

17. Минский М. Фреймы для представления знаний [Электронный ресурс]. URL:<http://www.litmir.net/br/?b=134682> (дата обращения:15.01.2014).
18. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 68-81.
19. Скребцова Т. Г. Американская школа когнитивной лингвистики. СПб., 2000.С. 180.
20. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург, 2001. С. 238.
21. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М. : Флинта: Наука, 2007. С. 256.
22. Шабанов Л. В. Особенности и барьеры непонимания в процессах метафорического моделирования смыслов // Известия ТПУ. 2007. № 2.
23. Kertesz A. Cognitive semantic and Scientific knowledge: Case studies in the cognitive science of science. 2004. P. 193.
24. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. 1980. P. 242.

ПАРЕМИОЛОГИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ ПЕРЦЕПТИВНОГО ОПЫТА РУССКОГО НАРОДА (ЗРИТЕЛЬНЫЙ МОДУС)

А. В. Чуханова (Минск, Беларусь)

Получение информации об окружающей действительности и формирование образа мира – это сложный и многоступенчатый процесс, особое место в котором занимает перцептивный (сенсорный) опыт, представляющий собой «как кратковременное, дискретное чувственное впечатление, так и совокупный опыт переживания разнообразных ощущений, приобретаемый на протяжении жизни человека» [7, с. 19]. В современной литературе, посвященной проблемам чувственного восприятия, используются различные сочетания для номинации анализируемого понятия: «перцептивный опыт», «сенсорный опыт», «чувственный опыт» (А. В. Нагорная), «сенсорный опыт», «опыт чувственного восприятия» (А. В. Карташова). Такая полифония далеко не единственная в рамках относительно новой области лингвистического знания, занимающейся изучением феномена перцепции. Вариативностью характеризуется и ключевой термин, называющий само направление: лингвосенсорика (А. В. Нагорная, В. К. Харченко), сенсорная лингвистика, лингвистика восприятия (В. К. Харченко), перцептивная лингвистика (Л. Б. Крюкова), лингвистическая перцептология (О. А. Мещерякова). Это свидетельствует о том, что теоретико-методологическая база новой области лингвистического знания еще находится в стадии становления и представляет собой открытую систему. Ее ключевым понятием является перцепция как одна из важнейших составляющих познания, позволяющая «прочувствовать» окружающую действительность, понять ее системный характер, опираясь на перцептивный опыт, который имеет разный «темпоральный объем». Так, А. В. Нагорная выделяет актуальный, наличный сенсорный опыт, который получен «здесь и сейчас», и совокупный сенсорный опыт, аккумулируемый на протяжении жизни человека [7, с. 19]. В таком понимании перцептивный опыт соотносится с «сенсорными эталонами» (А. В. Запорожец), которые определяются как «орудия, инструменты осуществления перцептивных и опознавательных действий» [4, с. 139], а также «образец, с которым человек сравнивает свои ощущения и образы для того, чтобы убедиться, что они верны, и научиться различать их между собой» [8, с. 497]. Кроме восприятия как психического процесса, который позволяет получить информацию об объектах и явлениях окружающего мира, их отличительных свойствах и характеристиках и, как следствие, сформировать целостный образ, в жизненном континууме человека важное место занимают и обобщенные знания о результатах перцепции (ср.: «массовое восприятие» в рекламном дискурсе, «массо-

вое профилирование» человеческого жизненного опыта во фразеологизмах и поговорках (*дурной глаз; черный глаз; Чистые очи в бок не смотрят; Свой глаз – алмаз, чужой – стекло*).

Следует отметить, что такой опыт представляет собой культурно маркированные перцептивные знания, которые накоплены человечеством в процессе его исторического развития. И это вполне логично, поскольку «культура оказывает значительное влияние на формирование концептуальных систем человека и тем самым “встраивается” в сенсорику» [7, с. 13]. Несмотря на то что «сенсорное восприятие представляется общечеловеческой экспериенциальной базой» [6, с. 79], в разных культурах используются собственные способы и средства вербализации результатов перцептивного опыта, свой «конкретный набор аффордансов – спектр возможных телесных взаимодействий с окружающей средой, предполагающих получение сенсорной информации» [7, с. 13]. По справедливому замечанию А. В. Нагорной, «словесные репрезентации ощущений предоставляют доступ к тем структурам массового сознания, в которых фиксируются результаты чувственного опыта и позволяют нам сравнивать сенсоризмы разных культур в разные исторические периоды» [7, с. 6]. В результате такого познания действительности язык «дает нам ключ к пониманию перцептивных процессов, которое стихийно складывается в той или иной культуре, к исконному, «народному» пониманию сенсоризма» [Там же].

Одним из источников такого исконного понимания сенсоризмов, отражением культурно маркированного перцептивного опыта является паремиологический фонд русского языка, включающий единицы, в которых «запечатлен опыт народа, его социально-эстетические, морально-этические, художественные и духовные идеалы, особенности мировоззрения и **мировосприятия**» [9, с. 3] (выделено нами – А. Ч.). Безусловно, паремии уже в течение длительного времени являются предметом особого научного интереса, однако с позиций перцептивной лингвистики детально не исследованы: не установлено, как в паремиологических единицах вербализуется пятичастная модель перцептивного континуума с учетом культурного кода; какой аксиологический статус имеют визуальные, слуховые, тактильные, вкусовые и осязательные ощущения и какую роль в формировании культурно маркированного перцептивного опыта они играют; как в паремиологическом фонде проявляется синестезия модусов восприятия и т. д. В связи с этим изучение русского паремиологического сенсоризма представляется актуальным.

Материалом для исследования послужили паремии из сборника «Пословицы и поговорки русского народа» В. И. Даля [1], «Словаря-тезауруса русских пословиц, поговорок и метких выражений» В. И. Зимина [5], интернет-ресурсов [13].

В данной статье остановимся на средствах репрезентации зрительного модуса как компонента перцептивного опыта русского народа.

Выбор такого предмета исследования отнюдь не случаен. По мнению ученых, занимающихся проблемами перцептивной лингвистики, иерархия сенсорных модальностей может быть представлена следующим образом: зрение, слух, осязание, обоняние, вкус. Доминирование зрительного восприятия обусловлено следующими факторами: во-первых, «окулярцентризм является <...> общечеловеческой универсалией [7, с. 25], во-вторых, зрительный модус «обуславливает в большей степени другие сферы человеческого функционирования в окружающей среде» [12, с. 98], в-третьих, именно «на основании зрительных стимулов человек анализирует что-либо, выносит оценку, устанавливает характер, сущность чего-либо» [12, с. 130].

В русских паремиях средствами вербализации зрительного модуса являются: 1) лексемы *глаза/очи*; 2) перцептивные глаголы; 3) отглагольные дериваты со значением зрительного восприятия. Проанализируем эти единицы.

Обязательными компонентами языковой репрезентации зрительного перцептивного опыта являются существительные *глаза/очи*, которые в народной аксиологии имеют особый статус, поскольку, во-первых, являются магическим средством воздействия на живых существ

(с их помощью «человек может повлиять на судьбу другого человека», «сглазить, навредить живому существу» [10, с. 500]), во-вторых, выступают как маркер личностных качеств, в-третьих, представляют собой мерило чистой/нечистой совести («в глаза собеседнику не смотрит тот человек, у которого совесть не чиста» [11, с. 77]): *Дурной глаз на осину взглянет – осина завянет; По когтям да по зубам зверей знать, а человека по глазам видать; Чистые очи в бок не смотрят*. Следует отметить, что акцент на чистоте, «прозрачности» глаз отнюдь не случаен. Например, П. Я. Черных обращает внимание на то, что одна из версий происхождения слова *глаз* опирается на «возможность его заимствования из древнегерманской языковой группы. Ср. др.-в.-нем. *glas* – «янтарь»(совр. нем. *Glas* – «стекло»). Сюда относятся также: др.-сканд. *glæsa* – «украшать чем-л. блестящим» (ср. совр. исл. *glæsa* – «делать светящимся»); др.-англ. *glæs* (совр. англ. *glass* – «стекло», «стеклянная посуда») [15, с. 190].

В русских поговорках внимание акцентируется на особой значимости органа зрения для человека (Лучше ноги потерять, чем глаза) и его роли в восприятии окружающего мира в целом и отдельных бытовых ситуаций в частности (*Глаз мал, да далеко видит; Один глаз, да зорек, не надобно и сорок; Глаза впереди, а видят сзади; Не доглядишь оком – заплатишь боком; Глазами не досмотришь – мошною дополнишь*). Употребление лексемы *глаз* с конкретизаторами *свой, хозяйский* позволяет имплицировать оппозиции *свой – чужой, хозяйский – невнимательный* и тем самым актуализировать аксиологический потенциал субстантива: *Не верь брату родному, а верь своему глазу кривому; Свой глаз – смотрок; Хозяйский глаз всего дороже; Без хозяйского глаза лошадь – не лошадь; От хозяйского глаза лошадь добрее (поправляется)*. При этом *чужой глаз* и *завистливое око* обладают большим потенциалом в освоении пространственного континуума: *Чужой глаз больше видит; Завистливое око видит далеко*. Роль зрительного модуса в накоплении перцептивного опыта актуализируется в случае употребления в одной поговорке лексем *глаза/очи* и глагола *видеть*: *Одно око, да видит далеко; Глаз мал, да далеко видит*. При этом важную роль играют установка перцепции (*Как на что взглянешь, так и видишь*) и изоморфизм зрительного восприятия и когнитивных процессов (*Не глаза видят, а человек, не ухо слышит, а душа*). Это положение приобретает особый статус при описании перцептивного опыта, который представлен в русской поговорке, поскольку с помощью глаголов зрительной перцепции в поговорках имплицирована мысль о связи зрительного модуса и знания, важности «видения для мыслительной активности человека, черпающего стимулы для своей умственной деятельности из внешнего мира» [12, с. 121]. Такая связь возникает в результате зрительной перцепции и одновременного анализа объектов и явлений действительности, установления связи между ними, определения их аксиологических составляющих. Это подтверждают и данные лексикографических источников: лексемы с семой «воспринимать с помощью органа зрения» включены в группу глаголов интеллектуальной деятельности [14].

Самым частотным, «активным» глаголом зрительной перцепции в русских поговорках является *видеть*, который, по мнению Д. Слупянек-Тайнерт, следует рассматривать как ключевое слово номинативного поля концепта «зрительное восприятие» [12, с. 91]. Сопоставление словарной и контекстуальной семантики этого глагола позволило установить, что при репрезентации перцептивного опыта актуализируются значения, связанные с отождествлением процесса визуальной перцепции и прозорливости/проницательности (*На пол-пальца в землю видит*); установлением связи между видением и оценкой свойств/качеств объекта (*Видит и кривой, на ком кафтан плохой*); определением характера взаимосвязи зрительного модуса и предполагаемых фактов, событий (*Что было, то видели, что будет, то увидим*).

Специфика глагола *видеть* (видение как результат) проявляется в случае его употребления в одном контексте с лексемами *смотреть* и *глядеть* (видение как процесс): *Смотрел, да не видел, слушал, да не слышал; Глядеть глядим, а видеть, ничего не видим*. Иными словами, эти перцептивные глаголы находятся на разных уровнях зрительного модуса, а их употре-

бление зависит от активности и интенции воспринимающего субъекта: можно смотреть на объект, но не видеть его отличительных свойств.

В качестве репрезентантов перцептивного опыта в поговорках используются отглагольные дериваты *взгляд, погляд*.

В русской традиции взгляд «был способом социального освоения человеком окружающего мира, в том числе способом его завоевания, преодоления трудностей, выяснения истинных намерений партнера, внушения окружающим уважения к себе и т. д.» [10, с. 77]. В поговорках лексема взгляд чаще всего сочетается с адъективами-конкретизаторами *бойкий, ласковый* и используется при описании «дурного глаза» либо ситуации, когда взгляд выступает как средство, маскирующее истинное, неблагоприятное намерение. При этом актуализируются такие лексико-семантические варианты, как ‘направленность, устремленность глаз в сторону кого-л., чего-л.’, ‘выражение глаз’ [2, с. 170]: *Глаз черный, взгляд бойкий, обычай волчий; Ласковый взгляд, да на сердце яд*.

Субстантив *погляд* зафиксирован в лексикографических источниках с пометой ‘мест.’ и имеет два лексико-семантических варианта: 1) ‘осмотр, ознакомление’; 2) ‘взгляд’ [3, с. 134]. В проанализированных нами поговорках актуализируется первый из них, причем при моделировании речевой ситуации «приобретение/покупка чего-л.»: *Без погляда не покупай; За погляд деньги не платят*. В ряде поговорок значение ‘осмотр, ознакомление’ представлено в имплицитной форме: *У денег глаз нет; Лошадь за глаза не покупают*.

При репрезентации зрительного модуса нередко используются единицы из разных сенсорно-семантических групп, что отражает «особенности кросс-модальности, или синестетического, восприятия» [7, с. 8]. Так, для русских поговорок характерен синтез зрительного и аудиального опыта. При этом либо утверждается приоритет одного из модусов (*Лучше один раз самому увидеть, чем сто раз услышать; Не верь ушам, а верь глазам; Не верь речам, а верь своим очам; Гляжёное лучше хвалёного; Глаза ушей вернее и Невесту выбирай не глазами, а ушами*), либо закрепляется *одинаковый статус разных типов перцепции (Видом не видал, слыхом не слыхал; Это его глаза и уши)*.

Таким образом, перцептивный опыт, отраженный в поговорках, представляет собой культурно маркированные перцептивные знания, которые накоплены человечеством в процессе его исторического развития. Одной из важнейших составляющих такого опыта является зрительная перцепция, которая обуславливает существование и функционирование человека в материальном мире. В русских поговорках средствами вербализации зрительного модуса являются: 1) лексемы *глаза/очи*; 2) перцептивные глаголы; 3) отглагольные дериваты со значением зрительного восприятия.

Библиографический список

1. Даль, В. И. Пословицы и поговорки русского народа [Электронный ресурс] / В. И. Даль. – М. : Эксмо-Пресс, 2000. – Режим доступа: <https://avidreaders.ru/download/poslovicy-i-pogovorki-russkogo-naroda.html?f=pdf>. – Дата доступа: 07.08.2023.
2. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : в 2 т. / Т. Ф. Ефремова. – 2-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 2001. – Т. 1 : А–О. – 1232 с.
3. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : в 2 т. / Т. Ф. Ефремова. – 2-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 2001. – Т. 2 : П–Я. – 1088 с.
4. Запорожец, А. В. Избранные психологические труды : в 2 т. / А. В. Запорожец. – М. : Педагогика, 1986. – Т. 1 : Психическое развитие ребенка. – 320 с.
5. Зимин, В. И. Словарь-тезаурус русских пословиц, поговорок и метких выражений / В. И. Зимин. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2015. – 736 с.
6. Карташова, А. В. Сенсорное восприятие как маркер интегральности и вариативности научной метафоризации / А. В. Карташова // Вестник науки Сибири, 2014. – № 3. – С. 78–82.
7. Нагорная, А. В. Лингвистический анализ сенсорной лексики в контексте современных гуманитарных исследований сферы человеческих ощущений : аналитический обзор /

- А. В. Нагорная. – М. : РАН ИНИОН. Центр гуманит. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания, 2017. – 86 с.
8. Немов, Р. С. Психологический словарь / Р. С. Немов. – М. : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 560 с.
 9. Паремология без границ : монография / М. А. Бредис [и др.] ; под ред. М. А. Бредиса. – М. : РУДН, 2020. – 244 с.
 10. Славянские древности : этнолингвист. слов. : в 5 т. / Рос. акад. наук, Ин-т славяноведения и балканистики ; под общ. ред. Н. И. Толстого. – М. : Междунар. отношения, 1995–2014. – Т. 1 : А–Г. – 1995. – 577 с.
 11. Славянские древности : этнолингвист. слов. : в 5 т. / Рос. акад. наук, Ин-т славяноведения и балканистики ; С. М. Толстая (отв. ред.). – М. : Междунар. отношения. – Т. 5 : С–Я. – 2012. – 737 с.
 12. Слупянек-Тайнерт, Д. Когнитивный анализ глаголов зрительной перцепции в русском и польском языках / Д. Слупянек-Тайнерт. – Poznań : Wydział Neofilologii UAM w Poznaniu, 2016. – 302 с.
 13. Сборник народной мудрости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sbornik-mudrosti.ru/posloviy-i-pogovorki-pro-glaza>. – Дата доступа: 10.08.2023.
 14. Толковый словарь русских глаголов : Идеографическое описание. Английские эквиваленты. Синонимы. Антонимы ; под ред. Л. Г. Бабенко. – М. : АСТ-ПРЕСС, 1999. – 704 с.
 15. Черных, П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка / П. Я. Черных. – М. : Русский язык, 1999. – Т. 1. – 623 с.

ЛІЧБЫ І МАТЭМАТЫЧНЫЯ ЗНАКІ ЯК СРОДКІ АКТУАЛІЗАЦЫІ ПРАГМАТЫЧНАГА ПАТЭНЦЫЯЛУ МАСТАЦКАГА ТЭКСТУ

В. М. Шаршнёва (Магілёў, Беларусь)

Стыль мастацкага тэксту непасрэдна звязаны з яго архітэктонікай і кампазіцыяй і выражаецца ў спецыфічнай заканамернасці аб'яднаных моўных рэсурсаў, выкарыстаных пісьменнікам у адпаведнасці з уласнай задумай. Мова сучаснай беларускай прозы ў пошуку новых сродкаў выразнасці запазычвае арыгінальныя прыёмы з розных сфер сучаснага жыцця. У выяўленні ўплыву моўных і маўленчых сродкаў выразнасці на фарміраванне аўтарскага ідыястылю значную ролю адыгрывае графічнае афармленне літаратурна-мастацкага твора. У сучасных мастацкіх творах назіраецца тэндэнцыя да пашырэння знакавай сістэмы праяўленага маўлення, адзначаецца павелічэнне колькасці магчымых функцый, якія прымаюць на сябе розныя знакі ў праяўленым тэксце. Тэкст у такім выпадку асэнсоўваецца не як паслядоўнасць вербальных знакаў, а як прасторавае графічнае рашэнне. Арыгінальна выкарыстаныя традыцыйныя графічныя сродкі, а таксама адступленні ад графічнай нормы набываюць новы сэнс і становяцца раўнапраўнымі элементамі выказвання.

Успрымаючы графіку не як асобы моўны ўзровень, а як асобы код, І. У. Арнольд асэнсоўвае яе як “асобую сістэму знакаў і правіл іх ужывання, прызначаную для захавання і перадачы вербальнага паведамлення ў выглядзе, прыдатным для зрокавага ўспрыняцця” [1, с. 167] і сцвярджае, што “звычайна графічныя сродкі накіраваны на перадачу эмацыянальнай афарбоўкі, г. зн. пачуццяў, якія пісьменнік паведамляе чытачу, або эмацыянальнага агульнага павелічэння намаганняў таго, хто гаворыць, якое асабліва падкрэслівае частку выказвання ці падказвае наяўнасць падтэксту [1, с. 167].

Узаемадзеянне знешняй і ўнутранай арганізацыі мастацкага твора (адпаведна: архітэктонікі і кампазіцыі) выразна праяўляецца на лінгвістычных узроўнях. Формы маўленчага вы-