

DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-4-74-95

УДК 811.161.1



Научная статья | Русский язык. Языки народов России

КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕМПОРАЛЬНЫХ СМЫСЛОВ В РЕКЛАМНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ

Е.Е. Меньшикова

Обоснование. *Статья посвящена исследованию когнитивных механизмов формирования темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе. Значение работы обусловлено соответственностью с современными лингвистическими исследованиями, направленными на изучение языковой семантики в ее взаимосвязи с когнитивными структурами. Время, обладая многокомпонентной структурой, в настоящее время позиционируется как атрибут человеческой деятельности, феномен бытия человека, однако наблюдается недостаточная изученность интерпретирующего потенциала времени, что актуализирует проблему данной работы.*

Цель. *Определить когнитивные механизмы темпоральной организации рекламного туристического нарратива.*

Материалы и методы. *В качестве материала исследования использовались языковые единицы различных уровней, полученные методом сплошной выборки из аутентичных текстов рекламного туристического нарратива сети Интернет. Для достижения цели и решения поставленных задач в работе использовались следующие методы исследования и приемы анализа: метод анализа и синтеза теоретического материала; метод сплошной выборки; описательный метод; метод контекстуального анализа; метод когнитивного моделирования.*

Результаты. *Результаты исследования показали, что основными когнитивными механизмами формирования и интерпретации темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе*

ве выступают фокусирование, профилирование, перспективизация, концептуальная метафора. Рассматриваются когнитивные модели структурирования темпоральных смыслов, источником которых выступают вышеуказанные когнитивные механизмы.

Область применения результатов. *Результаты исследования могут быть использованы при разработке вузовских курсов лекций и семинаров по общему языкознанию, лексикологии, когнитивной лингвистике.*

Ключевые слова: *рекламный туристический нарратив; когнитивные механизмы; темпоральные смыслы; фокусирование; профилирование; перспективизация; концептуальная метафора*

Для цитирования. *Меньшикова Е.Е. Когнитивные механизмы формирования темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе // Современные исследования социальных проблем. 2023. Т. 15, № 4. С. 74-95. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-4-74-95*

Original article | Russian Language. Languages of the Peoples of Russia

COGNITIVE MECHANISMS OF FORMATION OF TEMPORAL MEANINGS IN THE ADVERTISING TOURIST NARRATIVE

E.E. Menshikova

Background. *The article considers cognitive mechanisms of the formation of the temporal meanings in the advertising tourist narrative. Relevance of the study is determined by its correlation with modern linguistic research aimed at studying linguistic semantics in its relationship with cognitive structures. Having a multicomponent structure, time is currently positioned as an attribute of human activity and also as a phenomenon of human existence. However, there is insufficient study of the interpretive potential of time, which makes research topic relevant.*

Purpose. *The research purpose is as follows: to determine the cognitive mechanisms of the temporal organization of the advertising tourist narrative.*

Materials and methods. *Language units of various levels were used for the study, obtained from authentic online texts of advertising tourist narrative. The main research methods include analysis and synthesis of theoretical material, the continuous sampling method, descriptive method, contextual analysis method as well as cognitive modeling method.*

Results. *The results have shown that the main cognitive mechanisms of formation and interpretation of temporal meanings in the advertising tourist narrative include focusing, profiling, perspectivization, conceptual metaphor. Cognitive models of structuring temporal meanings, the source of which are the cognitive mechanisms outlined above, are considered.*

Practical implications. *The research results can be used in the development of courses on general linguistics, lexicology and cognitive linguistics.*

Keywords: *advertising tourist narrative; cognitive mechanisms; temporal meanings; focusing; profiling; perspectivization; metaphor*

For citation. *Menshikova E.E. Cognitive Mechanisms of Formation of Temporal Meanings in the Advertising Tourist Narrative. Sovremennye Issledovaniya Sotsialnykh Problem [Modern Studies of Social Issues], 2023, vol. 15, no. 4, pp. 74-95. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-4-74-95*

Введение

Актуальность работы определяется тем, что она выполнена в русле современных когнитивных исследований в рамках антропоцентрического подхода к изучению языковых явлений, который позволяет рассматривать язык как средство вербализации мысли и средство интерпретации этой мысли. Антропоцентрическая сущность языка является сегодня одной из теоретических аксиом языкознания и предполагает, как отмечает Н.Н. Болдырев, «что человек не воспроизводит в готовом виде языковые значения и формы, а формирует смыслы и выбирает средства их реализации заново в каждом конкретном акте коммуникации» [4, с. 53].

Исследование феномена времени как одной из основных категорий мироздания и мировосприятия актуализируется возможностью данной категории интерпретировать действительность. В свете когнитивных исследований проблема обоснования категории тем-

поральности как продукта взаимодействия языка и сознания, речи и мышления представляется важной. Рассмотрение когнитивных механизмов, лежащих в основе формирования темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе, актуально и в силу их прагматического потенциала, т.е. актуализации апеллятивности и воздействия на потенциального реципиента текста. Необходимость изучения когнитивных и языковых механизмов формирования темпоральных смыслов в текстах различного типа также актуализирует проблему данной работы.

Таким образом, актуальность работы обусловлена её связью с когнитивной лингвистикой как современным научным направлением, с антропоцентрической сущностью языка, а также с необходимостью рассматривать языковые явления в их тесной взаимосвязи с концептуализацией и интерпретацией.

Теоретическая база исследования

В качестве базы для проведения исследования послужили основные положения когнитивной лингвистики [3; 4; 5; 6; 12; 14], антропологические концепции времени [2; 10; 13; 23], ряд работ, посвященных исследованию темпоральности и темпоральных смыслов [7; 8; 9; 11], теория когнитивной семантики [31; 32], теория когнитивной грамматики [27-30].

Новизна исследования

Научная новизна работы заключается в том, что впервые в рекламном туристическом нарративе определены когнитивные механизмы формирования и интерпретации темпоральных смыслов, а также когнитивные модели структурирования темпоральных смыслов.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – определить когнитивные механизмы темпоральной организации рекламного туристического нарратива. Цель работы потребовала решение следующих задач: 1) рассмотреть ключевые концепции антропологической и лингвистической

интерпретации времени; 2) выявить и описать когнитивные механизмы формирования темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе; 3) рассмотреть когнитивные модели структурирования темпоральных смыслов.

Материалы и методы

Практическим материалом для исследования послужили тексты рекламного туристического нарратива сети Интернет. Для достижения цели и решения поставленных задач в работе использовались следующие методы исследования и приемы анализа: метод анализа и синтеза теоретического материала; метод сплошной выборки; описательный метод; метод контекстуального анализа; метод когнитивного моделирования.

Результаты и обсуждение

Антропологические концепции времени

Несмотря на разночтения в толкованиях времени в рамках антропологической парадигмы, ученых объединяет указание на определяющую роль человека в темпорализации бытия. Одной из основополагающих вех на пути антропологической концептуализации проблемы времени является концепция немецкого философа И. Канта, который внес значительный вклад в создание субъективной теории времени. Учёный подчеркивает, что время не возникает из чувственного опыта, оно не есть и нечто объективное и реальное, не зависящее от познающего субъекта, оно не субстанция, не акциденция, не отношение, а «субъективное условие, по природе человеческого ума необходимое для координации между собой всего чувственно воспринимаемого по определенному закону» [13, с. 400]. И. Кант, таким образом, рассматривал категории пространства и времени априорным условием и формами организации чувственного опыта человека.

Субъективную линию понимания времени продолжил французский философ и психолог А. Бергсон, который определяет время понятиями качества и разнородности, а пространство – понятиями

количества и однородности. Время, согласно учёному, характеризуется единством качественно разнородных состояний, время (в отличие от пространственного его понимания) есть длительность и процесс непрерывного становления [2]. Как отмечает Д.В. Гарбузов, «по А. Бергсону взаимопроективные отношения между временем и пространством постоянно воспроизводят ситуацию подмены понимания реального бытия его символическими и воображаемыми моделями [10, с. 19]. Таким образом, А. Бергсон (в отличие от И. Канта) рассматривал время как опыт длительности, а не пространство непосредственно переживаемое.

Об антропоцентричности времени писал немецкий философ М. Хайдеггер, который рассматривал человека как сущее, имеющее собственное отношение к бытию, которое обладает возможностью вопрошания бытия [23, с. 7]. Экзистенциальная антропология Хайдеггера делает акцент на анализе непосредственно-чувственной жизни и реальной ситуации, в которой находятся индивиды. Время и человек не могут, по мнению немецкого философа, рассматриваться по отдельности: «Времени нет без Человека» [Там же, с. 93]. М. Хайдеггер интерпретировал время как возможный горизонт всякого понимания бытия-вообще и выдвинул предположение о темпоральном характере человеческого разума: время должно рассматриваться антропологически, но и человек должен определяться через время – темпорологически.

Интерес представляет современная антропоцентрическая концепция времени Д.В. Гарбузова, в которой время рассматривается как «фундаментальный элемент человеческого существования», как «событие осуществления бытия», оно может быть обнаружено только «в существовании человека»: «вне человека времени не существует» [10, с. 12]. Автором выделены базовые принципы антропоцентрической интерпретации феномена времени: время как единый феномен не разлагается на внешнюю и внутреннюю, субъективную и объективную стороны; его смысл связан с событийной сферой осуществления бытия; оно в сущностном смысле обладает экзистенциальной природой [Там же, с. 10-11].

Таким образом, вышеизложенные точки зрения интерпретируют время как сущность бытия человека и как способ интерпретации мира человеком. По мнению О.В. Бронниковой, время, являясь объективно существующей реальностью, проявляется, в «субъективности (т.е. в понимании того, что время есть сущность бытия, способ понимания и интерпретации действительности) и объектности (т.е. времени как объекта интерпретации человеком)» [9, с. 7].

Категория времени в лингвистической науке

Анализ научной литературы показал, что в лингвистической науке ученые оперируют как понятием времени, так и понятием темпоральности. Отмечается, например, что «категория темпоральности включает в себя и грамматические, и лексические средства выражения временных отношений, а следовательно, она по объему больше категории времени» [18, с. 148]. Другими словами, темпоральность показывает соотносительность текста с временным планом настоящего, прошедшего или будущего и служит для временной локализации событий относительно точки отсчета.

В лингвистике рассмотрением категорий времени и темпоральности занимаются представители разных направлений. Так, например, в традиционном толковании под грамматическим временем понимают некоторую систему временных форм, которая «выражает отношение действия к моменту речи» [11, с. 7].

Функциональная грамматика рассматривает категорию времени в рамках описания способов и средств выражения мысли, в формулировании принципов ее построения и базируется на понятии функционально-семантического поля, под которым понимается содержательно-формальное единство, формируемое морфологическими и синтаксическими языком совместно с лексическими, лексико-грамматическими, словообразовательными элементами [7]. Темпоральность здесь понимается как «семантическая категория, отражающая восприятие и осмысление человеком времени обозначаемых ситуаций и их элементов по отношению к моменту речи говорящего или иной точке отсчета [8, с. 5]. Темпоральность, таким образом, выступает лингвистическим аспектом категории времени.

Отличительными особенностями функционально-грамматического направления являются, например, учет контекста и ситуации общения, соотнесенность репрезентируемой ситуации с моментом говорения, исследование языка в его реальном употреблении.

Категории темпоральности в рамках когнитивного направления исследуются в рамках языковой концептуализации времени, где указывается взаимосвязь и взаимовлияние пространственных и пространственно-временных представлений, изучается роль лексических и грамматических средств объективации времени в интерпретации темпоральных смыслов. Представители данного подхода указывают на то, что познание и восприятие времени закодировано с помощью языка и это объясняет разность понимания временных отношениях в разных культурах по-своему, а следовательно, «исследование языковых темпоральных структур позволяет объективировать ментальные формы и постичь концептуализацию мира человеческим сознанием и психикой» [14, с. 52].

В нашей работе доминантным является циклическое время, что связано с природными представлениями о времени, с природно-календарными циклами, т.е. с объективным делением временных отрезков на сезонный и суточный виды регламентации циклического времени (утро, день, вечер, ночь, рассвет, восход, закат (солнца), сумерки, зима, лето, осень, весна и т.д.).

Когнитивные механизмы формирования темпоральных смыслов

В нашей работе темпоральный смысл определяется как выраженная определенными языковыми средствами актуальная ценность/ значимость времени для реципиента текста рекламного туристического нарратива. Интерпретация рассматривается как мыслительная операция, направленная на получение нового знания, как «когнитивная активность, в которой особая роль отводится оценочным и, шире, модусным концептам и языковым категориям, а также другим схемам языковой интерпретации» [5, с. 11]. Когнитивные механизмы понимаются как представления «о способах структурирования, концептуализации конкретных объектов и абстрактных сущностей,

т.е. выступают в качестве механизмов формирования конкретных смыслов, которые и репрезентируются в языке с участием определенных языковых механизмов» [6, с. 7].

Анализ иллюстративного материала показал, что основными когнитивными аттенциональными механизмами формирования темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе выступают фокусирование, профилирование, перспективизация, концептуальная метафора. Заметим, что в исследовательских целях в данной работе мы рассматриваем механизмы фокусирования, профилирования и перспективизации отдельно, тогда как в текстах рекламного туристического нарратива они являются взаимосвязанными и взаимодополняемыми и могут быть задействованы одновременно.

Следует отметить, что когнитивные механизмы участвуют в организации концептуального содержания на разных уровнях функционирования языковой системы, а способами репрезентации когнитивных механизмов могут быть, например, номинации, словообразовательные единицы, синтаксические конструкции и т.д. [6, с. 9]. Это позволяет говорить об уровневой специфике когнитивных механизмов: лексический уровень (уровень эмпирического познания), морфологический уровень (уровень понятийного осмысления), синтаксический уровень (уровень вторичного осмысления) [15; 16]. Обратимся к рассмотрению когнитивных механизмов формирования темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе.

Фокусирование. Фокусирование связано с концентрацией и распределением внимания при концептуализации объекта, явления, события и традиционно понимается как повышение уровня выделенности (значимости, важности, заметности) / салиентности (*salience*) «фигуры» на «фоне», которое происходит за счет высвечивания различных признаков объекта или субъекта и их введения в фокус внимания наблюдателя [28; 31; 32]. При этом, как отмечает Н.Н. Болдырев, фокусирование «может быть направлено на различные компоненты независимо от их значимости и позволяет, таким образом, активизировать... любые элементы знания» [3, с. 30]. Когнитивный механизм фокусирования относится к механизмам лексического уровня, где сло-

во как основная единица номинации приписывает объекту (явлению, событию, ситуации) семантически значимое и акцентирующее внимание свойство (признак, характеристику), помещая его в позицию фокуса, при этом выражение профилирует (как правило) определенную часть своего ближайшего концептуального диапазона [30, с. 66].

Специфика когнитивного механизма фокусирования при формировании темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе заключается в выделении в первичный фокус конкретного временного элемента явления, события, ситуации и т.д. Например, в тексте рекламного туристического нарратива «Рассвет у Тихого океана – закат у Охотского моря» концептуализируется и актуализируется суточная регламентация циклического времени – рассвет/закат, выделяя и помещая в фокус внимания (и в аспект перспективизации) различные физические временные отрезки (полное прохождение через линию горизонта или вниз через линию горизонта), что отражает связь времени и пространства, а также присутствие событийного сюжета: *... рассвет... пройдёте по космическому черному песку, нырнёте в дикие горячие источники, подниметесь на сопки, откроете секреты вулканов... солнце утром выныривает из океана, а вечером погружается в Охотское море... мы окажемся у берега ревущего Тихого океана... Вы поприветствуете солнце, прогуляетесь по черному песку... полюбуемся закатом и понаблюдаем, как солнце медленно опускается в воды Охотского моря* [21].

Профилирование. Механизм профилирования предполагает выделение конкретного участка в пределах соответствующей когнитивной области, т.е. высвечивание релевантных аспектов концептуального содержания, которые рассматриваются в качестве фигуры, и их выдвижение на первый план – фон. Посредством выделения фигуры на основе фона акцентируются доминантные признаки (характеристики) оцениваемого объекта концептуализации [27; 28; 31]. Данные характеристики называются профилированием по терминологии Р. Лэнекера [28], который, конкретизируя идею оппозиции «фигуры»/«фона» Л. Тэлми [31], выдвигает теорию репрезентации знаний в терминах «профиль»/«profile» (то, что определенная язы-

ковая единица выделяет в концептуальном содержании объекта/предмета, ситуации, событии), «база»/«base» (ближайшее концептуальное окружение, фон для профилируемых языковой единицей концептуальных элементов), «домен»/«domain» (дальнее/широкое, более абстрактное концептуальное окружение, т.е. все концептуальное содержание, которое потенциально может активизировать определенная языковая единица) [28].

Профилирование в формировании темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе направлено на то, чтобы реципиент текста воспринимал (оперировал) не отдельными или многочисленными однотипными семантическими признаками, а образами (профилями), что в потенциале предполагается возможность оценивать и сравнивать различные концептуальные сферы, проводить между ними аналогии в конкретных метафорических контекстах, а также в полных (стандартных) или реализованных (усеченных) сравнительных конструкциях. Так, например, в тексте рекламного туристического нарратива «Точка заката» (Asiklar Tepesi) схема действия профилирования актуализируется наличием концептуального содержания и концептуальной базы, на основании которой профилируется характеристика (профиль – рассвет): ... *настельные тона окрашивают небо в самые прекрасные утренние цвета, это настоящий восторг... рано утром... восход солнца... открывается невероятный вид... красное небо освещает пейзаж... виды прекрасны и невероятно живописны... небо усеяно сказочными дымовыми трубами... балконы выглядят как голубиные норы... солнце лениво пробивается над регионом... теплое небо на восходе солнца... острые горные хребты окрашиваются в розовые оттенки* [19]. Являясь механизмом конкретизирующего характера, профилирование в вышеуказанном примере концентрирует внимание на конкретной области концептуального содержания и высвечивает актуальные характеристики данной области. Опираясь на интерпретивно-оценочный уровень осмысления, профилирование выделяет/высвечивает на общем фоне конкретные смыслы (фигуры) [17], в результате чего появляется новое концептуальное значение [9].

Перспективизация. В общем смысле перспективизация трактуется как отношения между концептуализаторами (viewers) и обозреваемой ситуацией (situation being viewed) [30], т.е. механизм перспективизации обеспечивает ментальное конструирование объекта, его ментального образа, перспективы [12; 27; 30]. Механизм перспективизации понимается в работе, вслед за О.В. Магировской, как механизм выстраивания траектории концептуального содержания от определенной точки отсчета до концептуальной завершенности [17]. В данном исследовании мы рассматриваем перспективизацию как часть процесса конструирования и акцентируем внимание на связи перспективизации с когнитивными понятиями салиентности и аттенциональности.

Перспективизация в формировании темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе как когнитивный процесс направлена на поэтапное конструирование объекта (ситуации, явления и т.д.) под определённым углом зрения. Отметим при этом, что темпоральные смыслы в процессе перспективизации определяются наличием фиксированной точки отсчёта благодаря эпистемическим основаниям. Например, в тексте рекламного туристического нарратива «Где и когда лучше отдыхать в России?» схема действия перспективизации актуализируется эпистемическим уровнем – «Что?», практическим уровнем – «Как?» и собственно практикой: *Пляжный сезон в России; Бархатный сезон; Круизный сезон; Горнолыжный сезон; Оздоровительный сезон; Деловой сезон; Пора праздников и фестивалей; Грибной сезон; Сезон рыбалки в России; Сезон охоты; Россия весной; Россия летом; Россия осенью; Россия зимой.* В тексте концептуализируется сезонная регламентация циклического времени, где темпоральная точка отсчёта контекстуализирует нарратив, выводит на первый план конкретное время, чем создает диапазон концептуального содержания [27]. Концептуальный диапазон устанавливает связи и отношения между частями вышеуказанного текста рекламного туристического нарратива (как в максимальном, так и непосредственном диапазоне). Так, например, номинация «*Бархатный сезон*» актуализирует только конкретную область, соответствующую

определенному отрезку времени, выражая при этом пропозициональную структуру события: *Бархатный сезон в России на Чёрном море. Растянуть удовольствие пляжного отдыха... Солнечные лучи нежно греют кожу... тёплый ветер задорно играет с волосами... море, нагревшись за жаркое лето, не спешит отдавать тепло... Температура воды в первые три недели сентября (стабильный срок бархатного сезона) колеблется около +20 °С. +23 °С... [22].*

Концептуальная метафора. Теория концептуальной метафоры как одного из основных механизмов концептуализации мира подробно описана в работах Д. Лакоффа и М. Джонсона и сводится к следующей идее: метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний – когнитивной структуры «источника» (source domain) и когнитивной структуры «цели» (target domain) [24-26]. Другими словами, «концептуальной метафорой называется устойчивое соответствие между областью источника и областью цели, зафиксированное в языковой и культурной традиции общества» [1, с. 11]. Как инструмент познания, категоризации, объяснения и восприятия мира концептуальная метафора является результатом мыслительной деятельности индивида, устанавливает не только связи между концептами, но и способна создавать новое концептуальное пространство.

Исследование показало, что концептуальная метафора в формировании темпоральных смыслов в рекламном туристическом нарративе актуализирует темпоральные смыслы концепта «Время» посредством частных лексических и грамматических концептов («Событие», «Момент», «Прошлое», «Настоящее», «Будущее»). Как отмечает О.В. Бронникова, концепт «Время» «представляет собой модусный метаконцепт, обладающий кластерной многокомпонентной структурой и интерпретирующим потенциалом» [9, с. 24].

В метафорических конструкциях в рекламном туристическом нарративе концептуализируется окружающий мир, что наиболее ярко прослеживается в репрезентации сезонных явлений природы, т.е. в регулярно повторяющихся временных изменениях в окружающей среде. Так, например, в тексте рекламного туристического нарратива «Когда ехать на Байкал» (и в указанных сносках) мета-

форически (зачастую антропоморфно) актуализируется темпоральный смысл зимних, весенних, летних и осенних явлений в живой и неживой природе: *И зимой, и летом, и весной, и золотой осенью... Ветры Байкала... местные и гастролеры... Байкал зимой... бело-голубые наплески замерзшей воды на скалах придают наряду озера особую строгость и изысканность... Байкал начинает преобразоваться, готовясь к зимнему сну... С марта приходит юная весна... Первые яркие краски весны... Байкал меняет свой зимний торжественный наряд... пробуждение природы... Розовый туман подлесков... в контрасте с голубым небом... весна передает временное право царствования природой лету... Байкал летом... солнце лета успевает щедро одарить своих подопечных бронзовым загаром... солнечное сияние Байкала... Туманы на Байкале... ползут прямо над холодной поверхностью воды. Часто выходят на берег и захватывают пространство суши... Погода на Байкале – знатная хулиганка... ветры на Байкале тоже часто шалят... сарма может дать жару... колоритно выглядит растительность... некоторые деревья приобретают ноги... [20].* В данном тексте осуществляется сопряжение прогноза языкового характера с фактами действительности, а темпоральный смысл определяется языковыми средствами, что потенциально может быть актуальным (ценностным, значимым) для реципиента текста рекламного туристического нарратива.

Таким образом, настоящее исследование показало, что в основе когнитивных процессов категоризации и концептуализации объектов реального мира в плане формирования темпоральных смыслов лежат такие основные когнитивные механизмы, как фокусирование, профилирование, перспективизация, концептуальная метафора. Когнитивной основой данных механизмов вторичной репрезентации являются перцептивно выделяемые и чувственно воспринимаемые признаки объектов живой и неживой природы.

Заключение

Обобщением полученных результатов работы являются следующие выводы. В качестве исследовательской цели автором была

определена попытка определить когнитивные механизмы темпоральной организации рекламного туристического нарратива. Изучение научной литературы показало, что время антропологически интерпретируется как сущность бытия человека и как способ интерпретации мира человеком, а лингвистическая наука оперирует как понятием времени, так и понятием темпоральности, которая служит для временной локализации событий относительно точки отсчета. В исследовании мы связали темпоральную организацию рекламного туристического нарратива с циклическим временем (с объективным делением временных отрезков на сезонный и суточный виды регламентации циклического времени). Выделенные когнитивные механизмы формирования темпоральных смыслов (фокусирование, профилирование, перспективизация, концептуальная метафора) выполняют потенциально актуальную роль в структуре текста рекламного туристического нарратива, поскольку способствуют созданию цельности и связности текста, обладают салиентностью, эстетической и аксиологической ценностью, прагматической целесообразностью.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы автор видит в расширении исследуемого материала. Актуальным, в частности, является изучение принципов построения перспективы, стратегий, тактик и приёмов, перспективизации в аспекте формирования темпоральных смыслов. Важным представляется рассмотрение концептуального сравнения как когнитивного механизма вторичной репрезентации мира в языке, выявление области эталона и области объекта сравнения в плане темпоральных смыслов.

Список литературы

1. Баранов А.Н. Предисловие редактора // Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём. М.: Едиториал УРСС, 2004. С. 7-21.
2. Бергсон А. Творческая эволюция. Материя и память / Пер. с фр. М. Булгакова, А Баулер, Б.С Банковского, В. Флеровой, И. Гольденберга. Минск: ООО «Харвест», 1999. 1408 с.

3. Болдырев Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С. 18-36.
4. Болдырев Н.Н. Интерпретирующая функция языка как проявление его антропоцентрической природы // Теоретическая семантика и идеографическая лексикография: эволюция интерпретаций. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. С. 53-57. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/78637/1/978-5-7525-2992-4_20_2014.pdf (дата обращения: 12.09.2023).
5. Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: Издательский Дом ЯСК, 2018. 480 с.
6. Болдырев Н.Н., Маховикова Д.В. Лексический способ концептуализации времени в современном английском языке // Вопросы когнитивной лингвистики. 2012. № 2. С. 5-15.
7. Бондарко А.В. Принципы функциональной грамматики и вопросы аспектологии. Л.: Наука: Ленингр. отделение, 1983. 208 с.
8. Бондарко А.В. Вступительные замечания // Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность. Л.: Наука, 1990. С. 5-10.
9. Бронникова О.В. Модусный метаконцепт ВРЕМЯ/TIME в русском и английском языках: на материале данных национальных корпусов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2017. 25 с. URL: <https://diss.utmn.ru/upload/iblock/846/Avtoreferat-Bronnikova.pdf> (дата обращения: 23.06.2023).
10. Гарбузов Д.В. Антропологическая концепция времени: Автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Волгоград, 2011. 50 с. URL: http://www.chronos.msu.ru/old/RREPORTS/garbuzov_antropology.pdf (дата обращения: 03.08.2023).
11. Гильфанова Д.Р. Темпоральность художественного текста на материале английского и татарского языков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2005. 21 с. URL: https://new-dissert.ru/_avtoreferats/01002750547.pdf (дата обращения: 06.09.2023).
12. Ирисханова О.К. Игры фокуса в языке. Семантика, синтаксис и прагматика дефокусирования. М.: Языки славянской культуры, 2014. 320 с.

13. Кант И. Сочинения в шести томах / Пер. с нем. Б.А. Фохта. Под общ. ред. В.Ф. Асмуса. А.В. Гулыги, Т.И. Ойзермана. Москва: Изд-во «Мысль», 1964. Т. 2. 511 с. URL: <http://tlf.msk.ru/school/kant/kant2.htm> (дата обращения: 25.06.2023).
14. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
15. Магировская О.В. Особенности концептуализации и категоризации мира в рамках когнитивной деятельности наблюдателя // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. 2008. Вып. 23. № 21(122). С. 105-113.
16. Магировская О.В. Репрезентация субъекта познания в языке: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Тамбов, 2009. 39 с. URL: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01004659117.pdf (дата обращения: 05.08.2023).
17. Магировская О.В. Универсальные когнитивные механизмы дискурсивной организации знания // Когнитивные исследования языка. 2016. Вып. 24. С. 451-453.
18. Синкевич Д.А. Категория темпоральности в лингвофилософском освещении // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 7(188). С. 148-152.
19. Туристическая компания Es Geo. 8 самых невероятных мест для заката и восхода солнца в Каппадокии. URL: http://esgeo.ru/blog/8_samykh_neverojatnykh_mest_dlja_zakata_i_voskhoda_solnca_v_kappadokii/2022-01-30-955 (дата обращения: 23.09.2023).
20. Туристическая компания ООО «Байкал Аян». Когда ехать на Байкал. Времена года, особенности погоды и доступные развлечения. URL: <https://baikal-ayan.ru/chetyre-sezona-na-baykale> (дата обращения: 27.09.2023).
21. Туристический сервис онлайн-бронирования экскурсий Tripster. Рассвет у Тихого океана – закат у Охотского моря. URL: <https://experience.tripster.ru/experience/32008/> (дата обращения: 22.09.2023).
22. Туристическая компания Тур-Календарь. Где и когда лучше отдыхать в России? URL: <https://www.turcalendar.ru/rossia/> (дата обращения: 29.08.2023).

23. Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. / Составление, перевод, вступительная статья, комментарии, указатели В.В. Библихина. М.: Республика, 1993. 447 с.
24. Lakoff G. The Contemporary Theory of metaphor // *Metaphor and Thought*. Cambridge University Press, 1993, pp. 202-251. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>
25. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980, 256 p.
26. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. New York: Basic Books, 1999, 624 p. URL: https://ia801209.us.archive.org/3/items/PhilosophyInTheFlesh/Philosophy_In_The_Flesh.pdf (дата обращения: 05.09.2023).
27. Langacker R.W. *Foundations of Cognitive Grammar: Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press, 1987, vol. 1, 540 p.
28. Langacker R.W. *Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar*. Berlin & New York: Mouton de Gruyter, 1991, 395 p.
29. Langacker R.W. *Discourse in Cognitive Grammar // Cognitive Linguistics*, 2001, vol. 12(2), pp. 143-188.
30. Langacker R.W. *Cognitive Grammar. A Basic Introduction*. Oxford University Press, 2008, 562 p.
31. Talmy L. *Figure and Ground in Complex Sentences // Working Papers on Language Universals*, 1978, pp. 627-649.
32. Talmy L. *Toward a Cognitive Semantics*. Cambridge. MA: MIT Press, 2000, 549 p.

References

1. Baranov A.N. Predislovie redaktora [The editor's preface]. *Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafori, kotorymi my zhivem* [Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2004, pp. 7-21.
2. Bergson A. *Tvorcheskaya evolyutsiya. Materiya i pamyat'* [Creative Evolution. Matter and memory]. Minsk: OOO «Kharvest» Publ., 1999, 1408 p.
3. Boldyrev N.N. Kontseptual'noe prostranstvo kognitivnoy lingvistiki [Conceptual space of cognitive linguistics]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki* [Problems of Cognitive Linguistics], 2004, no. 1, pp. 18-36.

4. Boldyrev N.N. Interpretiruyushchaya funktsiya yazyka kak proyavlenie ego antropotsentricheskoy prirody [Interpreting space knowledge as manifestation of anthropocentric nature of language]. *Teoreticheskaya semantika i ideograficheskaya leksikografiya: evolyutsiya interpretatsiy* [The Theoretical Semantics and Ideographic Lexicography: The Evolution of Interpretations]. Moscow; Yekaterinburg: Kabinetnyy uchenyy Publ., 2014, pp. 53-57. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/78637/1/978-5-7525-2992-4_20_2014.pdf (accessed September 12, 2023).
5. Boldyrev N.N. *Yazyk i sistema znaniy. Kognitivnaya teoriya yazyka* [Language and the system of knowledge. A cognitive theory of language]. Moscow: YaSK Publ., 2018, 480 p.
6. Boldyrev N.N., Makhovikova D.V. Leksicheskiy sposob kontseptualizatsii vremeni v sovremennom angliyskom yazyke [Lexical conceptualization of time in modern English]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], 2012, no. 2, pp. 5-15.
7. Bondarko A.V. *Printsipy funktsional'noy grammatiki i voprosy aspektologii* [The principles of functional grammar and the aspectology problems]. Leningrad: Nauka Publ.: Leningr. otdelenie, 1983, 208 p.
8. Bondarko A.V. Vstupitel'nye zamechaniya [Introductory remarks]. *Teoriya funktsional'noy grammatiki. Temporal'nost'. Modal'nost'* [Theory of Functional Grammar: Temporality. Modality]. Leningrad: Nauka Publ., 1990, pp. 5-10.
9. Bronnikova O.V. *Modusnyy metakontsept VREMYa/TIME v russkom i angliyskom yazykakh: na materiale dannykh natsional'nykh korpusov* [Modus metaconcept of TIME in the Russian and English languages: based on the data from national corpora]. Abstract of PhD dissertation. Tyumen, 2017, 25 p. URL: <https://diss.utmn.ru/upload/iblock/846/Avtoreferat-Bronnikova.pdf> (accessed June 23, 2023).
10. Garbuzov D.V. *Antropologicheskaya kontseptsiya vremeni* [The anthropological concept of time]. Abstract of PhD dissertation. Volgograd, 2011, 50 p. URL: http://www.chronos.msu.ru/old/RREPORTS/garbuzov_antropology.pdf (accessed August 03, 2023).
11. Gil'fanova D.R. *Temporal'nost' khudozhestvennogo teksta na materiale ang-liyskogo i tatarskogo yazykov* [The temporality of literary

- texts (based on the English and Tatar languages]. Abstract of PhD dissertation. Tyumen, 2005, 21 p. URL: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01002750547.pdf (accessed September 06, 2023).
12. Iriskhanova O.K. *Igry fokusa v yazyke. Semantika, sintaksis i pragmatika defokusirovaniya* [Focus games in the language: semantics, syntax and pragmatics of defocusing]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2014, 320 p.
 13. Kant I. *Sochineniya v shesti tomakh* [Collected works in 6 volumes]. Moscow: Mysl' Publ., 1964, vol. 2, 511 p. URL: <http://tlf.msk.ru/school/kant/kant2.htm> (accessed June 25, 2023).
 14. Kubryakova E.S. *Yazyk i znanie: Na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and knowledge: Towards knowledge of the language: part of speech from a cognitive perspective. The role of language in the knowledge of the world]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2004, 560 p.
 15. Magirovskaya O.V. Osobennosti kontseptualizatsii i kategorizatsii mira v ramkakh kognitivnoy deyatel'nosti nablyudatelya [Features of conceptualization and categorization of the world within cognitive activity of the observer]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2008, issue 23, no. 21(122), pp. 105-113.
 16. Magirovskaya O.V. *Reprezentatsiya subjekta poznaniya v yazyke* [Representation of the subject of knowledge in the language]. Abstract of PhD dissertation. Tambov, 2009, 39 p. URL: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01004659117.pdf (accessed August 05, 2023).
 17. Magirovskaya O.V. Universal'nye kognitivnye mekhanizmy diskursivnoy organizatsii znaniya [Universal cognitive mechanisms of discursive knowledge organization]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive Studies of Language], 2016, issue 24, pp. 451-453.
 18. Sinkevich D.A. Kategoriya temporal'nosti v lingvofilosofskom osveshchenii [Category of temporality in linguo-philosophical light]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2009, №. 7(188), pp. 148-152.

19. Travel agency Es Geo. URL: http://esgeo.ru/blog/8_samykh_neverojatnykh_mest_dlja_zakata_i_voskhoda_solnca_v_kappadokii/2022-01-30-955 (accessed September 23, 2023).
20. Travel agency Baikal-Ayan. URL: <https://baikal-ayan.ru/chetyre-sezona-na-baykale> (accessed September 27, 2023).
21. Travel agency Tripster. URL: <https://experience.tripster.ru/experience/32008/> (accessed September 22, 2023).
22. Travel agency TurCalendar. URL: <https://www.turcalendar.ru/rossia/> (accessed October 08, 2023).
23. Khaydegger M. *Vremya i bytie: stat'i i vystupleniya* [Time and Being: Articles and Speeches]. Moscow: Respublika Publ., 1993, 447 p.
24. Lakoff G. The Contemporary Theory of metaphor. *Metaphor and Thought*. Cambridge University Press, 1993, pp. 202-251. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173865.013>
25. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980, 256 p.
26. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. New York: Basic Books, 1999, 624 p. URL: https://ia801209.us.archive.org/3/items/PhilosophyInTheFlesh/Philosophy_In_The_Flesh.pdf (accessed September 05, 2023).
27. Langacker R.W. *Foundations of Cognitive Grammar: Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press, 1987, vol. 1, 540 p.
28. Langacker R.W. *Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar*. Berlin & New York: Mouton de Gruyter, 1991, 395 p.
29. Langacker R.W. Discourse in Cognitive Grammar. *Cognitive Linguistics*, 2001, vol. 12(2), pp. 143-188.
30. Langacker R.W. *Cognitive Grammar. A Basic Introduction*. Oxford University Press, 2008, 562 p.
31. Talmy L. Figure and Ground in Complex Sentences. *Working Papers on Language Universals*. Stanford, 1978, pp. 627-649. DOI:10.3765/bls.v1i0.2322
32. Talmy L. *Toward a Cognitive Semantics*. Cambridge. MA: MIT Press, 2000, 549 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Меньшикова Екатерина Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков для профессиональных целей

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Байкальский государственный университет»

*ул. Ленина, 11, г. Иркутск, 664003, Российская Федерация
canoe@list.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Ekaterina E. Men'shikova, Associate Professor of the Foreign Languages Department for Professional Purposes, PhD in Linguistics
Baikal State University

11, Lenin Str., 664003, Irkutsk, Russian Federation

canoe@list.ru

SPIN-code: 7939-4420

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8410-3223>

Поступила 31.10.2023

После рецензирования 18.11.2023

Принята 25.11.2023

Received 31.10.2023

Revised 18.11.2023

Accepted 25.11.2023