

УДК 811.161.1'27:81'23

Филологические науки

В статье анализируются основные методологические подходы к категоризации артефактов и сопутствующие им сложности. На примере выявленных подходов к категоризации напитков показано главное существующее противоречие (иерархичность–неиерархичность выстраиваемой модели), для разрешения которого приводится анализ результатов авторского эксперимента (открытое анкетирование, метод свободной классификации, собеседование). Выявляются основные подходы испытуемых к категоризации напитков, выстраивается модель структуры этой категории. Показана недостаточность формально-логического подхода к исследованию языковой категоризации без привлечения эмпирических методов.

Ключевые слова и фразы: категоризация; артефакт; напитки; картина мира; теория прототипов; иерархичность; метод свободной классификации.

Дмитрий Александр Морель Морель, к. филол. н.

Кафедра делового иностранного языка

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

dmm700@yandex.ru

ЭМПИРИЧЕСКИЕ И ФОРМАЛЬНО-ЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ЯЗЫКОВОЙ КАТЕГОРИЗАЦИИ АРТЕФАКТОВ®

Исследование языковой категоризации мира имеет глубокие корни и опирается на различные методологические платформы (подробнее см.: [1; 4; 5; 13]). Однако, несмотря на глубокую проработку данной проблематики, ряд вопросов сохраняет дискуссионный характер. В частности это касается проблемы языковой категоризации артефактов, решение которой наталкивается на определенные трудности. Так, исследователями в области когнитивной лингвистики и психолингвистики отмечаются многокритериальный характер категоризации артефактов, возможность отнесения одного и того же рукотворного объекта одновременно к нескольким категориям, «размывание» границ категории, необходимость учета не столько перцептивных, сколько функциональных признаков (см., например: [8; 9]).

Объектом исследования в настоящей работе является языковая категоризация напитков, которые в подавляющем большинстве своем являются продуктами человеческой деятельности, и на них, следовательно, в полной мере распространяются проблемы категоризации артефактов [9].

Настоящая работа лежит в русле исследования особенностей репрезентации напитков в картинах мира различных лингвокультурных общностей, проводимого автором на материале французского, английского и русского языков [3]. Интерес к данному фрагменту картины мира обусловлен глубокой национально-культурной специфичностью напитков, выступающих важным и неотъемлемым элементом социальной жизни и системы национальной (само)идентификации [7].

Непосредственным предметом выступают основные подходы к изучению языковой категоризации напитков.

Так, в рамках подхода *KR-Ontologies* (подробнее см.: [11]) предлагается категоризация напитков на основе таких признаков как «алкогольные», «безалкогольные», «горячие», «шипучие», «кофеинизированные», «изготовленные из винограда», «изготовленные из зерна», и на основе метода формального концептуального анализа [6] выстраивается иерархическая древовидно-сетевая модель [12] (см. Рис. 1).

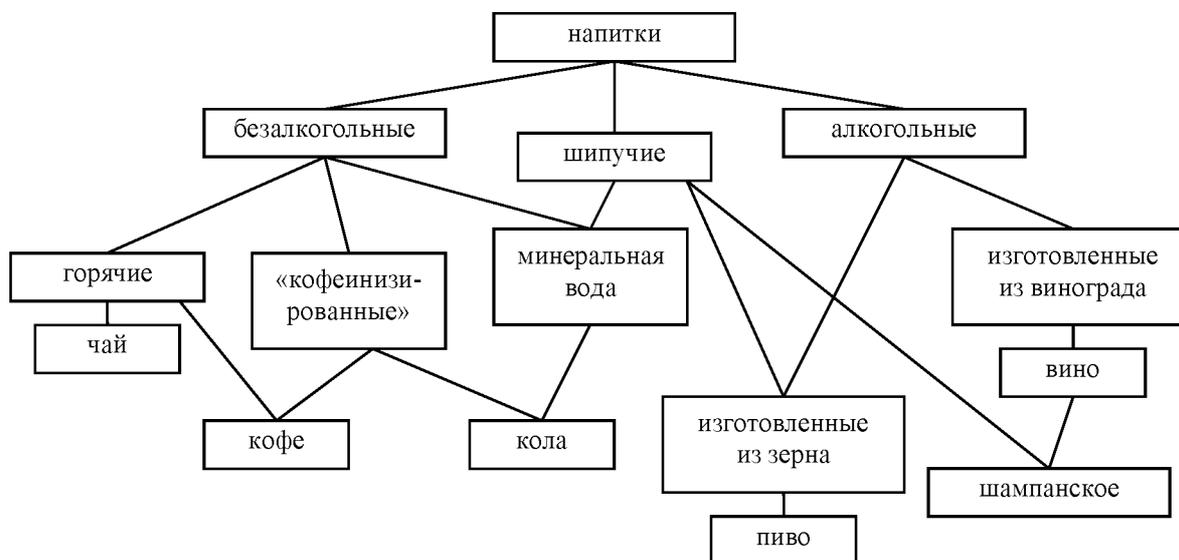


Рис. 1. Категоризация напитков (формально-онтологический подход)

Принципиально иной подход к категоризации напитков представлен в работе французских ученых Ж. Пуату и Д. Дюбуа [9].

Данные исследователи, изучавшие особенности категоризации напитков немецкими подростками, пришли к выводу, что ведущую роль в этом процессе играют ответы на следующие вопросы: «напиток на основе воды, молока или сока?», «напиток горячий или холодный?», «напиток с алкоголем или без?», «напиток сладкий или нет?», «напиток газированный или нет?». Отталкиваясь от этого, они выделили шесть подкатегорий: «воды» (негазированные / газированные, а также сиропы), «молочные напитки», «соки» (фруктовые / овощные, а также витаминизированные напитки), «горячие напитки» (преимущественно безалкогольные), «сладкие газировки (sodas)» и «алкогольные напитки».

Поскольку описываемое исследование основывается на теории прототипов Э. Рош, то, по мнению французских ученых, рассматриваемая категория имеет эгоцентрическое структурирование [Ibidem] (см. Рис. 2).

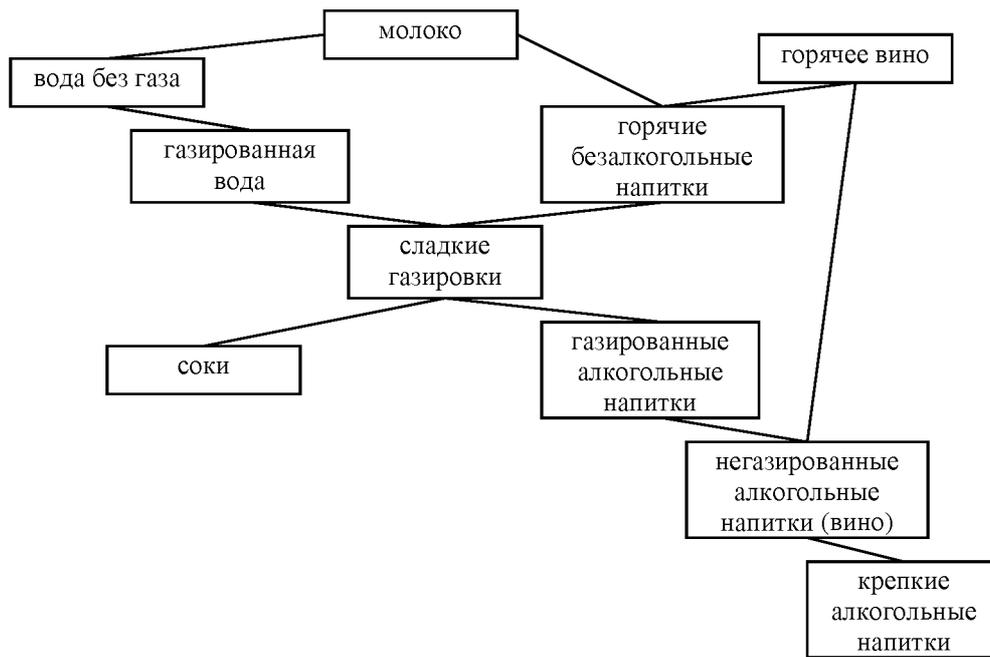


Рис. 2. Категоризация напитков (психолингвистический подход)

Помимо этого, Ж. Пуату и Д. Дюбуа рассматривали собранные в ходе эксперимента опросные листы как специфические «тексты», основываясь при этом на тезисе Ф. Растье: «Une liste de mots ne constitue pas un paradigme, mais un syntagme parataxique, et ses membres sont naturellement en interaction contextuelle» [10, p. 193]. Подобный подход позволил им применить к собранному материалу процедуры лингвистического анализа и, на основании особенностей взаимного расположения обозначений напитков в ответах, прийти к выводу о том, что исследуемая категория имеет неиерархическую внутреннюю организацию: «En contraste avec les attentes coutumières en matière de catégorisation, rien dans les listes ne permet de supposer que le lexique individuel tel qu'il apparaît dans ces listes est organisé comme une catégorie hiérarchisée» [9, p. 12-13].

Выявленное противоречие между представленными подходами (усугубляемое сомнениями в эффективности и корректности привлечения теории прототипов к исследованию категоризации артефактов [8]) составляет научную проблему настоящей работы.

Для ее разрешения мы провели собственное исследование с использованием эмпирических методов (открытое анкетирование, метод свободной классификации, собеседование) для сбора материала. Было опрошено 50 юношей и 50 девушек в возрасте 19-20 лет, обучающихся в вузах г. Белгорода (около трети из них составляют приезжие из различных регионов России). В предъявленной анкете среди прочего (исследование имело комплексный характер) респондентам предлагалось 1) в течение трех минут записать все подходящие им на ум наименования напитков и 2) разбить их на группы.

Всего респондентами было упомянуто 229 наименований различных напитков (153 – девушками, 171 – юношами). 95 наименований гендерно общие, 58 встречаются в ответах только девушек, 78 – только юношей.

Логико-семантический анализ полученного списка обозначений напитков и их лексических значений позволил выработать расширенный список категоризационных признаков – наличие алкоголя, наличие газа, преимущественная температура потребления, основа (вода / сок / молоко), основной ингредиент, способ приготовления, крепость (для алкогольных) – и на их основе выстроить следующую модель (см. Рис. 3 и 4):

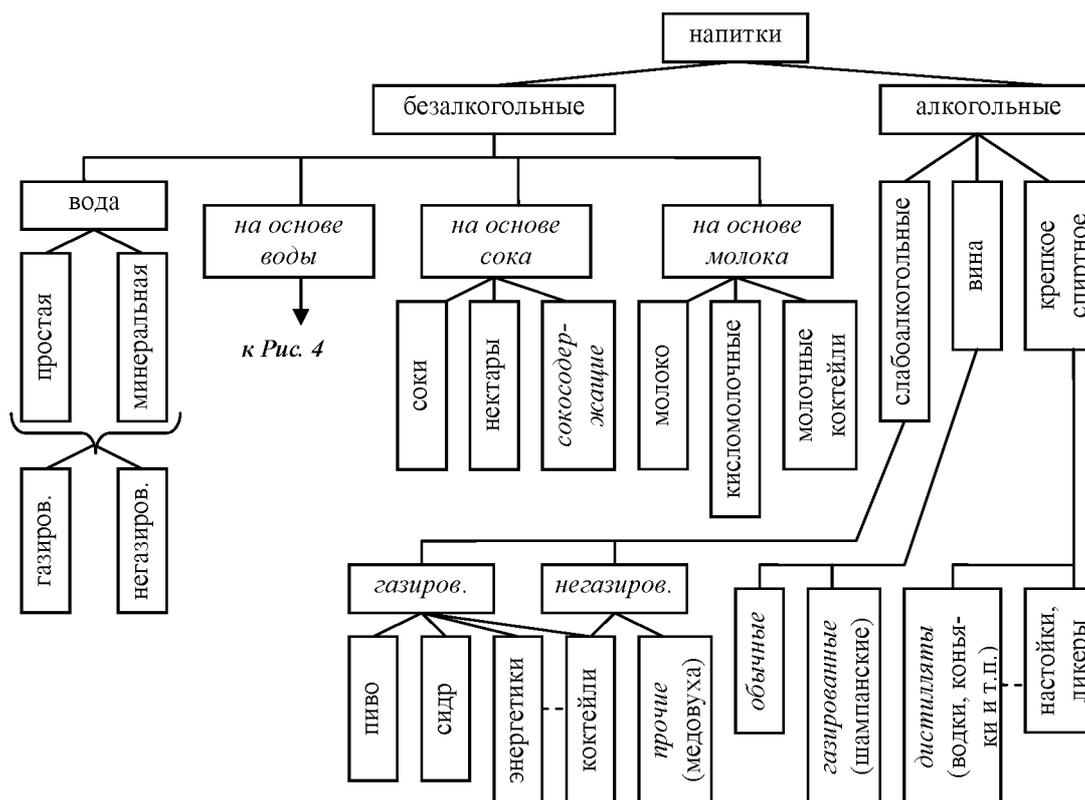


Рис. 3. Категоризация напитков (логико-семантический подход)

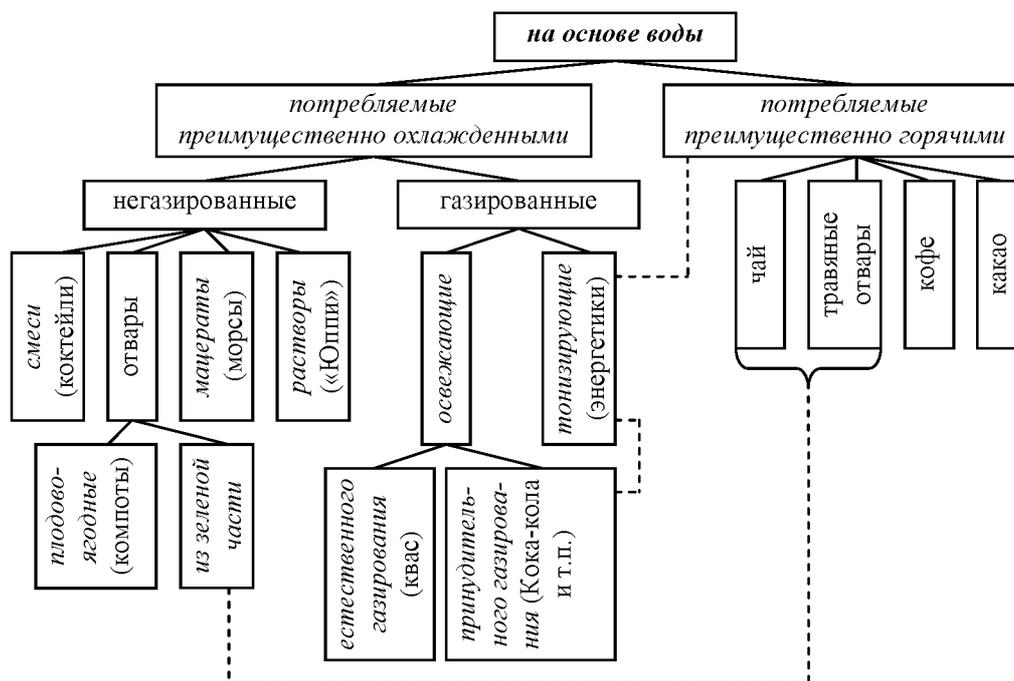


Рис. 4. Категоризация безалкогольных напитков (фрагмент)

Однако если учитывать частотность репрезентации различных подкатегорий в ответах респондентов, картина несколько упрощается (первое число в отношении указывает на количество упоминаний подкатегории в ответах девушек, второе – юношей):

1. «Безалкогольные напитки».

1.1. «Соки» (45 / 34).

1.2. «Газированные напитки» → {«сладкие газировки» (37 / 35); «квас» (15 / 16); прочие (как правило, общие обозначения) (9 / 8)}.

1.3. «Молочные напитки» (34 / 25) (преимущественно молоко и, с заметным отставанием, кефир; на «молочные коктейли» приходится 14 / 3).

1.4. Горячие тонизирующие напитки → {«чай» (36 / 31); «кофе» (31 / 33); «какао, шоколад» (13 / 4)}.

1.5. Прочие безалкогольные напитки (преимущественно негазированные, включая «компоты» (13 / 14), «морсы» (8 / 4), «безалкогольные коктейли и энергетики» (7 / 5), а также кисель (3 / 8) и рассол (1 / 4)).

2. «Алкобольные напитки».

2.1. «Пиво» (23 / 37).

2.2. «Вина» (65 / 44) (из них на «шампанские» приходится 26 / 17, причем никто из опрошенных не категоризует их как *газированный* напиток).

2.3. «Крепкое спиртное» → {«водки» (28 / 33); «ликеры» (15 / 13); прочие дистилляты и абсент (28 / 29)}.

2.4. «Алкобольные коктейли и энергетики» (16 / 16).

2.5. Прочие алкобольные напитки (7 / 21), включая горячие напитки (6 / 7).

Дополнительно проведенный анализ опросных листов по методу, описанному в работе Ж. Пуату и Д. Дюбуа, позволил выявить в них последовательности, свидетельствующие о том, что в сознании приведших их респондентов структура исследуемой категории хотя бы фрагментарно имеет иерархический характер. Впрочем, данный феномен не имеет массового характера (явных гендерных зависимостей не выявлено). Можно предположить, что полученное расхождение с результатами французских исследователей обусловлено разницей в возрасте (и, как следствие, в степени сформированности абстрактно-логического мышления) испытуемых.

Второй этап эксперимента позволил скорректировать сделанные промежуточные выводы.

По результатам использования метода свободной классификации в ответах 99 респондентов (один отказ у девятнадцатилетнего юноши) выявлены 82 подкатегории, суммарно упоминающиеся 291 раз. Из них 29 встречаются в ответах только девушек, 29 – только юношей, 24 – обеих подгрупп испытуемых. Причем, если количество подкатегорий, предложенных юношами и девушками, одинаковое – 53, то их набор и частотность различаются (151 упоминание у девушек и 140 у юношей). Количество предлагаемых в одном ответе подкатегорий колеблется от 2 до 7 (средний показатель у девушек несколько выше, чем у юношей: 3,02 / 2,857).

Велико количество индивидуальных, единичных подкатегорий – 49 (из них на ответы девушек приходится 25, юношей – 24).

Наиболее частотные подкатегории (первое число в отношении указывает на количество упоминаний в ответах девушек, второе – юношей): 1) «алкобольные» (33 / 32); 2) «безалкобольные» (22 / 25); 3) «сок» (7 / 6), «молочные» (7 / 6); 4) «газированные» (9 / 2); 5) «горячие» (5 / 5).

В целом наименования подкатегорий напитков, выделенных на предыдущем этапе логическим путем («вода», «кофе», «водка», «пиво», «вино» и т.п.), приводятся весьма широко. Это же можно сказать и об обозначениях отдельных напитков, которые отличаются высокой частотностью в ответах на предыдущий вопрос («квас», «компот», «морс», «лимонад и Кола» и т.п.). Однако перечисленные подкатегории низкочастотны, а зачастую и единичны.

Существенная часть приведенных подкатегорий (31,7%) соотносится с безалкобольными напитками (в ответах девушек подобные подкатегории приведены 64 раза, юношей – 56 раз). Подкатегории, соотносимые с алкобольными напитками, малочисленны (14,6%; 44 и 46 раз соответственно). Большая часть подкатегорий, приведенных респондентами, никак не соотносится с признаком наличия/отсутствия алкоголя в напитке.

В приведенных ответах четко прослеживается наличие трех пар категоризационных признаков (которые могут комбинироваться): «алкобольные / безалкобольные» (включая названия конкретных подкатегорий напитков), «горячие / холодные», «газированные / негазированные». Помимо этого напитки могут категоризоваться по признаку *воздействия на организм* («полезные / вредные», «утоляющие жажду», «бодрящие, энергетические» и т.п.), *вкусовым характеристикам и личностной оценке* («вкусные / гадость», «любимые / нелюбимые»), *месту / способу приготовления* («созданные на производстве / натуральные», «отечественные / неотечественные», «домашние / те, что делают в кафе»), *месту / времени / цели растития* («дом / клуб / на хате», «утренние / напитки отдыха и праздника»).

Подавляющее большинство приведенных испытуемыми классификаций напитков построено на категориальном [2, с. 81-84] и дихотомическом принципах. Однако в ряде ответов (как юношей, так и девушек) представлены классификации, основывающиеся на наглядно-действенной ситуации (подкатегории «на утро», «протрезвляющие», «дом», «те, что делают в кафе») и субъективных личностных оценках («вкусняшки», «гадость», «любимые» / «нелюбимые»), что нетипично для данного возраста [Там же], а также классификации, выполненные с нарушениями формально-логических принципов («алкобольные – безалкобольные – горячие»), либо вовсе имеющие несистематический характер («газировки – пиво – коктейль – сок – сокодержателе напитки – вино»). В двух случаях приведенные классификации имеют иерархический *двухуровневый* характер: «горячие алкобольные / безалкобольные» – «холодные газированные / негазированные» и «горячие алкобольные / безалкобольные» – «холодные алкобольные / безалкобольные». Встречаются примеры трихотомий («безалкобольные – слабоалкобольные – сильноалкобольные»), зачастую «контаминированные» добавлением нерядоположенных подкатегорий.

Нередки случаи категоризации напитков на основании комбинации признаков («сладкие газированные», «холодные алкобольные») либо даже их «пучка», своеобразного гештальта: «вкусняшки жаждоутоляющие» (признаки: *вкусовые характеристики + субъективная оценка + функция + воздействие на организм*).

Итак, проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы.

1. Иерархические отношения в структуре исследуемой категории присутствуют, однако не играют системообразующей роли. Находит свое подтверждение вывод французских исследователей о том, что категоризация напитков имеет преимущественно «прагматический», а не «онтологический» характер [9]. Это прослеживается с самого высокого уровня обобщения. Четкость прослеживаемого отношения контрадикторности

«алкогольные напитки vs. не-алкогольные напитки» «смазывается» тем, что последняя подкатегория, в отличие от первой, воспринимается языковым сознанием не как некая целостностная общность, а как диффузный конгломерат конкретных подкатегорий, выделение которых обусловлено повседневным опытом и личными предпочтениями респондента. Подобная ситуация прослеживается и на более низких уровнях обобщения (так, для языкового сознания малозначима логическая подкатегория «горячие тонизирующие напитки», в отличие от вполне конкретных «чая» и «кофе»). Таким образом происходит рядоположение подкатегорий с разным уровнем обобщения. Могут игнорироваться гиперо-гипонимические отношения. Так, в глазах многих опрошенных подкатегории «вино» и «шампанское» равнозначны.

2. С другой стороны, вывод о том, что категоризация напитков имеет полностью неиерархический характер, представляется слишком категоричным, поскольку ряд выявленных нами фактов противоречит ему. Очевидно, что все упирается в прагматическую установку испытуемого: если в обычных условиях его языковому сознанию может быть достаточно семантической сети, то при необходимости оно может легко развернуть отдельные узлы последней в многоуровневые структуры либо наоборот провести их принудительное укрупнение, объединение по ситуативно востребованному признаку.

3. Внутреннюю организацию исследуемой категории удобнее представить в виде системы взаимодействующих диффузных полей с достаточно четко выраженными ядрами и дополнительными «узлами» (см. Рис. 5). Первые представлены высокочастотными наименованиями подкатегорий напитков, вторые – высокочастотными обозначениями, которые могут иметь низкий иерархический статус и не иметь гипонимов в лексической системе (вариации соответствующих реалий репрезентируются свободными словосочетаниями или словесными товарными знаками).

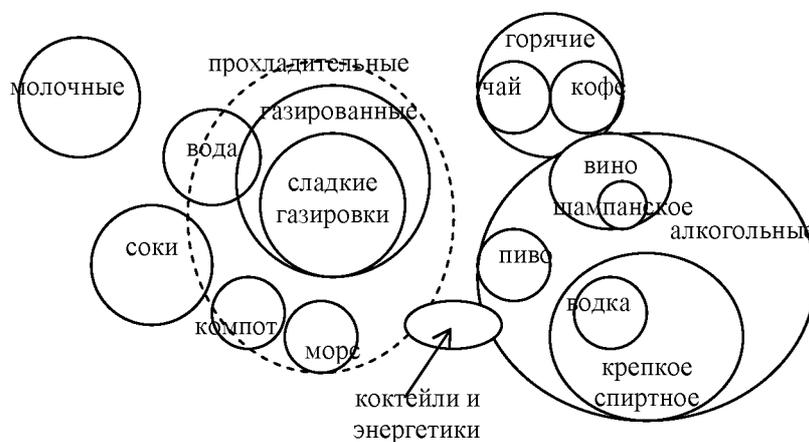


Рис. 5. Категоризация напитков студентами

4. В ответах респондентов прослеживаются три основных подхода к категоризации напитков: формализованный (древовидно-иерархический), прагмаориентированный (сетевой, причем семантическая сеть может иметь двух- и более уровневый характер) и личностно-оценочный (основывается на отношениях контрастности или контрадикторности). Последние два подхода в несколько большей степени присущи девушкам. На лицо устойчивая тенденция к сочетанию признаков в нарушение правил формальной логики.

5. Формализованный подход к категоризации напитков затруднен ее явно выраженным поливариантным и многопризнаковым характером. К напиткам сложно последовательно прилагать формально-логические процедуры классификации так, чтобы не нарушать их на всех этапах либо полностью исключить неоднозначности.

6. Формально-логические подходы к исследованию языковой категоризации напитков демонстрируют меньшую эффективность, нежели эмпирические, которые учитывают такие антропоориентированные критерии как личностная значимость, жизненный опыт, эмоциональное отношение, субъективные предпочтения, стереотипы и т.п.

7. Отметим также, что категоризация напитков юношами и девушками не обнаруживает *принципиальных* различий, следовательно, явная гендерная специфика отсутствует.

Список литературы

1. Борискина О. О., Кретов А. А. Теория языковой категоризации: национальное языковое сознание сквозь призму криптокласса. Воронеж: ВГУ, 2003. 211 с.
2. Лурья А. Р. Язык и сознание / под ред. Е. Д. Хомской. 2-е изд. М.: Изд-во МГУ, 1998. 336 с.
3. Морель Морель Д. А. Наименования напитков в национальных картинах мира: сопоставительный аспект исследования (на материале русского, французского и английского языков). М.: Изд-во СГУ, 2012. 156 с.
4. *Catégories et catégorisation: une perspective interdisciplinaire* / sous la dir. de F. Alvarez-Pereyre. Leuven - Dudley, MA: Peeters, 2008. X+358 p.
5. *Catégorisation et langage* / sous la dir. de F. Cordier, J. François. P.: Hermès science publications; Lavoisier, 2002. 230 p.
6. *Formal Concept Analysis Homepage* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.upriss.org.uk/fca/fca.html> (дата обращения: 20.08.2012).

7. **Les boissons** [Электронный ресурс] // Encyclopédie Hachette Multimédia: édition standard 2007 / © 2006 Hachette Livre; IDM (CD-ROM).
8. **Pacherie E.** L'Hypothèse de la structuration des connaissances par domaines et la question de l'architecture fonctionnelle de l'esprit // Revue internationale de psychopathologie. 1993. Vol. 9. P. 63-89.
9. **Poitou J., Dubois D.** Catégories sémantiques et cognitives. Une étude expérimentale en sémantique lexicale // Cahiers de lexicologie. 1999. № 74. P. 5-27.
10. **Rastier F.** Sémantique et recherches cognitives. P.: PUF, 1991. 262 p.
11. **Sowa J. F.** Knowledge Representation: Logical, Philosophical and Computational Foundations. Pacific Grove, CA: Brooks Cole Publishing Co., 2000. 594+XIV p.
12. **Sowa J. F.** Ontology [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jfsowa.com/ontology/> (дата обращения: 20.08.2012).
13. **Taylor J. R.** Linguistic Categorization. 3rd ed. N. Y.: Oxford University Press, 2003. XV+308 p.

EMPIRICAL AND FORMAL-LOGICAL APPROACHES TO RESEARCH OF ARTIFACTS LANGUAGE CATEGORIZATION

Dmitrii Aleksandr Morel' Morel', Ph. D. in Philology
*Department of Business Foreign Language
Belgorod State National Research University
dmm700@yandex.ru*

The author analyzes basic methodological approaches to artifacts categorization and difficulties that accompany it, by the example of the revealed approaches to beverages categorization shows the main existing contradiction (the hierarchical/non-hierarchical pattern of the developed model), for which resolution conducts the analysis of the author's experiment results (questionnaire with unrestricted variants of answers, method of free classification, interview), reveals the main approaches of testees to beverages categorization, develops the model of this category structure, and shows the inadequacy of formal-logical approach to the research of language categorization without using empirical methods.

Key words and phrases: categorization; artifact; beverages; picture of the world; theory of prototypes; hierarchical pattern; method of free classification.

УДК 808.2:81'373.612.2:808.861

Филологические науки

В статье предпринимается попытка показать, что в русских народных говорах природное явление служит основой создания метафорических моделей восприятия движения. При создании метафорических переносов значимым является сам образ того или иного природного явления. Через метафорические смыслы, созданные на основе глаголов движения, представляющих какое-либо природное явление, характеризуются физиологическая, социальная сферы и сфера поведения человека.

Ключевые слова и фразы: метафора; глаголы движения; сфера-источник; сфера-мишень; метафорические модели; диалектные системы; семантика; сема; когнитивная лингвистика; образное осмысление.

Луиза Васильевна Надина, к. филол. н.

Кафедра иностранных языков

Институт природных ресурсов

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

naluiza@yandex.ru

ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ КАК СУБЪЕКТ ОБРАЗОВ ДВИЖЕНИЯ, СУЩЕСТВУЮЩИХ В СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ДИАЛЕКТНОГО ЯЗЫКА[©]

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 годы (тема: «Интертекстуальность текстов различных функциональных стилей в сравнительно-переводческом аспекте»; Соглашение № 14.В37.21.0094).

Движение – это глобальный закон, по которому существует реальный мир, это его норма. Принцип познания мира через движение является одним из основных принципов. Поскольку с движением непосредственным образом связано всеобщее развитие и сама жизнь, то само обращение к группе глаголов движения является актуальным и онтологически значимым. Исходя из общей характеристики лексико-семантической группы глаголов движения, можно утверждать, что она обладает сложной многомерной иерархизированной структурой и является, пожалуй, самой многочисленной. В. Л. Ибрагимов, давая общую характеристику