

Анисова Анна Александровна

ПРЕДИКАТЫ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА (НА МАТЕРИАЛЕ ПОВЕСТИ А. ПЛАТОНОВА "КОТЛОВАН")

Статья посвящена описанию методики анализа предикатов как способа исследования образа персонажа в художественном тексте. В качестве примера приводится анализ предикатов, использованных при создании образов Вощева и Чиклина, героев повести А. Платонова "Котлован". Описание предикатов основывается на их классификации, разрабатываемой автором статьи. Как показывает исследование, предложенный способ анализа позволяет дать характеристику персонажам и описать систему образов произведения.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/12-3/20.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 12(78): в 4-х ч. Ч. 3. С. 80-83. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/12-3/

© 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

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 82.081

Статья посвящена описанию методики анализа предикатов как способа исследования образа персонажа в художественном тексте. В качестве примера приводится анализ предикатов, использованных при создании образов Вощева и Чиклина, героев повести А. Платонова «Котлован». Описание предикатов основывается на их классификации, разрабатываемой автором статьи. Как показывает исследование, предложенный способ анализа позволяет дать характеристику персонажам и описать систему образов произведения.

Ключевые слова и фразы: предикат; субъект; классификация глагола; язык писателя; язык художественной литературы; А. П. Платонов.

Анисова Анна Александровна, к. филол. н.
Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток
anisann@list.ru

ПРЕДИКАТЫ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА (НА МАТЕРИАЛЕ ПОВЕСТИ А. ПЛАТОНОВА «КОТЛОВАН»)

Статья представляет собой описание методики анализа предикатов как способа исследования образа персонажа. Данная методика, на наш взгляд, может быть эффективна при исследовании текстов со сложной семантической структурой, для которых важен подтекст.

Термин «предикат» обозначает «конститутивный член суждения – то, что высказывается (утверждается или отрицается) о субъекте» [2, с. 392]. Предикат выражается словами с признаковой семантикой: чаще всего глаголами, а также словами категории состояния, существительными, качественными прилагательными и др.

В целях исследования автором статьи была разработана классификация предикатов, для которой выбран подход «от субъекта» [1]. О важности предикатной характеристики говорят исследователи художественного дискурса. Например, Г. Я. Солганик пишет: «...преобладание в тексте того или иного вида предикатов связано и с авторской манерой, стилем. Так, большой процент статальных и адвербиальных предикатов может свидетельствовать о тенденции к психологизму изображения, а высокий удельный вес акциональных предикатов – о стремлении к динамике рассказа» [4, с. 52].

Методика, применяемая в нашем исследовании, как представляется, может быть эффективна при исследовании текстов со сложной семантической структурой, для которых важен подтекст.

В качестве примера в данной статье будут рассмотрены образы Вощева и Чиклина, главных героев повести А. Платонова «Котлован» [3].

Путем сплошной выборки из текста повести были выделены все предикаты, использованные для характеристики данных персонажей (см. Таблицу).

Сравнительная таблица предикатов, характеризующих образы Вощева и Чиклина (в процентах)

Предикаты	Вощев	Чиклин
1. Агентивного субъекта	54	79
1.1. Физического действия	35	47,5
1.1.1. Движения	20	19,5
1.1.1.1. Перемещения	13	14
1.1.1.2. Перемены положения и движений органов тела	7	5,5
1.1.2. Взаимодействий с предметами, животными и лицами	15	27
1.2. Речи	8	22
1.3. Социальной деятельности	2	1
1.4. Психической деятельности	8,5	6,5
1.4.1. Агентивного восприятия	4	4
1.4.1.1. Зрения	2,3	3
1.4.1.2. Слуха	1,5	1
1.4.1.3. Осязания	0,2	0
1.4.2. Ментального действия	3,5	2
1.4.3. Эмоционального действия	1	0,5
1.5. Физиологического действия	0,5	1,5

Предикаты	Вошев	Чиклин
2. Неагентивного субъекта	46	21
2.1. Состояния	34,5	14,5
2.1.1. Эмоционального состояния	17	7
2.1.2. Ментального состояния	7	4
2.1.3. Физических состояний	5,5	2
2.1.4. Позиционных состояний	2	1
2.1.5. Состояний существования	3	0,5
2.2. Неагентивного восприятия	4	2,5
2.2.1. Зрения	2,8	2
2.2.2. Слуха	0,2	0,5
2.2.3. Осязания	1	0
2.3. Потенциальности (модальности)	4	3,5
2.3.1. Возможности	1,4	2
2.3.2. Желательности	1,6	1,5
2.3.3. Долженствования	1	0
2.4. Свойства (качества)	1	0,5
2.5. Социальных отношений	2,5	0

На первоначальном этапе анализа все предикаты нами предлагается разделить на две основные группы: *предикаты агентивного субъекта* и *предикаты неагентивного субъекта*. При разграничении учитывается контекст предложения или, если необходимо, всего произведения.

Предикаты *агентивного субъекта* обозначают активное, целенаправленное, контролируемое действие. При этом определяющими признаками являются *активность* и *целенаправленность*, а *контролируемость* – периферийным. Активность характеризуется осознанностью, затрачиванием энергии, прикладыванием усилий.

Предикаты *неагентивного субъекта* характеризуются *отсутствием* активности и целенаправленности.

Активность-неактивность – важная черта героев А. Платонова. Автора «Котлована», прежде всего, интересует разрешение бытовых проблем: существования мира и человека, поиска истины и смысла жизни. Сам текст «Котлована», при всем многообразии прочтений, видится нам, прежде всего, как текст о поиске истины и смысла жизни, чем, так или иначе, озабочены все основные герои повести.

Агентивность-неагентивность можно соотнести с идеей статики-динамики, на которую обращает внимание Е. А. Яблоков, анализируя художественный мир А. Платонова: «Как в изображенной реальности, так и в языке разными способами актуализуется коллизия статического и динамического» [5, с. 296].

В результате исследования было выявлено, что образы Вощева и Чиклина характеризуются высокой долей активности: предикаты *агентивного субъекта*, относящиеся к Вощеву, составляют 54%, к Чиклину – 79% от общего количества присущих им предикатов. Можно видеть, что Чиклин предстает более активным персонажем, чем Вошев.

Предикаты *агентивного субъекта*, присущие образу Вощева, разделяются нами по признаку *обусловленности/необусловленности* действия *инициативой* героя. Это важный параметр для характеристики данного персонажа, дающий представление о том, насколько самостоятельны и осмысленны его действия.

С учетом этого критерия действия героя, обусловленные его инициативой, составляют 84% от предикатов агентивного субъекта, то есть 45% от общего количества характеризующих его предикатов.

Для образа Чиклина характеристика предикатов с точки зрения *обусловленности/необусловленности инициативой героя* неактуальна, поэтому не применялась к анализу образа данного персонажа.

При функционировании предикатов *агентивного субъекта* обнаруживается следующая специфика образа Вощева: примерно у 60% этих предикатов эксплицируется (иногда избыточно) причина или цель действия, которые обычно вводятся придаточными причинами, цели или именной синтаксемой. Это, на наш взгляд, указывает на следующую особенность образа Вощева: для активного действия ему необходимы цель и обоснование этого действия. Эти, порой навязчивые, подчеркивания целей действий можно соотнести с постоянными поисками смысла жизни, которыми занят герой.

Для образа Чиклина это нехарактерно.

Данные различия, на наш взгляд, объясняются тем, что Чиклин, в отличие от Вощева, обладает смыслом жизни, который Вошев только пытается найти.

На следующем этапе анализа мы предлагаем перейти от более абстрактных уровней рассмотрения предикатов к выявлению их семантики. Это позволяет детально охарактеризовать те действия, которые присущи персонажам.

Большую часть предикатов *агентивного субъекта*, использованных для создания образов Вощева и Чиклина, составляют *предикаты физического действия* (для Вощева – 35%, для Чиклина – 46,5% от общего количества). Таким образом, герои предстают как практики, люди действия, физического труда.

Данный тип предикатов подразделяется на предикаты *движения* и предикаты *взаимодействия с предметами* (одушевленными и неодушевленными).

Образы героев характеризуются высоким процентом *предикатов движения* (для Вощева – 20%, для Чиклина – 19,5% от общего количества).

Большинство предикатов движения, присущих образу Чиклина, обозначают *начало движения* (5% от общего количества), *конец движения* (1,5% от общего количества), *выход* (2% от общего количества).

При этом можно отметить, что предикатов «выхода» в два раза больше, чем предикатов со значением «входа», что подчеркивает важность открытого пространства для художественного мира повести «Котлован».

Для Вощева характерны группы предикатов движения со значениями *движения в пространстве*.

В числе предикатов движения выделяется большая группа предикатов *взаимодействия с предметами* – одушевленными и неодушевленными (у Вощева – 15%, у Чиклина – 27% от общего количества предикатов). Оба героя взаимодействуют с живыми и мертвыми людьми, животными и предметами.

При анализе данного типа предикатов, создающих образ Чиклина, была выявлена следующая особенность – неразличение живой и неживой материи. Это проявляется в том, что одни и те же лексемы употребляются в сочетаниях со словами, обозначающими живые и неживые предметы. Так, мы находим сочетания лексемы *прислониться* со словами *к стене, к глине*, а также – *к Насте*; то же и с другими глаголами: *очистить – избу от кулаков, барак от мусора; заивырнуть – Жачева, лопату; сложить – кости, Жачева, веник*.

Для образа Вощева можно выделить другие особенности. Герой взаимодействует, то есть вступает в непосредственный физический контакт, с предметами (материальный мир), ребенком, деревенскими мужиками (мир деревни), активистом (мир власти), животными и птицами (как с домашними, так и с дикими), мертвыми людьми (то есть в символическом плане – со смертью). Именно через эти физические контакты, как показано в повести, герой обретает истину: в тот момент, когда умирает девочка Настя, Вошев находит смысл жизни, то есть осознает, что он заключается в любви и заботе о другом человеке.

Следующая группа – *предикаты речи*. Эти предикаты достаточно частотны для образа Чиклина (22%), а для образа Вощева они менее характерны (8%).

Можно выделить следующие особенности этих предикатов для образа Чиклина – активность и инициативность со стороны героя. Чиклин спрашивает в два раза чаще, чем отвечает. Вошев же чаще отвечает, что характеризует его как неактивного субъекта.

Рассмотрим предикаты *неагентивного субъекта*.

Для образов обоих героев характерна многочисленная группа *предикатов состояния* (у Вощева – 35%, у Чиклина – 14,5% от общего количества предикатов).

Самые характерные состояния для образов обоих героев – *эмоциональные* (душевные), составляющие примерно половину всех состояний героев (у Вощева – 17%, у Чиклина – 7% от общего количества предикатов).

Также герои испытывают состояния *ментальные* (у Вощева – 7%, у Чиклина – 4% от общего количества предикатов) и *физические* (у Вощева – 5%, у Чиклина – 2% от общего количества предикатов), однако их число незначительно и примерно одинаково у обоих героев.

В характеристике *ментальных состояний* обнаруживается сходство сравниваемых героев: у Вощева – половина, а у Чиклина треть всех этих предикатов употребляется с *отрицанием*, что может свидетельствовать о затрудненности мыслительного процесса для этих героев. Таким образом, данные персонажи больше чувствуют, чем осмысливают мир и все происходящее.

Характеристики предикатов *физических состояний*, которые испытывают герои, также сходны для образов обоих героев. В основном герои испытывают *неприятные физические ощущения*: *усталость, холод, истощение, слабость*, а также характеризуются состояниями, связанными со сном.

При анализе образов данных персонажей выделяется примерно одинаковое количество предикатов *потенциальности (модальности)* (у Вощева – 4%, у Чиклина – 3,5% от общего количества предикатов). Предикаты потенциальности разделяются на предикаты возможности/невозможности, желательности и должностования.

Так, почти все предикаты *возможности* у обоих героев употребляются с *отрицанием*, то есть это скорее *невозможность*.

Следующий выделяемый тип предикатов – это предикаты *желательности (оптативности)*. Образ Чиклина характеризуется предикатами как *желательности*, так и *нежелательности*, а образ Вощева – только *желательности*.

Среди предикатов *потенциальности (модальности)* выделяется небольшая группа предикатов *долженствования*, характерных только для образа Вощева и совсем не присущих образу Чиклина.

Итак, мы представили результаты анализа предикатов, которые способствуют описанию образов персонажей. Предложенная методика позволяет, на наш взгляд, во-первых, дать характеристику конкретному персонажу с точки зрения активности/неактивности его как субъекта действия, а также детально охарактеризовать эти действия; во-вторых, описать систему образов всего художественного произведения на примере сопоставления персонажей, продемонстрированного в сравнительном анализе героев повести А. Платонова «Котлован» Вощева и Чиклина.

Список источников

1. Анисова А. А. Роль предикатов агентивного субъекта для создания образов персонажей в повести А. Платонова «Котлован» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 3 (33): в 2-х ч. Ч. 2. С. 21-23.
2. Арутюнова Н. Д. Предикат // Языкознание. Большой энциклопедический словарь. М.: Большая российская энциклопедия, 1998.
3. Платонов А. П. Котлован: текст, материалы творческой истории. СПб.: Наука, 2000. 380 с.
4. Солганик Г. Я. Стилистика текста. М.: Флинта; Наука, 1997. 256 с.
5. Яблоков Е. А. Платонов и литература // Яблоков Е. А. Хор солистов: проблемы и герои русской литературы первой половины XX века. СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. С. 283-300.

**PREDICATES AS A MEANS OF ARTISTIC IMAGE CREATION
(BY THE MATERIAL OF A. PLATONOV'S NOVEL "THE FOUNDATION PIT")**

Anisova Anna Aleksandrovna, Ph. D. in Philology
Far Eastern Federal University, Vladivostok
anisann@list.ru

The article is devoted to the description of the methodology of predicates analysis as a way of studying the character's image in literary texts. As an example the author analyzes the predicates used to create the images of Voshchev and Chiklin, the characters of A. Platonov's novel "The Foundation Pit". The predicates description is based on their classification, developed by the author of the article. As the study shows, the proposed method of analysis allows characterizing the personages and describing the system of images of the work.

Key words and phrases: predicate; subject; classification of verb; writer's language; language of fiction; A. P. Platonov.

УДК 81

В статье представлен лингвокогнитивный анализ концепта УМНЫЙ ДОМ. Решается задача выбора лексических единиц для их дальнейшего использования в качестве хэштегов, служащих наиболее успешному продвижению видеорекламы, посвященной проектированию «Умного дома». Лексические единицы, объективирующие концептуальные характеристики, отобранные на основе когнитивно-матричного анализа концепта УМНЫЙ ДОМ и проведенного мини-эксперимента, предложены для их включения в хэштеги рекламы «Умного дома».

Ключевые слова и фразы: реклама; хэштег; концепт; когнитивная матрица; когнитивно-матричный анализ; мини-эксперимент.

Апраксина Ольга Николаевна

Бородулина Наталия Юрьевна, д. филол. н., доцент

Макеева Марина Николаевна, д. филол. н., профессор

Тамбовский государственный технический университет

apraksina-olga@rambler.ru; nat-borodulina@yandex.ru; marnikma@inbox.ru

**ВЫБОР ХЭШТЕГОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
ВИДЕОРЕКЛАМЫ СТРОИТЕЛЬСТВА «УМНОГО ДОМА»**

Статья написана в рамках гранта РФФИ № 17-46-680391 «Разработка методов управления региональной контекстной видеорекламой и оценка ее эффективности на основе контент-анализа».

Предметом рассмотрения в данной статье является проблема наиболее эффективного выбора хэштегов, предваряющих видеорекламу проектирования «Умного дома». Для составителей рекламных сообщений хэштеги стали необходимыми инструментами для продвижения «в массы» своих идей, товаров и услуг. Они являются особенно актуальными для видеорекламы, в которой аудиовизуальные средства преобладают, а часто затмевают вербальный ряд.

Сегодня лингвисты направили свои изыскания на эти короткие сообщения, призванные инициировать просмотр видеороликов. Выяснено, что хэштеги выполняют две функции: информативную (играют роль заголовков) и смысловую (вычлениают главную мысль или созданный образ, выделяют используемые для этой цели лексические единицы (ЛЕ) знаком «решетка» #, оформляют их в ударные слово или фразу) [5-8; 10]. Учитывая, что один хэштег включает только 140 символов, выбор ЛЕ, побуждающих заинтересоваться рекламой, просмотреть ее и посоветовать сделать это же друзьям по социальным сетям, имеет большое значение.

Задача данной статьи – вычленить ключевые слова и словосочетания, которые могут быть использованы в качестве хэштегов для продвижения и распространения видеорекламы, посвященной проектированию и строительству «Умного дома», а также быстрого и продуктивного поиска информации на данную тему.

Осуществление поставленной задачи требует, прежде всего, определить характеристики концепта УМНЫЙ ДОМ, что было получено методом когнитивно-матричного анализа.

Когнитивно-матричный анализ – это один из этапов реализации комплексной системы исследовательских приемов, разработанной Н. Н. Болдыревым. Помимо построения когнитивной матрицы, эта методика предполагает описание входящих в состав данного интегративного концепта контекстуальных областей / когнитивных контекстов, выделение основных характеристик объекта, интерпретируемого в рамках конкретных когнитивных контекстов, изучение взаимосвязей объекта с этими контекстами на основе выделенных характеристик, описание когнитивных механизмов, формирование соответствующих языковых значений, анализ языковых механизмов и средств актуализации этих значений на функциональном уровне [3, с. 62; 4].

Согласно теории Н. Н. Болдырева, существуют два структурных типа когнитивной матрицы. Первый тип – *общая когнитивная матрица* – используется тогда, когда концептуальные области, на фоне которых происходит осмысление языковой единицы, представляют собой многоаспектное знание [3, с. 63]. Второй тип –