МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов VII (XXI)
Международной научно-практической конференции
молодых учёных
(16–18 апреля 2020 г.)

Выпуск 21

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2020

DOI: 10.17223/978-5-94621-901-3-2020-26

**ЛИНГВОКОГНИТИВНАЯ МОДЕЛЬ ОБРАЗОВ ПЕРСОНАЖЕЙ
В РОМАНЕ МАРИАМ ПЕТРОСЯН «ДОМ, В КОТОРОМ...»**

Волкова В.В.

Томский государственный университет, студент

**A LINGUO-COGNITIVE MODEL OF CHARACTERS' IMAGES
IN «THE GRAY HOUSE» BY MARIAM PETROSYAN**

Volkova V.V.

Tomsk State University, student

Статья посвящена исследованию образов персонажей в романе М. Петросян «Дом, котором...» с точки зрения когнитивной поэтики, которая предполагает применение методов когнитивных наук к интерпретации художественных текстов. На основе анализа художественных приемов и вербальных средств, представленных в романе, в работе моделируется трансформация фреймов отдельных персонажей, происходящая в сознании читателя в процессе чтения романа.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, когнитивная поэтика, фрейм, «Дом, в котором...», Мариам Петросян.

In this article the study of characters' images in the novel «The Gray House» by Mariam Petrosyan comes from the cognitive poetics point of view, which means the application of cognitive science methods to the interpretation of literary texts. Basing on the analysis of verbal means presented in the novel, we try to simulate the frame transformation of characters that occur in the mind of the reader in the process of reading the novel.

Key words: cognitive linguistics, cognitive poetics, frame, «The Gray House», Mariam Petrosyan.

Научный руководитель: Э.Г. Новикова, канд. филол. наук, доцент ТГУ.

Роман «Дом, в котором...» [1] представляет собой описание событий, происходящих в интернате для детей-инвалидов: воспитанники называют его Домом. Роман строится следующим образом: основное повествование идет в «настоящем» времени, где главные герои являются подростками-выпускниками, в это основное повествование между главами вкрапляется «Интермедия», в которой описаны события прошлого – детство главных героев. Хронологическая последовательность событий в романе нарушена, и читатель воспринимает одного персонажа, представленного в двух разных временных отрезках, как совершенно разных персонажей.

Цель данного исследования – выяснить, за счет каких художественных приемов и вербальных средств читатель понимает, что

это один и тот же персонаж, а также представить когнитивную модель образов персонажей в романе.

Исследование проводится в русле когнитивной поэтики – направления, которое подразумевает применение методов когнитивных наук к анализу художественного текста. Взяв за основу теорию фреймов, мы рассмотрели структурные трансформации образов двух персонажей, происходящие в процессе чтения романа. Анализ трансформаций фреймов персонажей был проведен с опорой на классификацию путей развития фрейма, предложенную П. Стоквеллом [2. Р. 78–82]. П. Стоквелл использует термин *schema* (в рамках нашего исследования схема и фрейм понимаются как абсолютные синонимы).

После первой «встречи» с любым персонажем в сознании читателя формируется фрейм – образ персонажа, содержащий его первичные характеристики – слоты. Далее в процессе чтения текста фрейм изменяется.

Приведем образец анализа трансформации фреймов на примере персонажа по прозвищу Кузнечик. Впервые Кузнечик упомянут в первой «Интермедии» как «мальчик» – новичок, которого мама привела в Дом. Мы видим его с точки зрения автора-повествователя. В данном эпизоде за счет таких лексем и выражений, как *«светлоголовый в рыжину»*, *«худенький»*, *«голенастый»*, *«смотрел на мир зелеными глазами»*, *«на его плечи была накинута белая жакетка»*, формируется концептуальный фрейм персонажа, который содержит следующие слоты: **мальчик – светлоголовый, волосы рыжего оттенка, худенький, голенастый, зеленые глаза, на плечи накинута белая жакетка.**

В этом же эпизоде он сталкивается с ребятами, играющими во дворе дома, и, благодаря следующему диалогу между ними: *«С Северного полюса, наверное, – сказал маленький, с очень круглой головой. – В кофточке. Совсем дурачок»*. *«Сам ты дурачок, – сказал другой. – Рук нету, вот он и в кофте. К нам привезли. Не видишь?»* [1. С. 48], мы понимаем, что у мальчика отсутствуют руки.

Однако данная информация является неожиданной для читателя, поскольку при построении нового фрейма мы опираемся на уже существующие в нашем сознании фреймы, на наш жизненный опыт, на типичные ситуации. Отсутствие у человека рук не является привычной ситуацией, является отклонением от нее, а значит, изначально у читателя формируется фрейм типичного, здорового ребенка. Согласно классификации П. Стоквелла, в данном случае происходит нарушение

существующего фрейма (schema disruption), а также одновременно дополнение фрейма (schema accretion) – новый факт добавляется к существующему фрейму, расширяя его. Теперь фрейм включает слот: *отсутствуют руки*.

В результате последовательного анализа вербальных средств, представленных в романе, был построен фрейм персонажа «Кузнечик», включающий следующие слоты: *мальчик – светлоголовый, волосы с рыжим оттенком, худенький, голенастый, зеленые глаза, отсутствуют руки, «пружинистые» ноги, кличка – Кузнечик, мечтает быть как Череп – вожак дома, имеет протезы вместо рук*.

Аналогичным образом был проведен анализ фрейма персонажа по кличке Сфинкс, включающий следующие слоты: *Сфинкс – лысый, отсутствуют руки, зеленые глаза, сломанный нос, ехидный рот, имеет протезы вместо рук, когда-то имел волосы, обладает материнскими качествами, когда-то мечтал быть как Череп – вожак Дома, внешне похож на череп*.

В двух рассмотренных нами фреймах коррелируют следующие слоты: отсутствуют руки, зеленые глаза, имеет протезы вместо рук, мечтает/когда-то мечтал быть как Череп.

Данные совпадения в сформированных в процессе чтения фреймах наталкивают читателя на то, что перед ним один и тот же персонаж, т.е. Кузнечик – это Сфинкс в детстве, и приходит понимание того, что в «Интермедии» описаны события прошлого. Уточним, что Кузнечик встречается нам только в главах «Интермедии», а Сфинкс – только в основном повествовании.

Есть основания предполагать, что разным читателям для этого требуется разное количество совпадающих слотов. Автором настоящего исследования методом интроспекции был зафиксирован момент осознания идентичности персонажей (при первом прочтении) – он произошел в главе «Сфинкс. Посещая могильник». Слиянию фреймов способствовало: (1) накопление общего количества совпадающих слотов; (2) повествование от лица Сфинкса (впервые в тексте) и введение его воспоминания: «Я, несчетное число раз смотревший в глаза забитого мальчугана, шепча: «Хочу быть как Череп»... встречаю теперь взгляд человека, намного больше похожего на череп, чем носивший когда-то эту кличку» [1. С. 193]; (3) единство места действия в смежных эпизодах (в предыдущей главе рассказывалось о пребывании в Могильнике Кузнечика).

Когда количество совпадающих слотов становится достаточным для осознания того, что перед нами один и тот же персонаж, происходит **слияние** двух фреймов.

Таким образом, в результате проведенного исследования был выявлен новый путь развития фрейма (схемы) – слияние фреймов, позволяющий дополнить классификацию П. Стоквелла.

Литература

1. Петросян М. Дом, в котором... М. : Livebook/Гаятри, 2011. 960 с.
2. Stockwell P. Cognitive Poetics: An Introduction. London : Routledge, 2000. 193 p.

DOI: 10.17223/978-5-94621-901-3-2020-27

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ И КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТОНИМИИ В РЕКЛАМНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЯХ НАУШНИКОВ

Ложкин Н.А.

Томский государственный университет, студент

VISUALIZATION OF CONCEPTUAL METAPHOR AND CONCEPTUAL METONYMY IN PRINT HEADPHONE ADS

Lozhkin N.A.

Tomsk State University, student

В статье сопоставляется визуализация концептуальной метафоры, или визуальная метафора, и концептуальной метонимии в 25 рекламных изображениях наушников и концептуальная метафора и метонимия в 20 текстах обзоров наушников. В результате этой части исследования установлено, что когнитивные механизмы, реализующиеся в рекламных изображениях, проявляются и в обзорах.

Ключевые слова: концептуальная метафора, визуальная метафора, первичная метафора, рекламные изображения, обзоры наушников

The article compares visualization of conceptual metaphor, or pictorial metaphor, and conceptual metonymy in 25 print headphone ads and conceptual metaphor and conceptual metonymy in 20 texts of headphones reviews. This part of research discovered that cognitive mechanisms observed in ads are also observed in reviews.

Key words: conceptual metaphor, pictorial metaphor, primary metaphor, print ads, headphones reviews.

Научный руководитель: К.С. Шиляев, канд. филол. наук, доцент ТГУ.