский государственный университет» (656049, г. Барнаул,
ул. Димитрова, 66).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке
ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет» (656049,
г. Барнаул, ул. Димитрова, 66).

Автореферат разослан «13» октября 2

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000431861

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент

Н. В. Панченко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Роль системы вкусовых ощущений в жизни человека считается традиционно незначительной. В языке подобное суждение подтверждается тем, что вкусовое восприятие не всегда обладает собственной номенклатурой обозначений.

Однако система вкуса имеет широкое преломление в жизнедеятельности человека. Вкусовые ощущения люди получают в процессе еды, который по шкале психологических ценностей стоит на первом месте. Носители языка обращаются к системе вкусового восприятия и тогда, когда хотят описать приятные эмоции, сделать свою речь экспрессивной или предметно выразить чувства, например: *сладкий поцелуй; горькое разочарование; соленое словцо* и др.

Средства описания вкуса входят в основной словарный фонд, в наиболее древний пласт лексики русского языка, в связи с чем описание вкусовой микросистемы в аспекте лингво-когнитивного анализа позволит глубже раскрыть национальную специфику её внутрэнней организации.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом современной лингвистической науки к когнитивному аспекту функционирования высказываний в языке. Исследование способов репрезентации информации, содержащейся в сознании, и выявление особенностей влияния этих данных на структуру и семантику языковых единиц позволяет полнее вскрыть механизмы мышления и речи.

Разработки в области когнитивной семантики помогают объяснить функционирование языковых единиц при обращении к когнитивным структурам посредством экспликации связи языкового выражения со структурами сознания и процедурами их обработки. Ситуативно-фреймовый подход к интерпретации значения связывает его не только со структурами знания, предшествующим опытом, но и с оценочной деятельностью сознания. Кроме того, понятие фрейма опирается на телесный опыт общения человека с миром, что напрямую связано с отражением в языке информации, полученной при помощи подсистемы вкусового восприятия.

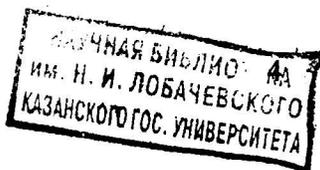
В предложенном исследовании в качестве границ высказывания понимается полнота реализации в речевом фрагменте всех компонентов исходной пропозитивной структуры вкусового восприятия.

Хотя в области современного семантического синтаксиса имеется значительное количество работ, содержащих описание типов пропозиции (Н. Д. Арутюнова, Е. М. Вольф, Е. Н. Ширяев и др.), это не означает, что проблема системного описания смысловых типов пропозиций уже решена.

Выбор в качестве объекта исследования высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса, мотивируется экстралингвистическими и лингвистическими факторами. Как показывает изучение лингвистической литературы, семантика восприятия изучается на разных языковых уровнях, в частности, на уровне семантической структуры ситуации восприятия (Т.С. Борейко, Л.М. Васильев, Е.В. Гейко, Г.А. Золотова, Г.А. Кривоzubова, О.Ю. Логачева, Н.А. Николина, И.Г. Рузин, Е.В. Урысон и др.). В языкознании делался акцент на изучении лексического аспекта в области гастрономической лексики (А.Ш. Жилкубаева, З.Д. Исакова), описаны лингвотипологические и национально-культурные особенности тематической группы «пища» (З.М. Кульпеисова). Детально изучены прилагательные вкуса, описаны их словообразовательные гнезда и семантическая структура (К.М. Герасимова, С.Е. Караваева, Л.Л. Ким, А.В. Куценко, Ж.В. Лечицкая, Л.И. Ширина). Несмотря на значительное количество работ, касающихся семантики восприятия, проблема семантической интерпретации вкусового восприятия представляется далеко не исчерпанной, так как основное внимание исследователи уделяли референциальному аспекту данной проблемы: вопросам номинации, семантике перцептивных единиц, их происхождению, функционированию, возникновению новых значений, связи с другими словами внутри лексико-семантической группы и за её пределами (А.К. Авеличев, Т.В. Барлас, Ле Тхиеу Нган, М.В. Пименова, В.П. Сидельникова и др.), в то время как оценочный аспект характеристики денотата, репрезентирующий авторское восприятие объекта оценки, оставался вне поля зрения исследователей.

Объектом исследования являются высказывания, репрезентирующие фрейм вкуса.

Предметом исследования выступают языковые и речевые способы актуализации фрейма, опирающиеся на смысловой тип пропозиции вкусового восприятия, и особенности их речевой реконструкции.



Цель работы – представить многоаспектное описание высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса. Реконструирование содержания фрейма вкуса как ментальной единицы в её национальном своеобразии осуществляется на основе выявления состава языковых средств, репрезентирующих исследуемый фрейм, и описания семантики этих единиц. Цель работы предполагает решение следующих задач:

- 1) изучить основные особенности фреймового подхода к анализу фактов языка;
- 2) описать базовые и факультативные компоненты пропозиции вкусового восприятия;
- 3) проанализировать средства вербальной репрезентации фрейма вкуса во вторичных номинациях: фразеологизмах и поговорках;
- 4) произвести семантико-синтаксический анализ высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса: а) описать диктумные структуры высказываний; б) описать модусный аспект высказываний;
- 5) описать прагматическую семантику анализируемых высказываний на основе модусных смыслов в рекламных, научно-популярных и художественных текстах.

Для выполнения поставленных задач в работе используются следующие методы: лингво-когнитивный, интегрирующий приемы компонентного, контекстуального, логико-семантического анализа; семантико-синтаксический анализ структуры высказываний; дистрибутивный анализ компонентов пропозиции вкусового восприятия; описательный метод изложения результатов исследования.

Материалом исследования послужили около 1000 высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса, – это фрагменты из произведений художественной литературы 18–20 веков, научно-популярных и рекламных текстов, поговорок, справочной литературы, периодической печати, а также эпизодически использованы зафиксированные автором конструкции из устной речи.

Новизна научного исследования заключается в предложении комплексного лингво-когнитивного подхода к описанию высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса, включающего выявление смыслового типа пропозиции вкусового восприятия и возможности семантико-прагматического варьирования высказываний в рамках различных речевых жанров.

В синтаксисе высказывания, содержащие информацию о вкусовом восприятии, не выступали в качестве самостоятельного объекта исследования. В реферируемой работе выявлены их семантико-синтаксические особенности, способы и средства репрезентации их смысла в русском языке.

Теоретическая значимость исследования заключается в уточнении некоторых теоретических вопросов когнитивного подхода к языку, связанного с разработкой и апробацией таких соотносительных понятий, как система восприятия – фрейм – смысловой тип пропозиции – смысловой тип высказывания. Полученные теоретические данные могут быть применены в исследовании других фреймов.

В работе показано взаимодействие разноуровневых языковых средств, обозначающих оценку вкусов и степень её интенсивности, что является определённым вкладом в общую теорию гедонистической оценки, связанной с условиями психологического и биологического функционирования человека.

Наблюдения над семантическими преобразованиями, характерными для лексики вкусового восприятия, расширяют представления об активных семантических процессах в русском языке и об образе человека, воспринимающего, различающего, интерпретирующего и оценивающего объекты окружающей действительности с точки зрения их вкусовых качеств.

Практическая ценность диссертации заключается в том, что материалы работы могут быть использованы в курсах, посвящённых когнитивной лингвистике, психолингвистике, теории семантического синтаксиса, стилистике, лексикологии.

Методика проведённого анализа высказываний может быть использована для изучения особенностей речевых единиц другого тематического содержания как в когнитивном, так и функционально-прагматическом аспектах.

Положения, выносимые на защиту:

1. Результаты вкусового восприятия репрезентируются в сознании субъекта в виде ментальных структур или фреймов. Фрейм вкуса отражает стандартную ситуацию, компоненты которой вербализуются в форме высказываний.

2. В русском языке существует множество высказываний, содержащих информацию о восприятии вкуса, которые в языке и речи манифестируют единый инвариантный смысловой тип пропозиции (X

воспринимает вкус У-а) и единый смысловой тип высказывания, обязательной характеристикой которого является тот или иной способ (эксплицитный, элементарный или частично имплицитный и неэлементарный) репрезентации базовых компонентов фрейма вкуса. Специфика высказываний, объективирующих фрейм вкуса, обнаруживается в лексико-семантической репрезентации предиката, объекта и субъекта исходной пропозиции, то есть в диктуме, в семантико-синтаксических ролях и грамматических формах базовых лексических составляющих пропозиции; а также типичных модусных компонентах их содержания, прежде всего квалификативно-оценочных.

3. Модусные смыслы высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса, зависят от собственно-лингвистического и экстралингвистического факторов – физиологических, нравственно-психологических особенностей, социальной принадлежности, уровня культурного развития, гендерной характеристики субъекта вкусового восприятия.

4. Высказывания о вкусе функционируют в жанрово-стилевых разновидностях, относящихся к разговорному, художественному, научному, рекламному дискурсам. Высказывания, репрезентирующие фрейм вкуса в рамках бытового общения, характеризуются эксплицитно выраженной оценкой вкуса. В речевом жанре «художественное описание, включающее элементы воспоминания» характеристика источника вкуса представлена имплицитно, при этом эмотивно-оценочная и эстетическая функции реализуются посредством выявления ассоциативных связей, пресуппозиций, экспликацией смысла различных компонентов пропозиции вкусового восприятия. Для высказываний о вкусе, функционирующих в научно-популярном жанре, характерно воздействие на эмоциональную сферу реципиента с целью вызвать у него определенный интеллектуальный отклик. В рекламе актуализация фрейма вкуса характеризуется семантическими приращениями, что на когнитивном уровне связано с рефреймированием сознания адресата, при котором происходит переакцентировка когнитивных доминант в составе фрейма.

5. Носители языка имеют вкусовую культуру. Сфера вкуса является основой для разнообразных пересечений: вкусовой и зрительной, обонятельной, осязательной, тактильной подсистем восприятия. Вкусовому восприятию соответствуют эмоциональные состояния и действия, основные из которых (*любовь, разочарование,*

встреча и др.) получают регулярно воспроизводимые характеристики при помощи компонентов фрейма вкуса.

Апробация основных положений диссертации проводилась на международной научно-практической конференции «Валихановские чтения – 7», 18–20 апреля 2002 г., Кокшетау; на международной научно-практической конференции «Творчество молодых XXI веку», 16–17 мая 2003 г., Петропавловск; на республиканской научно-практической конференции «Литературное наследие Абая и современность», 10–11 января 2006 г., Петропавловск; на международной научно-практической конференции «Валихановские чтения–11», 21–23 апреля 2006 г., Кокшетау; на ежегодных научных совещаниях кафедры русского языка и литературы Северо-Казахстанского государственного университета им. М.Козыбаева в 2002–2007 гг. Основное содержание работы отражено в четырех тезисах докладов и семи статьях, общим объемом 4, 6 п.л.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы и списка источников эмпирического материала.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснованы актуальность и новизна работы, сформулированы её цели, задачи, теоретическая и практическая значимость, определены объект и предмет исследования, описаны материал и методы исследования, структура, содержание и апробация работы, изложены положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Когнитивный анализ как разновидность интерпретирующего подхода к фактам связи языка и мышления»** рассматриваются основные положения когнитивной лингвистики и описывается методика фреймового анализа, так как информация, получаемая в результате подсистемы вкусового восприятия, кодируемая в сознании в виде фреймов и репрезентирующаяся в речи в форме высказываний, связана с когнитивной деятельностью человека и механизмами когниции. Глава состоит из трех параграфов.

В **параграфе 1.1. «Философские и психологические концепции познания»** рассматривается соотношение двух аспектов ментальной деятельности человека: чувственности и разума. Они освещаются в работе, начиная с размышлений античных философов: Аристотеля, Платона, Демокрита, Парменида. Этот вопрос последовательно

описан с точки зрения ученых различных школ: субъективного идеализма XVII в. (Дж. Беркли), рационализма XVII в. (Декарт, Лейбниц), эмпиризма XVIII в. (Ф. Бэкон), феноменологии XVIII – XX вв. (Ф. Гегель, Э. Гуссерль, Р. Карнап).

Мысль о том, что ощущения стимулируют мыслительную деятельность познающего субъекта, является одной из центральных в философии и современных концепциях языкознания (П.Н. Джонсон-Лэрд, Л.Г. Зубкова, З.Д. Попова и др.).

Проблема взаимосвязи системы восприятия, языка и мышления также обсуждается психологами (Л.С. Выготский, И.Н. Горелов, А.Р. Лурия, С.Л. Рубинштейн, К.Ф. Седов и др.), главным образом в русле создания модели или картины мира. Н.И. Жинкин доказывает, что мышление осуществляется в несловесном предметно-образном коде (УПК), единицами которого являются образы, формирующиеся в сознании в процессе восприятия. Порождение речи обусловлено переходом с кода чувственных образов на вербальный язык.

Рассмотрев механизм чувственного познания, автор приходит к выводу, что ощущения являются когнитивными феноменами и участвуют в других когнитивных процессах: памяти, воображения, языка и др. Раскрытие сущности ощущений и восприятий, их гносеологического статуса и условий формирования имеет значение для развития теории познания, тесно связанной с речевой деятельностью человека.

В *параграфе 1.2. «Основные положения когнитивной лингвистики»* описана общая картина исследований в когнитивной лингвистике и выделены важнейшие задачи на данном этапе ее развития. Особое внимание уделено тем аспектам когнитивной науки, которые относятся к области теории восприятия и тем или иным образом помогают в объяснении способов репрезентации фрейма вкуса.

Важным является тезис, отрицающий автономность лингвистики и указывающий на взаимосвязь всех когнитивных способностей человека: языка, восприятия, знания, мышления и др. При помощи языка как общего когнитивного механизма можно исследовать явления ментальной природы человека, так как когнитивные структуры привязаны к вербальным структурам.

Фрейм как структура представления знаний является одним из способов ментальных репрезентаций. В работе обсуждается сущность

понятия «репрезентация», его отличие от термина «презентация», выделяются формы ментальных структур: образы, схемы, пропозиции, концепты, гештальты, фреймы и др. (А.Н. Баранов, П. Джонсон-Лаэрд, Е. С. Кубрякова, М. Минский, Э. Рош, И.А. Стернин и др.).

Особое внимание уделяется разграничению концепта и фрейма, которые в большинстве работ рассматриваются как родовидовые понятия. В определении «концепта» подчёркивается разделение «действительности» на ту, которая воспринимается мыслительными категориями, и другую, воспринимаемую при помощи органов чувств (А. Вежбицкая, Р.М. Фрумкина). Автор приходит к заключению, что интерпретировать сенсорные ощущения, извлекать из них информацию – функция другой структуры – фрейма.

В отечественном языковедении понятие ментальной репрезентации определяется в зависимости от способа представления этой категории (*концепт, фрейм, сценарий* и т.п.). В работах западных исследователей (Д. Андерсон, Г. Бауэр, С. Косслин, А. Пейвио и др.) теория ментальной репрезентации опирается на количество и тип форматов (образный, пропозициональный) хранения информации. Обе формы репрезентации знаний: пропозициональные (вербальные) и образные (картинopodobные) – моделируют исследуемый в работе фрейм вкуса.

В параграфе 1.3. «Фреймовый подход как основная разновидность когнитивного анализа» рассматриваются различные определения термина «фрейм» (В.И. Герасимов, Т.А. ван Дейк, В.В. Красных, Е.С. Кубрякова, М. Минский, Ч. Филлмор и др.), определяются его структурные и функциональные особенности. В работе под фреймом понимается структура данных, предназначенная для представления стереотипной ситуации, к которой относится в том числе и ситуация вкусового восприятия.

К анализу структуры фрейма применяется полевой подход, использование которого позволяет рассмотреть не только прототипические слои с наибольшей чувственно-наглядной конкретностью, но и периферию, отражающую интерпретацию отдельных признаков фрейма и их сочетаний. Прототипической информацией будут соответствовать высказывания, напрямую отражающие функционирование компонентов фрейма вкуса: *Без соли – невкусно, без хлеба – несытно; Ель, сосна – те же дрова; оладьи, блины – та же еда; Хлеб да вода – здоровая еда.* К обозначению периферийных участков фрейма вкуса относятся речевые реализации,

пересекающиеся с другими структурами сознания. Так, пословичный фонд русского языка отражает различные представления о сущности человека и его внешности: *с ним и молоко киснет; человека узнаешь, когда с ним пуд соли ложкой расхлебаешь*; о социальном положении и родственных отношениях людей: *Кому чай да кофей, а нам чад да копоть; Горе мачехино, что пасынок сметаны не ест, а временем и сыворотке рад*. В пословицах об отношениях между людьми вкусовые атрибуты вербально не выражены, но они имплицитно присутствуют в обозначении объектов вкусового восприятия, содержание которых указывает на эмоциональное отношение говорящего к называемым источникам.

Основные свойства фреймов, которые учитываются в когнитивном исследовании семантики языковых единиц:

– взаимосвязь и взаимопроникновение фреймов и других структур сознания. Данное положение опирается на работу сознания, которое «охватывает» объект восприятия целостно, полимодально;

– возможность фокусировки внимания человека на любой части фрейма. Субъекты при описании одной и той же ситуации обращают внимание на различные её аспекты, которые интерпретируются ими как наиболее важные.

Исследование структурных компонентов фрейма вкуса возможно благодаря рассмотрению особенностей функционирования его речевых реализаций.

Во второй главе «**Структурно-семантический анализ высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса**» описаны структурные и семантические особенности лингвистических средств репрезентации базовых компонентов фрейма вкуса: предиката, объекта и субъекта восприятия, а также диктум и модус высказываний с семантикой вкуса. Глава состоит из восьми параграфов.

В *параграфе 2.1. «Лексико-семантический аспект характеристики базовых компонентов»* представлены особенности нефаккультативных компонентов пропозиции вкусового восприятия, реализующиеся в структуре высказывания. Лексический и фразеологический уровни являются основой высказывания, сохраняя его относительную устойчивость на смысловом и структурном уровнях.

Предикат как основной компонент в структуре пропозиции вкусового восприятия представлен тремя типами:

– глаголами со значением процесса восприятия, реализующими семантическую оппозицию: *целенаправленное восприятие вкуса – результат вкусового восприятия: ощущать, чувствовать, узнать или вспомнить, понять, что это вкус чего-либо, улавливать вкус и др.*;

– глаголами бытийно-посессивной семантики, представляющими оппозицию: *наличие – отсутствие вкуса: сочетания с ключевыми глаголами: есть, обладать, иметь вкус;*

– глаголами, обозначающими воздействие (механическое, психическое и др.) вкуса на субъекта вкусового восприятия: *разбудить, обжигать, притупить, отшибать и др.*

В работе описаны лингвистические особенности объекта вкуса и выделено 7 групп. Объект вкуса представлен прямыми номинациями: органическими (растения, продукты), неорганическими субстанциями (искусственно созданные вещества) - и косвенными: качества человека, состояния, предметы, пространственные номинации. Источники вкуса широко представлены в языке, так как объектом вкуса может стать любое явление, факт объективной действительности (*любовь, голос, рукопожатие* и др.): *Ты всё это смакуешь? ... наслаждаешься их словословиями?; Сладкий... тон сильно подействовал на неё; сладкий сон; ... Его уже пробовали на вкус, на цвет и на запах.*

Субъект вкусового восприятия манифестируется в речи лексемами, обозначающими одушевлённое существо прямо или косвенно. Субъект восприятия может быть представлен в речи двумя лексемами: номинацией воспринимающего лица и партитивом (соматизмом/ квазисоматизмом): *Языком ощущаешь горький привкус грибов...; И душа его ощутила вкус и запах весны...).*

Номинация субъектов вкусового восприятия представлена бедно, так как акцент переносится на сам вкус или его восприятие. Само слово «вкус» указывает лишь на ощущение безотносительно к его характеру, силе, источнику, и в случае идентификации вкуса требует конкретизации в виде различных определителей (субстантивных, адъективных, адвербиальных и др.), без которых восприятие становится неинформативным: «Вкус сыра чрезвычайно разнообразен»; «При наличии *резко кислого* вкуса сыры в реализацию не попадают».

В параграфе 2.2. «Фразеологизированные конструкции, репрезентирующие фрейм вкуса» анализируются способы его

объективации во вторичных номинациях, или фразеологизмах. Задача параграфа состоит в установлении методики когнитивных преобразований над слотами фрейма вкуса и анализе компонентов фрейма: *сладкий, соленый, кислый, горький* – и их эталонов: *мед, перец, соль и др.* Фразеологические единицы, относящиеся к периферии фрейма вкуса, актуализируют его интерпретационный компонент.

Полевое представление структуры исследуемого фрейма позволяет рассматривать функционирование фразеологизмов с учетом чувственного и ценностного уровней, которые могут подвергаться различным когнитивным преобразованиям.

В параграфе 2.3. «*Семантико-синтаксический аспект характеристики высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса: ДИКТУМ*» описаны основные компоненты пропозиции вкусового восприятия, содержащиеся в структуре всех предложений с общим значением восприятия вкуса, и субъективные и объективные элементы смысла, соответствующие диктуму и модусу, которые обязательно соединяются в любом высказывании.

В работе показано соотношение понятий *пропозиция* и *фрейм*, которое определяется разным уровнем абстракции и позволяет соотнести когнитивный и лингвистический аспекты анализа. Фрейм соответствует ментальному уровню представления ситуации вкусового восприятия, в котором получает выражение все, что имеет отношение к системе вкуса: предикат вкуса, объект восприятия, степень интенсивности вкусового ощущения, условия восприятия, эмоциональное состояние субъекта и др., не всегда объективирующееся в языке. Пропозиция же отражает категориальный уровень осмысления исследуемой ситуации и является уровнем семантики сознания. Фрейму вкуса могут соответствовать несколько пропозиций: пропозиция физического действия (*X воспринимает/поглощает У*), пропозиция чувственного ощущения (*X чувствует вкус У-а*) и др.. И наоборот, одна пропозиция может соответствовать нескольким фреймам, особенно если речь идет о переносе значения из одной области в другую. Так, пропозиция «вкус У-а такой, как...» соотносима с терминалами из разных фреймов, например, – «вкус» и «речь»: восприятие слов о смерти может уподобляться вкусовым ощущениям: *Смерти нет – это всем известно, / Повторять это стало пресно...;* «вкус» и «любовь» – чувство, влияющее на процесс проявления в объекте восприятия

наилучших вкусовых ощущений (*И эту великую любовь ты вложишь в стряпню?..*) и др.

Пропозиция соотносится с отдельными элементами фрейма вкуса. Набор компонентов пропозиции всегда жёстко обусловлен характером предиката и его валентностью, например, составная часть фрейма вкуса – его характеристика (*Вкус яблока является кисло-сладким*) на уровне языка реализуется одноместным предикатом *является кисло-сладким*, при котором объект не предусмотрен.

В работе обсуждается проблема определения границ высказывания как единицы речи (М.М. Бахтин, Е.В. Падучева, РГ–70, РГ–80) и рассматривается специфика семантического анализа синтаксических единиц, связанных со структурами сознания, так как семантика является связующим звеном между лингвистической теорией и теориями других когнитивных способностей.

Границы высказываний исследуемой пропозиции вкусового восприятия определяются элементарными конструкциями: «X чувствует вкус У-а», и неэлементарными структурами, к которым относятся все остальные высказывания.

При вхождении в полипропозитивное высказывание пропозиция вкусового восприятия характеризуется следующими особенностями: 1) возможностью показать механизм вкусового восприятия, его фазисность и последовательность; 2) привнесением оценки; 3) каузацией действия, состояния; 4) наличием ассоциаций. Например: «Старик крошил в чашку хлеба, размял его стеблем ложки, налил воды из брусницы, ещё разрезал хлеба и, посыпав солью, стал на восток молиться. «Ну-ка, барин моей тюрьки», - сказал он. Тюрька была так вкусна, что Левин раздумал ехать домой обедать».

В параграфе 2.3.1. «Семантико-синтаксическая характеристика компонентов, имеющих значение «источник вкуса», «субъект вкусового восприятия» в разных диктумных структурах» указанные компоненты пропозиции анализируются дифференцированно.

Номинации, обозначающие источник вкуса, могут быть синтаксическим субъектом или выполнять функцию объекта восприятия. Квалификаторы вкуса появляются в двух случаях: 1) при прямых номинациях, когда уточняется центральная семантика вкуса, например: «Вино представляет букет из мускуса, дичи и кожи»; 2) при косвенных номинациях источника вкуса, который не осознается

носителями языка как вкусовое вещество: «Он столько здесь навидался грязи, мерзости, несчастья, отчаяния..., что на губах у него навсегда остался *едкий неистребимый вкус безысходности*». В высказывании в качестве объекта вкуса выступает категория «безысходность», которой субъект приписывает вкусовые характеристики: *едкая, неистребимая*. Включение в состав конструкции лексемы «вкус», использование вкусовых определителей и экспликация партитива «на губах» соотносят данное понятие с источником вкусовых ощущений.

Субъект вкусового восприятия может быть выражен эксплицитно и имплицитно. В случае имплицитного представления субъекта восприятия можно говорить о его презумпции: высказывание неосуществимо без субъекта. В ситуации вкусового восприятия субъект характеризуется инактивностью.

Субъекты вкусового восприятия могут быть определёнными и неопределённо-обобщёнными. К свойствам субъекта вкусового восприятия относится способность намеренно воссоздавать ситуацию восприятия знакомого объекта вкуса.

В параграфе 2.3.2. «Семантико-синтаксическая характеристика предиката вкусового восприятия» представлен анализ словарных глагольных лексем с учетом их семантики, семантической структуры и синтаксической сочетаемости, что позволяет выявить фрагменты фреймового состава в качестве семы предиката: «частичность восприятия объекта вкуса различного типа» (*вкусить, попробовать, отведать*); «постоянство восприятия чего-либо, где-нибудь» (*питаться, столоваться, кормиться* (разг.), *трапезовать* (разг.); «принятие жидкой пищи» (*хлебать*) и др.

Автор пытается объяснить причины отсутствия предиката с презумпцией вкусового восприятия со значением «ощущать на вкус» посредством соотносительного словарного анализа глагольной лексемы в других индоевропейских языках: английском, французском и немецком. Отсутствие стабильного языкового выражения предиката вкуса в русском языке является сигналом лакунарности, хотя говорящий, несомненно, выделяет соответствующее явление в окружающей действительности и оперирует им как мыслительной единицей.

Использование глаголов чувственного восприятия «чувствовать, ощущать» для обозначения ситуации вкусового восприятия имеет ряд особенностей: 1) они описывают те системы

восприятия, которые связаны с «внутренними» ощущениями субъекта *почувствовать вкус, ощутить тепло рук, запах полыни*. Нельзя сказать: **ощутить / почувствовать красный цвет, слабый шорох, громкий звук*; 2) при глаголах *чувствовать, ощущать* возможно не только указание на объект вкуса, но и использование номинаций со значением оценки, выступающих в роли самодостаточных сущностей (*ощутить сладость / горечь кофе*). Высказывания о вкусе допускают импликацию слова *вкус* и отнесение его в presupпозицию.

В параграфе 2.4. «Семантическая деривация компонентов фрейма вкуса» отмечается, что часто лексика вкусового восприятия используется в речи для выражения других тематических смыслов. Таким образом оцениваются и характеризуются различные стороны жизнедеятельности человека: отношения людей, их поступки, чувства, состояния, метафорически переосмысленные при помощи лексики вкусового восприятия. В русском языке имеется номинация *привкус*, которая характеризует человеческие качества, эмоции как проявляющиеся не в полной мере и передает некатегоричность оценки.

В структуру пропозиции вкусового восприятия часто включаются припропозитивные смыслы, показывающие связь вкуса с другими сферами восприятия: обонятельной, слуховой, зрительной, осязательной: *Лёгкий шорох возбуждал ... ощущение сладкое и жуткое; сладкие звуки; горький запах полыни; вяжущий вкус; вкусно произносит, с хрустом* и т.п. На уровне когнитивной системы такие синестетические метафоры, основанные на взаимосвязи впечатлений от разных органов чувств, можно объяснить особенностями ассоциативно-фреймовой структуры, взаимодействующей с другими фреймами.

В параграфе 2.5. «Семанτικο-синтаксический аспект характеристики высказываний, объективирующих фрейм вкуса: МОДУС» анализируется оценочность как одна из модусных категорий, так как ситуация вкусового восприятия субъективна, а значит, потенциально оценочна. Вкус оценивается по следующим параметрам: интенсивность ощущения вкуса; качество вкусовых ощущений через метафорически переосмысленные определители обонятельного, осязательного, физического, цветового и слухового восприятия; эмоционально-экспрессивное и психологическое восприятие вкуса; взаимосвязь вкусовых ощущений и действий прескриптивного характера; социальная маркированность.

При обращении субъекта к ситуации вкусового восприятия для получения вкусовых ощущений в его речи манифестируется, как правило, положительный тип оценки.

Отрицательная оценочность выражена ярче и богаче в переносных контекстах. Неприятный вкус по силе воздействия на субъекта интенсивнее приятного.

В параграфе 2.6. «Реализация компонентов фрейма вкуса в идиоматических конструкциях» раскрываются определённые компоненты содержания и структуры исследуемого фрейма.

Фрейм вкуса пересекается своими слотами с такими терминалами других единиц сохранения и переработки информации, как фрейм «речь» (*Лучше горькая правда, чем сладкая ложь*), фрейм «учёба» (*Труд при учении скучен, плод от учения вкусен*), фрейм «оценка» (*Горьким быть – расплюют, сладким быть – проглотят*), фрейм «труд» (*Без труда и отдых не сладок*) и др.

Отдельно описаны паремии, включающие номинацию «хлеб», которая обладает национально-специфичным значением для носителей русского языка (*Горька работа, да сладок хлеб; Горек обед без хлеба*).

В третьей главе «Прагмастилистические особенности высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса в разных речевых жанрах» рассмотрены жанровые разновидности высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса в рамках первичных и вторичных жанров, для которых та или иная информация о вкусе является жанрообразующей. Глава состоит из трех параграфов.

В параграфе 3.1. «Особенности функционирования высказываний, объективирующих фрейм вкуса в художественной литературе» представлена актуализация исследуемого фрейма на материале русской поэзии и прозы XIX и XX вв.

Особенности функционирования высказываний, репрезентирующих фрейм вкуса, не ограничены функцией оценки субъекта в аспекте его социального положения, психологического, физического, эмоционального состояния.

В соответствии с коммуникативными целями говорящего, высказывания, репрезентирующие фрейм вкуса в художественном тексте, используются преимущественно в речевых жанрах *описание* и *воспоминание*, грань между которыми является нечеткой, так как описание опирается на имеющиеся в сознании автора воспоминания.

В жанре «воспоминание» регулярно присутствует источник вкуса, являющийся каузатором воспоминаний. Процесс обретения воспоминаний через вкус объекта восприятия обладает общекультурным значением и в западной литературе связан с понятием «феномен Пруста». Высказывания, построенные по принципу воспоминания, репрезентируют положительные и отрицательные эмоции (*Мясо отзывалось древесиной и щёлочком*); «отсылают» к экстралингвистическим факторам, в частности, климатическим условиям: *Благоприятный и неблагоприятный климат накладывают отпечаток и на вино; стоящие на бутылках года говорят об этой смеси ...влаги и суши...*

Рассмотрев эпизод усадебной культуры России XIX века, связанный с праздничным ритуалом угощения, которому в творчестве А.С.Пушкина уделяется большое внимание, автор приходит к выводу, что характеристика лирического героя в ряде случаев осуществляется демонстрацией его вкусовых предпочтений.

Художественный текст репрезентирует свойства вкуса каузировать возникновение эмоций, воспоминаний, оценочной деятельности субъекта восприятия. Оценка источников вкуса, как правило, представлена авторами в имплицитной форме.

Высказывания о вкусах употребляются в художественном тексте в прямом значении для выражения определенной вкусовой характеристики объекта восприятия и в переносном значении для выражения внутреннего состояния субъекта, репрезентируемого в речи при помощи образных средств, наиболее используемыми из которых являются синестетическая метафора (*И земляничкой пахнут звёзды...*) и художественная синестезия, представленная сравнением (*И небо кажется на вкус, Как озеро горько солёным...*);

В параграфе 3.2. «Функционирование высказываний, содержащих информацию о вкусовом восприятии, в научно-популярных текстах» анализируются речевые жанры научно-популярного стиля, в которых получают прагматическое преломление высказывания, репрезентирующие фрейм вкуса: «научно-художественное описание», «воспоминание», «рекомендация», – и описываются эмоционально окрашенные средства выделенных жанров.

Для жанра «научно-художественное описание» характерны рациональная и эмоциональная типы оценок, при этом описаны стилистические «приметы» научного и популярного описания.

К императивному жанру относятся высказывания, проанализированные в соответствии с прескриптивными речевыми действиями: советами, рекомендациями, предостережениями.

В параграфе 3.3. «Актуализация фрейма вкуса в рекламе» рассмотрены лингвистические особенности рекламного текста как средства рефреймирования сознания реципиента, способы формирования положительной оценки, методы привлечения к рекламе как виду коммуникации.

Объектом изучения является телевизионная и печатная реклама в форме буклетов и сжатых сообщений на этикетках объектов вкусового восприятия. Описана композиция данных рекламных текстов, реализация структурных компонентов пропозиции вкусового восприятия. Особое внимание обращено на лингвистические и экстралингвистические средства привлечения внимания к тексту рекламы: прецедентные имена («Мадам Бовари», «Калипсо»), легенды о происхождении источника вкуса с философским содержанием, пожелания.

Эффективность рекламы связана с «когнитивной перестройкой» актуализирующегося в сознании реципиента фрейма вкуса, связанной с изменениями характеристик любого компонента фрейма, что обусловлено семантической деривацией, когнитивными трансформациями (*Крупы на любой вкус. Вам КРУПно повезло!*), использованием прецедентных символов и др.

Актуализация оценки увеличивается в жанрах, воздействующих на адресата («рекомендация», «реклама»), и снижается там, где основная цель – информировать о наличии вкуса или описать этот вкус с точки зрения его объективных свойств («описание»).

Реализация высказываний о вкусах в разных речевых жанрах требует дальнейшего изучения: описания не только лексических и структурных особенностей функционирования высказываний, репрезентирующих фрейма вкуса, но более широкого рассмотрения и выделения различных видов первичных речевых жанров, выявления регулярных и факультативных компонентов пропозиции вкусового восприятия, которые актуализируются в рамках того или иного жанра, рассмотрения функционирования характера актантов.

В заключении подводятся общие итоги исследования, намечаются перспективы дальнейшего изучения области сознания, связанной с процессами репрезентации информации о вкусе.

В русском языке при обозначении ситуации вкусового восприятия существует система диктумных структур, представляющая смысловой тип пропозиции («Х» чувствует вкус «У-а»). Эти структуры манифестированы в речи единым смысловым типом высказывания, характеристикой которого является элементарный или неэлементарный, эксплицитный или имплицитный способ репрезентации базовых и факультативных компонентов смыслового типа пропозиции.

Сознание человека включает не только знания об объекте познания, но и эмоционально окрашенные «переживания». Следовательно, любое высказывание, репрезентирующее фрейм вкуса, не только сообщает о диктумном событии, но и содержит оценку, интенсивность которой зависит от коммуникативных целей говорящего.

Исследование доказывает антропоцентричность языковой картины мира, которая проявляется в широком использовании тематического списка лексики вкусового восприятия, например, источников вкуса, ряд из которых символически обозначает важные категории в жизнедеятельности человека. Так, номинации «хлеб», «мёд» регулярно выступают в качестве таких понятий, как радость, горе; определения «сладко», «горько» метафорически делят мировидение человека на две противоположных плоскости: добро/зло, хорошо/плохо, приятно/неприятно, в соответствии с которыми строятся все акты миропонимания, познания и восприятия окружающего мира.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Макарова, О.В. Национальная специфика репрезентации фрейма вкуса во фразеологизированных конструкциях / О.В. Макарова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – Челябинск, 2007. – № 6. – С. 224 – 236.
2. Макарова, О.В. Особенности актуализации фрейма вкуса в художественном тексте / О.В. Макарова // Известия вузов. Серия «Проблемы полиграфии и издательского дела». – Москва, 2007. – № 3. – С. 86–100.
3. Макарова, О.В. Лексика объектов вкусового восприятия / О.В. Макарова // Литературное наследие Абая и современность:

Материалы Республиканской научно-практической конференции. – Петропавловск: СКГУ им. М.Козыбаева, 2006. – С. 311–320.

4. Макарова, О.В. Реализация компонентов фрейма вкуса в идиоматичных конструкциях / О.В. Макарова // Валихановские чтения–11: Сборник материалов международной научно-практической конференции. – Кокшетау: Кокшетауский гос. ун-т им. Ш.Уалиханова, 2006. Т.IV. – С. 118–122.

5. Макарова, О.В. Семантическая деривация компонентов фрейма вкуса / О.В. Макарова // Восприятие: лингвистический и психолингвистический аспекты / Сборник научных трудов. – Омск: Омский гос. ун-т, 2005. – С. 16–25.

6. Макарова, О.В. Высказывания о вкусах в рекламных текстах / О.В. Макарова // Вестник КазНУ им. аль-Фараби, Серия филологическая. – 2005. – № 5 (87). – С. 80 – 84.

7. Макарова О.В. Актуализация фрейма вкуса в рекламном тексте / О.В. Макарова // Вестник КазНУ им. аль-Фараби. Серия филологическая. – 2005. – № 5 (87). – С. 77 – 80.

8. Макарова, О.В. Семантико-синтаксическая характеристика предиката вкусового восприятия / О.В. Макарова // Человек – слово – текст – контекст: проблемы современных лингвистических исследований: Сб. науч. трудов. – Омск: Омский гос. ун-т, 2004. – С. 85–91.

9. Макарова, О.В. Выражение оценки с использованием компонентов фрейма вкуса / О.В. Макарова // Вестник КазНУ им. аль-Фараби. Серия филологическая. – 2004. – № 3 (75). – С. 116–120.

10. Макарова, О.В. Нейролингвистическое программирование в свете теории фреймов (на материале высказываний о вкусовом восприятии) / О.В. Макарова // Творчество молодых XIX веку. Материалы международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов. – Т.4. – Петропавловск: СКГУ, 2003. – С. 139–144.

11. Макарова, О.В. Специфика и взаимосвязь высказываний, содержащих информацию о вкусовом и обонятельном восприятии / О.В. Макарова // Валихановские чтения – 7: Сборник материалов международной научно-практической конференции. – Т. VI. – Кокшетау: Кокшетауский гос. ун-т им. Ш.Уалиханова, 2002. – С. 102–105.

Подписано в печать 5.10.2007 г. Формат 60×90 1/16.
Гарнитура Times. Ризография. Объем 0,9 уч.изд.л.; 1,3 усл.печ.л.
Тираж 110 экз. Заказ №2633. Бумага книжно-журнальная.
Отпечатано в Издательско-полиграфическом секторе ИТС
Северо-Казахстанского государственного университета им. М. Козыбаева.

10-