

УДК 811.112.2  
DOI 10.52452/19931778\_2021\_6\_229

## СПОСОБЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СУБЪЕКТА ВКУСОВЫХ ОЩУЩЕНИЙ (на материале немецкого языка)

© 2021 г.

*Н.Ю. Шнякина*

Омский государственный педагогический университет, Омск

zeral@list.ru

*Поступила в редакцию 09.08.2021*

Рассматриваются способы репрезентации субъекта ситуации вкусового восприятия. Посредством фреймового анализа исследуются закономерности языкового оформления знаний о нём исходя из ряда критериев: вовлечённости автора сообщения в ситуацию, фактической и грамматической активности/пассивности, выраженности/невыраженности субъекта восприятия. Показана взаимосвязь онтологических и языковых предпосылок для реализации коммуникативных задач.

*Ключевые слова:* категоризация, сенсорный опыт, категориальный узел, вкусовое восприятие, субъект познания, ситуация восприятия, манифестация перцептивного признака.

### **Введение**

Чувственный опыт человека как познающего окружающую действительность субъекта является значимой составляющей процессов категоризации и концептуализации, активно изучаемых в рамках когнитивной лингвистики. Специфика отражения данных восприятия средствами языка является одним из актуальных направлений, развиваемым в ряде работ [1–5]. Их отдельные положения, касающиеся разнообразия структур представления знаний, а также значимости чувственного опыта для формирования и функционирования единиц ментального уровня, составили теоретическую базу для настоящей статьи. Методологическую значимость для предпринимаемого исследования имеют принципы экспланаторности и антропоцентризма, описанные Е.С. Кубряковой [6, с. 35–37], а также основы фреймовой семантики, разработанные М. Мински и Ч. Филлмором [7; 8].

Ситуация приобретения сенсорной информации структурируется индивидом в соответствии с основными категориями бытия, совокупность которых образует универсальную для всех носителей языка категориальную сетку, в соответствии с которой упорядочиваются все знания человека о мире. Наиболее часто вербализуемыми категориальными координатами являются субъект, объект, познавательное действие, инструмент, пространство, время, результат [9]. Способы объективации данных об участниках и обстоятельствах ситуации познания обусловлены как их онтологической спецификой, предопределённой каналом восприятия, так и правилами вербального оформления, предписанными системой того или иного национального языка.

Настоящая статья посвящена выявлению закономерностей языковой репрезентации знаний человека о субъекте познания вкусовых характеристик материальных объектов действительности. Логика изложения предполагает рассмотрение нескольких вопросов: во-первых, какие критерии лежат в основе языковых построений, определяющих субъекта восприятия перцептивного признака и его проявления (манифестации); во-вторых, какие лексические и грамматические средства используются автором языкового сообщения для описания обусловленных этими критериями смысловых различий; в-третьих, какие факторы влияют на способ языкового оформления субъекта вкусового восприятия.

### **Характеристика методов и материала исследования**

Главным понятием, отражающим специфику используемого в статье метода, является фрейм, под которым вслед за М. Мински в работе понимаются «структуры данных для представления стереотипной ситуации» [7]. Воспринимая новую информацию, человек осознаёт и структурирует её в соответствии с типичными схемами, сформированными в процессе его жизнедеятельности. Как пишет автор теории фреймов, «человек, пытаясь познать новую для себя ситуацию или по-новому взглянуть на уже привычные вещи, выбирает из своей памяти некоторую структуру данных (образ), чтобы путём изменения в ней отдельных деталей сделать её пригодной для понимания более широкого класса явлений или процессов» [7]. Фрейм состоит из постоянных и факультативных узлов, образующих сеть, структурирующую отдельные

фрагменты знания [7]. Теория фреймов М. Мински нашла своё развитие в лингвистике, прежде всего в рамках фреймовой семантики Ч. Филлмора, понимающего фрейм как один из форматов хранения знаний, особым образом организованный ментальный конструкт, предопределяющий обработку новой информации [10].

Названные работы легли в основу развиваемой в статье концепции изучения ситуативного знания и позволили сформулировать значимые черты фрейма: во-первых, фрейм представляет собой универсальную ментальную структуру упорядочивания информации о мире; во-вторых, фрейм является своеобразным стереотипом, единицей сознания, в опоре на которую человек обрабатывает новые данные; в-третьих, структуру фрейма образуют связанные между собой категориальные узлы, отражающие различным образом вербализованные знания человека об основных участниках и обстоятельствах отражаемой в сознании ситуации.

Представленное понимание фрейма обусловило использование в работе варианта фреймового анализа, который предполагает поиск всего разнообразия языковых реализаций одного и того же категориального узла. В качестве единицы исследования выступает описывающее ситуацию вкусового восприятия высказывание, понимаемое как поверхностная реализация фрейма, которая, являясь комплексной структурой, включает в себя набор типичных для ситуации восприятия категориальных смыслов (узлов, координат). Главными из них можно считать субъекта, объект и связывающее их познавательное действие. Изучение способов объективации знаний о субъекте ситуации вкусового восприятия предполагает выявление лексических и грамматических средств выражения данной категориальной координаты в соответствии со значимыми критериями специфики осознания субъекта.

В качестве материала исследования выступают языковые фрагменты в количестве 200 единиц, выбранные из корпуса немецкого языка *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache* [11]. Преимущественно обследованию подвергаются высказывания, относящиеся к сфере повседневного общения, реализованные в популярной и научно-популярной прессе.

### Результаты исследования и их обсуждение

Анализ отобранных примеров показал, что категория «субъект» неоднозначна как с точки зрения пересечения в языковом фрагменте онтологической и грамматической (языковой) субъектности, так и с позиций присутствия или

отсутствия субъекта в рамках высказывания. В одной из работ Г.Г. Галич представлены различные формы осознания субъекта: субъект речи (автор языкового сообщения), грамматический субъект в позиции подлежащего, а также «актор»/«субъект-деятель» как одушевленное лицо, осуществляющее действие в описываемой ситуации [12, с. 36]. Кроме того, значимость для понимания форм концептуализации категориального узла «субъект» имеет работа Т.Л. Верхотуровой, в которой рассматривается категория «наблюдатель» – с одной стороны, часто описываемая как синонимичная категории «субъект», а с другой стороны, дифференцируемая относительно факта присутствия/отсутствия субъекта в языковом фрагменте [2, с. 56].

Высказанные авторами упомянутых работ соображения позволили определить две формы осознания человеком перцептивной ситуации, которые отличаются друг от друга активной или пассивной ролью субъекта: ситуация восприятия и ситуация манифестации признака. Под **ситуацией восприятия** понимается фрагмент действительности, в котором познающий субъект (автор сообщения или актер) совершает произвольное или непроизвольное действие, направленное на осознание перцептивных свойств объекта. Активная роль субъекта выражается, как правило, в субъектно-предикатных построениях: *Ich kostete von Veras Risotto und dachte für ein paar Minuten nicht ans Casino* [11]. Подобные конструкции с точки зрения их семантико-синтаксического оформления в одной из работ были названы «агентивными» или «активно-отражательными» [13, с. 20]. **Манифестация** перцептивного признака, напротив, предполагает его проявление независимо от субъекта. Языковые структуры, объективирующие подобное осмысление когнитивных действий человека, называются «экспериенсивными» или «пассивно-отражательными» [13, с. 20]. В качестве примера может выступать следующее высказывание: *Es schmeckt nach Bier* [11]. Следует отметить, что в подобных случаях субъект познания не выражен, он остаётся «за кадром», а само предложение описывает проявление перцептивного признака со стороны, как бы с позиции стороннего наблюдателя.

Ситуации восприятия и манифестации различаются согласно наличию в их основе ряда критериев. К онтологическим критериям относится дифференциация субъекта речи и субъекта ситуации, а также фактическая активность или пассивность субъекта. Языковыми критериями являются грамматическая активность или пассивность, а также выраженность или невыраженность. Представленность названных кри-

Таблица

Критерии концептуализации субъекта восприятия

Вид ситуации	Критерий 1	Критерий 2	Критерий 3	Критерий 4
Ситуация восприятия	Субъект речи / субъект ситуации	Фактическая активность	Грамматическая активность/пассивность	Языковая выраженность/невыраженность
Ситуация манифестации	Субъект речи / субъект ситуации	Фактическая активность	Грамматическая пассивность	Языковая выраженность/невыраженность

териев в перцептивных ситуациях рассматриваемого типа отражена в таблице.

**Ситуация восприятия** перцептивного признака отличается от ситуации манифестации наличием в высказывании субъекта речи или любого другого действующего лица в сочетании в глаголами познавательного действия (*probieren, kosten, schmecken, degustieren* и т.д.).

В первом случае активный субъект и говорящий совпадают, а формами объективации являются местоимения первого лица единственного и множественного числа:

– *Ich probiere einen «Rührei»-Prototypen, hergestellt aus einer Substanz, die in einer bestimmten Mungobohne vorkommt* [11];

– *Ich koste vom Brot, das fest und dunkel ist* [11];

– *Wir schmecken: Zucker, Mais, Karamell und Rauch* [11].

Во втором случае автор речи смещается в позицию наблюдателя, а в качестве активного субъекта-деятеля (актора) выступает другое лицо.

Знания об обобщенном и неопределённом субъекте восприятия реализуются посредством использования местоимений *man, jemand, einer, alle* и т.д.:

– *Beim Kosten wird klar: man schmeckt zuerst Fisch, dann macht sich plötzlich der knackige Apfel bemerkbar, dann zergeht der Wasabi-Baiser - ein völlig anderes Erlebnis* [11];

– *Hat das jemand mal probiert? Schmeckt mehr nach Hühnchen als echtes Hühnchen, keine Ahnung wie man so etwas aus Soja und Aromen herstellen kann* [11];

– *Der Moment wenn schon einer dein Essen probiert hat bevor es auf deinen Teller kommt* [11];

– *Alkohol haben fast alle probiert ... deswegen haben schon einige Teenager aus Neugier einmal an die Zigaretten gezogen* [11].

Указание на определённую группу людей осуществляется с помощью нарицательного существительного в единственном или множественном числе. В этом случае речь идёт о совокупности лиц, связанных общей деятельностью или интересами:

– *Um authentisches sevillianisches Essen zu probieren, sollte der Besucher so viele Gerichte der großen Auswahl der Bars und Restaurants wie möglich 'picar' (probieren)* [11];

– *«Viele Kunden probieren das nur einmal aus, aber kehren dann zum Altbekanntem zurück», sagt Herbert Buckenhüskes, Präsident der Gesellschaft Deutscher Lebensmitteltechnologien* [11];

– *Viele Köche probieren Gerichte zu wenig* [11].

Единичный, а значит, определённый субъект познания объективируется именами собственными, а также личными местоимениями, употребление которых определено ситуацией:

– *Nachdem Bill Gates einen Taco von Beyond Chicken probiert hatte, ließ er verlauten, er habe es für echtes Fleisch gehalten* [11];

– *Milchbauer Möller redet über seine Milch, als ob er einen Wein degustiert* [11];

– *Möchten Sie vielleicht etwas von meinem Gemüse probieren?* [11].

В контексте могут быть также представлены достаточно полные описания субъекта, содержащие дополнительную информацию о нём: *Wer den würzigen Geschmack mag, der sollte einmal eine Portion Ziegenkäse gehobelt auf Strauchtomaten, verfeinert mit Dillspitzenöl (7,80 Euro) probieren* [11].

Ситуация восприятия всегда предполагает фактическую (онтологическую) активность, которая однако в языковом плане может быть полностью утрачена ввиду использования пассивных конструкций. Способом выражения такой «псевдопассивности» (формальной пассивности) в немецком языке являются языковые конструкции, в которых субъект восприятия не выражен, а лишь подразумевается:

– *Im Schweizer Restaurant und an 14 Ständen wird gekostet, was es noch nicht in deutschen Läden gibt, z. B. Apfelsekt, Engadiner Nußtorte oder Draft Bier* [11];

– *Ein Stück ungewürzt in die Pfanne, eines gewürzt, dann wird gekostet* [11];

– *Nur der Wein, der hier degustiert wird, hat Exotenstatus, «ein echter Kreole», sagt Pierre Dijoux* [11].

**Манифестация** перцептивного признака представляет собой альтернативную ситуации восприятия форму выражения познавательного отношения между субъектом и объектом и характеризуется пассивной ролью познающего субъекта. При объективации в качестве субъекта автора речи эта «псевдопассивность» реали-

зуется с помощью личных и притяжательных местоимений первого лица:

– *Diese Medizin schmeckt mir nicht, sagt das kranke, unartige Kind zur Mutter, ich will Tropfen, die so süß wie Honig sind, – soll darauf der Arzt entlassen werden?* [11];

– *Uns schmeckte der Buttertée, den man uns anbot, an diesem Morgen nicht besonders* [11];

– *Zum großen George Dickel in Cascade Hol-low, wo der Whiskey weich und rund schmeckt und meinen Mund auskleidet wie eine zweite Schleimhaut* [11];

– *Alle paar Minuten wechselt der Geschmack in meinem Mund: venezianisches Zitronensorbet mit dem herben Aroma der Schale* [11].

В качестве действующего лица в подобных высказываниях выступает сам перцептивный признак (вкус) или объект – носитель вкуса. Это обусловлено коммуникативными факторами, связанными со смещением внимания с онтологически активных компонентов ситуации на онтологически неактивные.

Среди способов языкового обозначения субъекта-деятеля (актора) отмечаются различные по степени определённости формы. Обобщённый субъект восприятия объективируется существительным *der Mensch*, знания о групповом субъекте реализуются с помощью указания на неопределённый круг лиц:

– *Wäre doch toll, wenn man ein Gericht kochen kann, das dem Menschen schmeckt und dem Hund auch – und das nenn ich dann «Teller und Napf» oder «Löffel und Leine»* [11];

– *Die Leute teilen sich rasch in zwei Gruppen. Der ersten Gruppe schmecken die meisten Weine. Der zweiten nicht* [11].

Определённый ситуацией субъект выражается личными и притяжательными местоимениями, а также именами собственными:

– *Der Apfel schmeckt ihr sehr gut* [11];

– *Ihm schmeckte der Kaffee im Outpost, hier konnte er in Ruhe in sein Notizbuch schreiben* [11];

– *Und bei Alessia, die davon lebt, dass ihre Nudeln besser schmecken als andere* [11].

В приведённых в качестве примеров высказываниях отмечается грамматическая пассивность субъекта при его фактической активности и языковой выраженности, что связано с изменением угла зрения на описываемую ситуацию. Однако в фактическом материале отмечено достаточное количество случаев полного отсутствия какой-либо информации о субъекте познавательного действия. Внимание говорящего при этом сосредоточивается на других компонентах ситуации, которые представляются говорящему более значимыми в рамках коммуникации.

Одним из таких компонентов является объект познания, номинация которого часто помещается в позицию подлежащего:

– *Er (der Tee) schmeckte nach Honig und hatte die richtige Trinktemperatur* [11];

– *Tatsächlich, er (Gin-Tonic) schmeckt minzig und fruchtig – eigentlich viel zu schade, die so kunstvoll kreierte Aroma-Spirituose mit der Bitterlimonade zu verschneiden* [11];

– *Im Hotel gibt es jeden Abend Backfisch, der schmeckt, wie es an der Ostsee nun mal schmeckt* [11].

Кроме того, в позиции подлежащего может находиться номинация вкуса, выраженная существительным *der Geschmack*. В этом случае речь идёт об описательных конструкциях, выражающих оценочное отношение субъекта к познаваемому перцептивному признаку:

– *Und der Geschmack einer guten Baguette besteht zum großen Teil aus dem Nichts in ihrem Inneren, den Poren* [11];

– *Der Geschmack ist wirklich edel: etwas nussig, ansonsten mild. Ungewohnter sind die mürbe Schale und das weiche Fleisch* [11];

– *Aber der herzhafteste Geschmack ist tatsächlich sehr interessant für uns Barmänner* [11].

## Выводы

Закономерности языковой репрезентации знаний человека о ситуации познания вкусовых характеристик объектов действительности связаны с реализацией в высказывании ряда критериев. Среди них наличие в высказывании автора языкового сообщения или любого другого деятеля, его фактическая активность, грамматическое оформление высказывания, предполагающее возможное приобретение субъектом восприятия «псевдопассивности», а также языковая выраженность или невыраженность познающего субъекта. Неязыковые критерии, связанные с онтологией познавательных процессов, в значительной степени влияют на облик высказывания и лежат в основе коммуникативно значимых трансформаций в описываемых с помощью языка ситуациях восприятия и манифестации перцептивного признака.

Анализ материала показал, что в качестве субъекта познавательного процесса может выступать как автор языкового сообщения, так и любое другое лицо, способы объективации которого варьируются в зависимости от степени определённости/неопределённости, единичности/множественности, обобщённости/конкретности. Выражение смысловых различий осуществляется с помощью личных, притяжательных и неопределённых местоимений, нарицательных существительных и имён собственных.

Онтологически присущая любому субъекту активность (как произвольная, так и непроизвольная) может, однако, быть утрачена ввиду обусловленных ситуацией коммуникативных потребностей говорящих. Если ситуация восприятия в обязательном порядке предполагает наличие субъекта (в активной или пассивной грамматической позиции), то в ситуации манифестации возможны лишь пассивные способы реализации знаний о нём. Часто позицию подлежащего занимают наименования объекта познания или самого перцептивного признака, который объективируется в языке как самостоятельная сущность, не зависящая от познающего субъекта. Высказывания в этом случае не предполагают наличие субъекта и имеют описательный или оценочный характер, что обусловлено необходимостью концентрации внимания на других значимых для ситуации элементах.

#### Список литературы

1. Авдевина О.Ю. Категория восприятия и средства её выражения в современном русском языке: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М.: МГУ им. М.А. Шолохова, 2014. 48 с.
2. Верхотурова Т.Л. Метакатегория «наблюдатель» в научной картине мира // *Studia Linguistica Cognitiva*. Вып. 1. Язык и познание: Методологические проблемы и перспективы. М.: Гнозис, 2006. С. 45–65.
3. Колесов И.Ю. Проблемы концептуализации и языковой репрезентации зрительного восприятия (на

материале английского и русского языков). Барнаул: АлтГПУ, 2008. 354 с.

4. Кравченко А.В. Язык и восприятие: Когнитивные аспекты языковой категоризации. Иркутск: ИГУ, 2004. 206 с.
5. Лаенко Л.В. Перцептивная картина мира: миф или реальность? // Проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков. Воронеж: Наука Юнипресс, 2020. С. 69–74.
6. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология – когнитивная наука // Вопросы языкознания. 1994. № 4. С. 34–47.
7. Мински М. Фреймы для представления знаний [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=134682&p=1> (дата обращения 28.06.2018).
8. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 52–92.
9. Шнякина Н.Ю. Опыт моделирования событийного концепта (на материале вербализованной ситуации ольфакторной перцепции). М.: Флинта-Наука, 2017. 184 с.
10. Fillmore Ch.J. Frame semantics // *Linguistics in the Morning Calm*. Seoul: Hanshin, 1982. P. 111–138.
11. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dwds.de> (дата обращения 15.07.2021).
12. Галич Г.Г. Об импрессионизме в когнитивной лингвистике и интеграции методик // Когнитивные исследования языка. М.: Институт языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2019. С. 30–38.
13. Галич Г.Г. Когнитивные стратегии и языковые структуры. Омск: ОмГУ, 2011. 232 с.

## WAYS FOR REPRESENTING THE SUBJECT OF TASTE SENSATIONS IN GERMAN LANGUAGE

*N.Yu. Shnyakina*

The article is devoted to the ways of the subject's representation of the situation of gustatory perception. The paper analyzes the rules of linguistic objectification of knowledge about the subject based on a number of criteria: the involvement of the author of speech in the situation, actual and grammatical activity / passivity, presence / absence of the subject in the utterance. In the article is shown the relationship between ontological and linguistic background for the realization of communicative goals.

*Keywords:* categorization, sensory experience, categorical knot, gustatory perception, subject of cognition, situation of perception, manifestation of a perceptual sign.

#### References

1. Avdevnina O.Yu. The category of perception and the ways of its expression in modern Russian: Author's abstract of doctoral dissertation of Philology. Moscow State University for the Humanities named after M.A. Sholokhov. M., 2014. 48 p.
2. Verhoturova T.L. Metacategory «observer» in the scientific picture of the world // *Studia linguistica cognitiva*. Vol. 1. Language and cognition: methodological problems and perspectives. M.: Gnosis, 2006. P. 45–65.
3. Kolesov I.Yu. Problems of conceptualization and linguistic representation of visual perception (based on the material of English and Russian languages). Barnaul: Altai State Pedagogical University, 2008. 354 p.

4. Kravchenko A.W. Language and perception: cognitive aspects of language categorization. Irkutsk: Irkutsk State University, 2004. 206 p.
5. Laenko L.V. Perceptual picture of the world: myth or reality? // *Problems of linguistics and methods of teaching foreign languages*. Voronezh: Science Unipress, 2020. P. 69–74.
6. Kubryakova E.S. The initial stages of the formation of cognitivism: linguistics – psychology – cognitive science // *Problems of linguistics*. 1994. № 4. P. 34–47.
7. Minsky M. A Framework for representing knowledge. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=134682&p=1>. (Date of access: 28.06.2018).
8. Fillmore Ch.J. Frames and the semantics of understanding // *New in foreign linguistics*. Vol. 23. Cognitive aspects of language. Moscow: Progress, 1988. P. 52–92.

9. Shnyakina N.Yu. Experience of modeling an event concept (based on a verbalized situation of olfactory perception). Moscow: Flinta-Nauka, 2017. 184 p.

10. Fillmore Ch.J. Frame semantics // Linguistics in the morning calm. Seoul: Hanshin, 1982. P. 111–138.

11. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. URL: <https://www.dwds.de>. (Date of access: 15.07.2021).

12. Galich G.G. Impressionism in cognitive linguistics and integration of methods // Cognitive language studies. M.: Institute of Linguistics RAS; Tambov: Derzhavin Tambov State University, 2019. P. 30–38.

13. Galich G.G. Cognitive strategies and language structures. Omsk: Dostoevsky Omsk State University, 2011. 232 p.