

УДК 804.0 + 801.3

ПРОПОЗИЦІЙНО МОТИВОВАНІ ГАСТРОНІМИ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ (КОГНІТИВНО-ОНОМАСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ)

Браницька Я.В.

У сучасній когнітивній лінгвістиці найбільший інтерес для дослідників становить питання про те, яким чином когнітивне розчленування світу реальності відображається в системі мовних найменувань [4, с.37]. *Актуальність* проблеми мовної концептуалізації і категоризації визначається спрямуванням сучасного мовознавства на експлікацію в мові когнітивної здатності людини і результатів її пізнавальної діяльності. Вивчення зв'язку процесів когніції і номінації потребує використання теоретичного доробку не лише лінгвістики, а й суміжних мовознавчих галузей, які сьогодні є пріоритетними й актуальними.

Метою нашої статті є аналіз механізмів пропозиційно-диктумної мотивації гастронімів у сучасній французькій мові. *Матеріалом* дослідження послужила вибірка гастронімів, вилучених з енциклопедичних і тлумачних словників французької мови: «Petit Robert», «Petit Larousse Illustré», «Le Maxidico», а також книг із кулінарії: «Je sais cuisiner», «Je sais faire la pâtisserie», «Gratins et Soufflés» та ін. *Наукова новизна* полягає у всебічному обґрунтуванні проєкції ономасіологічних структур французьких гастронімів на концептуальні моделі, що представляють структури знань про позначене, зокрема на ядро концептів, яким є пропозиція.

При дослідженні особливостей пропозиційно-диктумної мотивації французьких гастронімів ми використовували методику когнітивно-ономасіологічного аналізу, розроблену О.О. Селівановою [6] й апробовану на матеріалі української, російської, англійської мов представниками її наукової школи (І.М. Литвин, Г.В. Кочерга, В.В. Калько, О.Я. Кресан, О.В. Шапарева та ін.). Тип мотивації встановлюється з огляду на статус активованого (-их) у структурі знань про позначене фрагмента (-ів), що вербалізуються у вигляді ономасіологічних ознак номінативної структури найменування. Структура знань прирівнюється до концептуальної моделі як ментально-психонетичного комплексу (МПК), що є різносубстратною інформаційною структурою свідомості і поєднує різні способи отримання знань: сенсорний, мисленневий, інтуїтивний тощо [6, с.112-114]. Залежно від концептуального статусу мотиватора у МПК, О.О. Селіванова виділяє такі види мотивації: пропозиційно-диктумний, асоціативно-гермінальний і модусний, а також змішану мотивацію [7, с.21].

При дослідженні мотивації французьких гастронімів ми встановили перевагу пропозиційно-диктумної мотивації у формуванні цього номінативного класу. Пропозиційно-диктумна мотивація ґрунтується на об'єктивних знаннях про позначене, що фіксується мовними одиницями із прямими значеннями. Пропозиція являє собою мисленневий аналог ситуації і характеризується істинністю і несуперечливістю [2, с.218]. У рольовій граматиці і семантичному синтаксисі вона прирівнюється до

предикатно-актантною рамки або предикатно-аргументної структури відповідно, а в термінах Ш. Баллі – до диктуму [1]. О.С. Кубрякова стверджує, що акту номінації зазвичай передусє формування із готових концептів пропозиції, яка відображає структуру знання, що потребує об'єктивації [3, с.335].

Процес активації фрагмента знань про позначуване і селекція із мотиваційної бази мотиватора, що стає ономасіологічною ознакою гастроніма, детермінується лінгвістичними, культурними, етнопсихологічними, соціальними та іншими факторами. Вибір мотивуючої ознаки з мотиваційної бази супроводжується гасінням або редукцією її елементів. Така редукція розглядається О.О. Селівановою як ономасіологічна імплікація [6, с.150]. Якщо мотиваційною базою гастронімів є концептуальний аналог ситуації приготування страви, то творення її назви опосередковане ономасіологічною імплікацією неважливих для найменування компонентів. Так, гастронім *gâteaux à la noix de coco* характеризується фіксацією в ОС двох вербалізованих компонентів: об'єкта і предикатива – й редукцією інших фрагментів мотиваційної бази, представлених у рецепті (предикатів, об'єктів, локативів, темпоратива і т. ін.): *Mélanger le sucre, la noix de coco et les jaunes d'œufs. Batre les blancs en neige assez ferme et les incorporer à la pâte. Faire des petits tas assez espacés sur du papier sulfurisé beurré. Cuire à la four doux pendant 20 minutes* [8, р.70].

Слід зазначити, що за загальним механізмом творення пропозиційно-диктуму мотивацію можна було б назвати метонімічною, оскільки у процесі номінації актуалізується концептуальний зв'язок за суміжністю між компонентами ситуації приготування. Пропозиційно мотивовані гастроніми, які є переважно складеними найменуваннями, опосередковують вибір мотиватора зі сфери об'єктивних і несуперечливих знань про способи та місце приготування, інгредієнти, їхню якість і кількість у відповідних стравах національної кухні. За суміжністю гастроніми інтегрують у своїй ономасіологічній структурі твірні основи (позначення складників ситуації) з ономасіологічним базисом, який визначається синтаксичним поєднанням ономасіологічних ознак, їхньою смисловою й формальною домінантами, позицією розташування, зумовленими типологічним аналітизмом французької мови.

Центром пропозиційних структур, на думку багатьох дослідників, є предикат, обов'язкова та факультативна валентність якого формує склад термів, що характеризують ситуацію в цілому. Предикати стають смисловим опорним компонентом ономасіологічних структур французьких гастронімів і здебільшого сполучаються з партонімічними мотиваторами (холонімами об'єктів приготування): *langue bouillie, cœur farci, rognons grillés, pieds bouillis, pieds grillés, rognons panés, tranches sucrées*. Ономасіологічна структура таких гастронімів рідко ускладнюється іншими компонентами структур диктуму, оскільки предикати приготування страви містять у своєму складі імпліковані медіативи (*blanchir, caraméliser, glacer, farcir, paner, saler, sucrer, truffer*), локативи (*griller, poêler*) і комітативи (*garnir*). Поширюється склад найменувань такого типу переважно комітативом: *biscuit roulé à la confiture, tomates farcies au riz, tomates frites aux œufs*.

За умови імплікації предиката синтаксичною домінантою ономасіологічних структур гастронімів є об'єкти, які, ускладнюючись іншими термами пропозиції, конкретизують назву страви. Найчастіше корелюють з об'єктом 1) комітативи: *biscuit aux raisins, biscuit au chocolat, moka aux amandes, veau à la crème*; 2) дестинативи як компоненти призначення страв: *sauce pour baba, sauce pour velouté, sauce pour gibier*,

crème pour choux, farce pour dinde; 3) темпоративи: *baba rapide, brioche à la minute, potage à la minute*; 4) інструментиви: *poulet à la broche*. Прагматично релевантними є маркери темпоративів, оскільки вони свідчать про швидкість приготування страви (*brioche rapide, brioche parisienne instantanée, sauce instantanée*) або про свіжість продуктів, що входять до складу страви (*filet de morue fraîche à la florentine, hareng frais farci, hareng frais à la meunière*), що є важливим для споживачів.

Одним із найпоширеніших синтаксичних супровідників об'єкта є локатив на позначення вмістилища для приготування їжі: *langue au four, foie à la casserole, foie grillé à la poêle, biscuits à la cuiller, poulet au four, poulet à la casserole, petits gâteaux en moules, truffes en papillotes*. Мотиватор-локатив у французьких назвах страв репрезентує їхнє регіональне походження (*croquets alsaciens, pains viennois, gâteau de Savoie, brioche norvégienne, gâteau auvergnant*) і місце-прототип, за яким відбувається порівняння й ототожнення способу приготування страви (*riz à l'italienne, endive à la flamand, truffes à l'espagnole, cailles à l'anglaise, biftecks à la provençale*).

Поширюють й урізноманітнюють склад найменувань французьких гастрономів якісні та кількісні характеристики, які вказують на: а) смак: *salade de champignons crus, mayonnaise poivrée, amandes salés, marinade douce, petits gâteaux fondants*; б) колір: *choux rouge, roux blond, roux brun, sauce blonde, beurre noir*; в) соматичні відчуття: *froids, chauds, chaud-froid, vin chaud, rôti froid, boeuf mode froid*; г) розмір інгредієнтів (найчастіше експлікований димінутивом): *petite gaufrette, petits pois*; д) співвідношення складових страви, відповідне квантитативам: *quatre quarts, quatre quarts au chocolat*. Для привертання уваги споживачів використовуються квалітативи з маркерами оцінки: *cake fin, gaufres fines, savarins surfin, choux soufflés, sauce diététique*. Подібні моделі гастрономів свідчать про активацію у свідомості номінаторів не лише компонентів диктуму пропозиції, а й суб'єктивної змінної, модусу, який, за Ш. Баллі, виражає «різні відтінки почуттів або волі» [1, с.211]. Слідом за О.О. Селівановою, ми не залучаємо модус до складу пропозиції, а лише встановлюємо його кореляцію з диктумом і виокремлюємо модусний тип мотивації поряд із пропозиційним. Наведені найменування страв поєднують ці типи мотивації.

Одним із різновидів пропозиційно-диктумної мотивації є гіперонімічний, який використовує знаки компонентів диктуму не з предикатно-аргументних структур, а з родових корелятивів їхніх складників (гіперонімів). У назвах страв здебільшого використовуються гастрономі базового рівня категоризації, який характеризується, на думку дослідників, можливістю відображення категорії окремим ментальним образом, де члени категорії сприймаються за загальними рисами і тому швидко ідентифікуються і потребують використання однорідної системи дій з боку людини та [5, с.163]. У таких назвах конкретизація гіпоніму відбувається лише у тексті рецепту: *farce pour poissons* (poissons: merlan або colin), *farce pour viande* (viande de porc), *sauce de champignons* (champignons: champignon de couche ou bolet). Іноді у назвах страв поряд із гіперонімом указано можливі варіанти гіпонімів або найбільш переважний із них: *farce pour dinde, farce pour faisán, farces pour volailles: pigeon, poulet, oie*. Натомість у назвах страв із риби здебільшого відбувається конкретизація виду: *brochet rôti, carpe frite, lotte au gratin, saumon grillé, colin rôti, dorade au gratin* тощо.

Підводячи підсумки, слід відзначити, що пропозиційно-диктумна мотивація французьких гастрономів має два основні різновиди: предикатно-аргументний та гіперонімічний – і демонструє широкі можливості способів представлення конкретної

ситуації приготування їжі, вербалізовані предикатами і їхніми термами в ономасіологічних структурах назв страв. Перспективи дослідження цього типу мотивації на матеріалі різних мов дають змогу поглибити наші знання про когнітивні механізми номінації в свідомості різних етносів.

Список літератури

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. – М.: Изд-во иностр. лит., 1955. – 476 с.
2. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. – М.: Изд-во УРСС, 2000. – 242 с.
3. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. академия наук. Ин-т языкознания. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
4. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1997. – 327 с.
5. Лакофф Дж. Когнитивное моделирование // Язык и интеллект. – М.: Прогресс, 1996. – 416 с.
6. Селиванова Е.А. Когнитивная ономазиология. – К.: Фитосоциоцентр, 2000. – 248 с.
7. Селиванова О.О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти). – К.–Черкаси: Брама, 2004. – 276 с.
8. Mathiot G. Je sais faire la Pâtisserie. – Paris: Editions Albin Michel, 1938. – 377 p.
9. Rosch E., Simpson C., Miller R.S. Structural bases of typicality effects // Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance. – 1976. – №2. – P. 491-502.

Поступила до редакції 14.04.2006 р.