

Манжелевская Елена Вячеславовна

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ ОЖИДАНИЙ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ФРЕЙМОВ

Категория прагматических ожиданий может рассматриваться с позиции теории фреймов. Фреймовая структурированность фонда знаний индивидуума позволяет ему прогнозировать вероятные ситуации лингвистического и нелингвистического плана. Индивидуум рассматривается здесь как получатель речевого сообщения в определенной ситуации. В частности, взаимодействие писателя и читателя можно рассматривать в рамках фрейма эстетического удовольствия, когда прагматические ожидания получателя влияют на характеристики речи автора.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/9-1/37.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 9(75): в 2-х ч. Ч. 1. С. 134-137. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/9-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81'33

Категория прагматических ожиданий может рассматриваться с позиции теории фреймов. Фреймовая структурированность фонда знаний индивидуума позволяет ему прогнозировать вероятные ситуации лингвистического и нелингвистического плана. Индивидуум рассматривается здесь как получатель речевого сообщения в определенной ситуации. В частности, взаимодействие писателя и читателя можно рассматривать в рамках фрейма эстетического удовольствия, когда прагматические ожидания получателя влияют на характеристики речи автора.

Ключевые слова и фразы: прагматические ожидания; фреймы; прагмалингвистика; отправитель и получатель речевого сообщения; речевое воздействие; фрейм эстетического удовольствия.

Манжелевская Елена Вячеславовна, к. филол. н.
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону
helenmanjel@rambler.ru

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ ОЖИДАНИЙ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ФРЕЙМОВ

В данной статье мы рассмотрим понятие прагматических ожиданий в контексте теории фреймов.

Прагматические ожидания – важный коммуникативный фактор, который в значительной степени влияет на характеристики речи индивидуума [8; 12]. При этом данный индивидуум выступает в роли отправителя речевого сообщения. Руководствуясь естественными адаптивными механизмами и интенцией осуществить успешный акт коммуникации, человек, продуцирующий речь, автоматически «перенастраивает» качественные и количественные характеристики своей речи, исходя из тех ожиданий, которые на основании предыдущего опыта сформировались у него по отношению к определенному адресату [Там же].

Если ожидания отправителя речевого сообщения получили в рамках прагмалингвистики достаточно подробное описание, ожидания *получателя (адресата)* речи до сих пор не подвергались обстоятельному анализу. Актуальность и новизна данного теоретического обзора – в попытке дать системное описание ожиданий получателя речевого сообщения, опираясь на теорию фреймов. Таким образом, в задачи данного исследования входит: *а)* раскрыть суть понятия «фрейм» и показать смежную фрейму терминологию, заострив внимание на структуре фрейма; *б)* выявить предсказательные возможности фреймов, их способность порождать в сознании получателя семантические и ситуационные ожидания; *в)* показать прагматические ожидания получателя-читателя в рамках фрейма эстетического удовольствия.

Будучи пассивной стороной речевого взаимодействия, получатель может предвосхитить речевые проявления отправителя на основе *фреймовых ожиданий*.

Термин «фрейм» [13], а наряду с ним – смежные понятия *схема* [19], *сценарий (script)* или *формализованная модель* [14; 20], *идеознаний культурный сценарий* [1], *семантическая сеть* [16], *ментальное пространство* [4], пришли в лингвистику и прагмалингвистику из когнитивной психологии. Центральными вопросами этой научной дисциплины являются: *а)* организация знания в памяти; *б)* соотношение вербальных и образных репрезентаций; *в)* роль обобщенных структур опыта (фреймов, схем, сценариев и т.п.) в реализации различных видов поведенческой активности.

Приведенные выше термины без учета нюансов, которые составляют специфику каждого из них, служат названием единому феномену. Все они называют структуры знаний, пакеты информации, хранимые в памяти, которые обеспечивают адекватную когнитивную обработку стандартных ситуаций [2].

Эта структура представляет «сеть», состоящую из «узлов» и связей между ними. Основные узлы (терминалы) фрейма образованы такими понятиями, которые всегда справедливы по отношению к предполагаемой ситуации [13, с. 7]. Иными словами, основные терминалы фрейма устойчивы и являются общим знанием для членов определенного сообщества. Терминалы нижних уровней заполняются конкретным человеком в каждом конкретном случае характерными примерами и данными [Там же].

Как мы видим, когнитивные модели – фреймы, хранящиеся в человеческой памяти, – имеют двойственную природу. С одной стороны, знания, систематизированные в них, конвенциональны, т.е. едины для множества индивидуумов – членов единого культурного сообщества. С другой стороны, фреймы являются результатом индивидуального познания конкретного индивидуума, так как сознание в процессе восприятия мира учитывает, прежде всего, те компоненты чувственных образов, которые наиболее существенны для данного индивидуума [5, с. 21].

Конвенциональность и стереотипность основных фреймовых узлов обуславливают значительную предсказательную возможность фреймов. Исходя из этого свойства, фреймы называются *моделями предсказаний* [20, с. 18, 21].

Для прагмалингвистического исследования интерес представляет возможность участия фреймовых знаний в порождении речевых ожиданий получателя речевого сообщения.

Фреймовые ожидания получателя можно рассматривать с двух точек зрения: языковой (семантической) и ситуационной. Каждому из этих двух подходов присуще свое понимание фреймов.

Рассмотрим первый подход – семантический. В основе этого подхода лежит утверждение П. Линдсея и Д. Нормана о том, что на понятия, из которых состоит структура памяти, можно наклеить ярлык –

слово [7, с. 368]. В свою очередь, любое понятие связано ассоциативными связями с рядом других понятий, которые образуют минимально необходимую совокупность признаков объекта или явления, позволяющую идентифицировать этот объект (явление) [5, с. 26]. Каждый из этих признаков также имеет словесное воплощение. Иными словами, семантический подход имеет дело с возможностью *словесной* реализации фрейма (ср. *семантическая сеть* [16]).

Сходная идея была высказана в 1888 году русским ученым Н. В. Крушевским. Этот исследователь языка писал об *ассоциациях по смежности*, в соответствии с которыми слова могут выстраиваться в ряды. Например, «лошадь – ржать – гнедой» [6, с. 145]. Можно сказать, что русский лингвист в XIX веке писал о явлении, которое в современных терминах можно назвать линеаризацией языкового фрейма.

В рамках семантического подхода фрейму можно дать следующее определение: это набор слов, каждое из которых обозначает определенную часть или аспект некоторого концептуального целого [18, с. 79]. Такой фрейм можно назвать *эпистемическим* [3, с. 17] (в английском языке *epistemological* – *относящийся к теории познания*). В виде таких вербализованных когнитивных образований в человеческой памяти хранятся результаты познания индивидуумом отдельных предметов и явлений. Так, например, составляющими языкового эпистемического фрейма «сцена торговли» являются слова «покупать», «продавать», «платить», «тратить», «деньги», «товар», «плата», «цена», «сдача» и др.

Знание получателем, т.е. носителем данного языка, ассоциативных связей между семантическими составляющими эпистемических фреймов позволяет получателю выдвигать *семантические предсказания*. Эти предсказания и предположения касаются того, какие другие значения могли бы окружать то или иное слово [20, с. 18]. При чтении или восприятии на слух высказываний на понятном ему языке человек не ждет окончания предложения, чтобы понять, что в нем говорится. Он извлекает смысл, делает умозаключения и помещает их в модель мира. Почти всегда он пытается представить смысл того, что он ожидает услышать [Там же]. Так, например, если речь заходит о магазине, получатель может ожидать услышать или прочитать о нем ограниченное число сведений. Можно прогнозировать получение сообщений о купленных предметах, ценах на них, ассортименте товаров, скидках и т.п., а также – о таких видах действий, как «выбрать», «заплатить» или «переплатить», но не «поймать рыбу» или «вырвать зуб».

Существенная роль в порождении семантических фреймовых ожиданий получателя отводится глаголу. Ч. Филлмор отмечает, что всякий раз при употреблении говорящим конкретного глагола в сознании получателя «активируются» возможные варианты последующих элементов высказывания, которые обязательны в концептуальном плане [17, с. 519]. Ч. Филлмор называет совокупность потенциальных вариантов продолжения высказывания *перспективой*. Например, в перспективу глагола «купить», который является компонентом языкового фрейма торговли, входят другие компоненты этого языкового фрейма – «покупатель» и «товар». В перспективу глагола «платить» входят «покупатель» и «деньги». В обоих случаях пары фреймовых компонентов являются «ядерными», т.е. обязательными. При активации отправителем одного из них в сочетании с соответствующим глаголом получатель ожидает непременно активации второго компонента в продолжении начатого высказывания.

Сфера предсказательных возможностей эпистемических фреймов может распространяться в пределах предложения или выходить за его рамки. Получатель может ожидать актуализации в речи отправителя каких-либо слов – узлов эпистемического фрейма, сгруппированных вокруг его ядра.

Также получатель может ожидать услышать или прочитать в речи отправителя не только какие-то отдельные слова, но и целые высказывания или даже последовательности высказываний. В этом случае получатель опирается на хранящиеся в его памяти *сценарии*. Фреймы-сценарии отличаются от эпистемических фреймов. Граница эпистемического фрейма очерчивает круг понятий, ассоциативно связанных с ядром фрейма. Языковое воплощение эпистемического фрейма представляет набор слов, объединенный наличием у них общей семы. Для фрейма-сценария характерен большой масштаб охвата явления, запечатленного в человеческой памяти. Как следствие этого, по сравнению с эпистемическим фреймом фрейм-сценарий имеет более разветвленную структуру. Вокруг ядра фрейма-сценария группируются не отдельные понятия, а целые сцены, объединенные в определенной последовательности (начало, развитие, финал ситуации). Сцены, составляющие фрейм-сценарий, совмещают представления индивидуума о возможных речевых и поведенческих проявлениях ролевых участников ситуации.

Прагмалингвистике близко рассмотрение фреймов-сценариев как последовательности речевых актов [3, с. 18]. Ожидание получателя в данном случае базируется на анализе им *прагматического контекста* [Там же, с. 19], в котором разворачивается речевой акт. Прагматический контекст как термин когнитивной лингвистики является близким аналогом пресуппозиции. Это совокупность обстоятельств, связанных с обстановкой, отправителем и получателем, в которых проистекает речевое взаимодействие. В типизированных последовательностях речевых актов, которые можно назвать «ритуальными» (церковные церемонии, урок), получатель может ожидать определенных последующих речевых актов с большой степенью уверенности. В речевых актах, которые являются частями фреймов, допускающих возможность большего насыщения терминалов нижнего уровня деталями личного восприятия ситуации (знакомство, спор), степень предсказуемости для получателя последующих речевых актов гораздо меньше.

Своего рода фреймом является ситуация речевого общения читателя с писателем посредством литературного произведения. Назовем эту когнитивную модель *фреймом эстетического удовольствия*. Такое название

представляется уместным, потому что именно в поисках эстетического удовольствия и «компенсаторного отдохновения» от антиэстетической реальности [15, с. 25] читатель обращается к художественной литературе.

Важными компонентами фрейма эстетического удовольствия, который активируется в сознании читателя при перспективе знакомства с художественным произведением, являются «интересность», «увлекательность», «нескучность» и «понятность текста». Именно этих аспектов читатель ожидает от чтения художественной литературы. Писатель старается удовлетворять эти ожидания читателей, актуализируя различные речевые средства и стратегии, например – прагмалингвистическую речевую стратегию стимулирования автором читательской заинтересованности или стратегию оптимизации понимания сообщаемого [9; 10].

Интенсивность актуализации автором речевых стратегий, способствующих успешной и гармоничной реализации писателем для читателей фрейма эстетического удовольствия, является показателем того, что сам отправитель сознательно или подсознательно ожидает от потенциального адресата [8; 11]. Если автор видит в читателях благосклонных единомышленников, он тратит меньше речевых усилий, чтобы актуализировать фрейм эстетического удовольствия в художественной речи; в этом случае автор в достаточной степени уверен в том, что публика найдет его произведение интересным, увлекательным и понятным. Напротив – если писатель по каким-то причинам видит в своих читателях критически настроенных оппонентов, он активнее стремится удовлетворить их когнитивные прагматические ожидания, имеющие в основе фрейм эстетического удовольствия. Формат теоретического обзора не позволяет показать практические аспекты взаимодействия автора и адресата в рамках фрейма эстетического удовольствия, подробнее они представлены в публикациях, посвященных прагмалингвистическому анализу речи писателей с позиции теории речевого воздействия [8-12].

Подводя итог статьи, отметим, что теоретические знания о фреймовой структурированности когнитивно-го фонда индивидуума представляют значительный интерес для прагмалингвистических исследований благодаря значительному прогностическому потенциалу в различных областях человеческой деятельности, которым обладают носители фреймового знания. Когнитивные структуры тесно связаны с прагмалингвистической категорией ожидания, которая лежит в основе ситуационного прогнозирования лингвистического и нелингвистического плана. Подобный прогноз автора речевого сообщения, направленный на его адресата, обуславливает качество речи автора. Изучением этой взаимозависимости занимается прагмалингвистика, исследуя речевое взаимодействие писателей и читателей в рамках фрейма эстетического удовольствия, а также – других категорий отправителей и получателей и их прагматических ожиданий.

Список источников

1. **Вежбицка А.** Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. М.: Языки славянской культуры, 2001. 272 с.
2. **Герасимов В. И., Петров В. В.** На пути к когнитивной модели языка // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1988. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. С. 5-11.
3. **Дейк Т. А. ван.** Контекст и познание. Фреймы знаний и понимание речевых актов // Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. С. 12-40.
4. **Ирисканова О. К.** О теории концептуальной интеграции // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. 2001. Т. 60. № 3. С. 44-49.
5. **Каменская О. Л.** Текст и коммуникация. М.: Высшая школа, 1990. 150 с.
6. **Крушевский Н. В.** Избранные работы по языкознанию. М.: Наследие, 1998. 293 с.
7. **Линдсей П., Норман Д.** Переработка информации у человека. М.: Мир, 1974. 550 с.
8. **Манжелевская Е. В.** Влияние прагматических ожиданий отправителя на его речевое поведение (на материале текстов русских и английских писателей XIX века): дисс. ... к. филол. н. Ростов н/Д, 2008. 197 с.
9. **Манжелевская Е. В.** Прагмалингвистическая стратегия стимулирования автором читательской заинтересованности и ее речевые сигналы (на материале русскоязычных и англоязычных художественных текстов) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12 (66). Ч. 2. С. 133-138.
10. **Манжелевская Е. В.** Речевая стратегия оптимизации понимания сообщаемого (на материале русскоязычных и англоязычных художественных текстов) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12 (66). Ч. 3. С. 136-141.
11. **Манжелевская Е. В.** Речевое поведение писателя как индикатор условий его личностной и творческой реализации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 10 (64). Ч. 1. С. 115-118.
12. **Манжелевская Е. В.** Речевые предпочтения викторианских писательниц как показатель их прагматических ожиданий (на материале англоязычных текстов Э. Гаскелл, Дж. Элиот и М. Брэддон) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12 (66). Ч. 1. С. 121-126.
13. **Минский М.** Фреймы для представления знаний. М.: Энергия, 1979. 152 с.
14. **Монич Ю. В.** Проблемы этимологии и семантики ритуализированных действий // Вопросы языкознания. 1998. № 1. С. 97-120.
15. **Недзвецкий В. А. Ф. М.** Достоевский как художник-мессия. Статья вторая. Романист-герой-читатель // Известия Российской академии наук. Серия литературы и языка. 2006. Т. 65. № 2. С. 23-32.
16. **Скрэгг Г.** Семантические сети как модели памяти // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Радуга, 1983. Вып. 12. Прикладная лингвистика. С. 228-271.
17. **Филлмор Ч.** Дело о падеже открывается вновь // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1981. Вып. 10. Лингвистическая семантика. С. 496-530.
18. **Филлмор Ч.** Основные проблемы лексической семантики // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 12. Прикладная лингвистика. М.: Радуга, 1983. С. 74-122.
19. **Чейф У. Л.** Память и вербализация прошлого опыта // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 12. Прикладная лингвистика. М.: Радуга, 1983. С. 35-73.
20. **Шенк Р.** Обработка концептуальной информации. М.: Энергия, 1980. 360 с.

PRAGMATIC CATEGORY OF EXPECTATIONS IN THE CONTEXT OF FRAME THEORY

Manzhelevskaya Elena Vyacheslavovna, Ph. D. in Philology
Southern Federal University, Rostov-on-Don
helenmanjel@rambler.ru

The category of pragmatic expectations can be considered from the viewpoint of frame theory. Frame-based structuring of individual's knowledge allows him to predict the possible situations of linguistic and non-linguistic nature. An individual is considered here as a recipient of speech message in a certain situation. In particular, the interaction between a writer and a reader can be interpreted within the framework of esthetic enjoyment when recipient's pragmatic expectations influence the characteristics of author's speech.

Key words and phrases: pragmatic expectations; frames; pragma-linguistics; addresser and recipient of speech message; speech influence; frame of esthetic enjoyment.

УДК 81'42

Статья посвящена проблеме аспектного анализа языка современной региональной публицистики: акцент сделан на исследовании и описании функционирования фразеологизмов на страницах газет юга Башкортостана («Восход», г. Ишимбай; «Выбор», г. Салават; «Стерлитамакский рабочий», г. Стерлитамак). Аналитическим путем подтверждается бытующее в лингвистической науке мнение о высокой частотности употребления фразеологических единиц в публицистических текстах современных СМИ, особенно в заголовках.

Ключевые слова и фразы: массмедиа; язык СМИ; публицистический стиль; фразеологизм; региональная газета; заголовочный текст.

Минибаева Светлана Винеровна, к. филол. н., доцент

Коротцова Мария Николаевна

Башкирский государственный университет (филиал) в г. Стерлитамаке
sveta.minibaeva@yandex.ru; manechka-144@mail.ru

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТ ЮГА БАШКОРТОСТАНА

Работа выполнена при финансовой поддержке Стерлитамакского филиала Башкирского государственного университета, проект № В17-71.

В настоящее время активизируется изучение языка современных средств массовой информации. Если в XX веке язык журналистики, в основе которого лежал публицистический стиль, отличался нормативностью и официальностью, то за почти 20 лет XXI века массмедиа стали развиваться в новом ключе, жить по иным законам, превратившись в феномен – исследователи пишут о ранее невозможном феномене «языка СМИ», – диктующий коммуникативные нормы, заставляющий принимать даже те словоупотребления и конструкции, которые являются отступлением от строгой языковой нормы. Исследователи языка средств массовой информации дифференцируют его в соответствии с особенностями каждого из средств, выделяя «язык газеты», «язык радио», «язык телевидения», «язык рекламы», «язык Интернета».

Несомненным законодателем СМИ-нормы являются центральные издания. Региональные газеты и журналы впитывают и реализуют наметившееся стремление языка современных массмедиа не только к свободе слова, но и к свободе словоупотребления. Описать все богатство лингвистики СМИ не представляется возможным, поэтому мы остановимся на одном из аспектов – специфике употребления фразеологизмов на страницах газет, причем акцент сделаем на заголовочных текстах. Источником языкового материала стали региональные издания юга Башкортостана: «Восход», г. Ишимбай; «Выбор», г. Салават; «Стерлитамакский рабочий» (сокращенно «СР»), г. Стерлитамак.

Любая газета начинается с оглавления, привлекающего внимание потенциального адресата: меткие, «цепляющие» заголовки заставляют обратиться к содержанию статьи, поэтому авторы много усилий прилагают к созданию этой «обертки» публицистического текста. Являясь первой проверкой взаимопонимания автора и читателя, заголовок сам по себе обычно выразителен настолько, что вызывает активную реакцию читателя. Еще до знакомства с текстом читатель может задуматься, заинтересоваться, настроиться на восприятие текста.

Заголовок, предваряя текст, несет в себе определенную информацию о содержании и об авторской оценке. Так как человек выбирает только то, что его интересует, руководствуясь названиями публикаций, выделяют несколько основных требований к заголовку: информативность, соответствие содержанию и выразительность [1, с. 369]. Чтобы название статьи отвечало последнему требованию, журналисты прибегают к различного рода приемам, среди которых частотна рифмовка: «Профессий всех не *счесть*, // но можно стих