

*На правах рукописи*

ВИЛЬЧИКОВА

Екатерина Владимировна

КОГНИТИВНЫЕ ОСНОВЫ ИКОНИЧЕСКОГО КОДИРОВАНИЯ  
В МЕДИАДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО  
И НИДЕРЛАНДСКОГО ЯЗЫКОВ)

Специальность 10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Кемерово 2013

Работа выполнена на кафедре английской филологии № 1 федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет».

**Научный руководитель:** доктор филол. наук, профессор Рябова Марина Юрьевна, зав. кафедрой английской филологии № 1 федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет».

**Официальные оппоненты:**

Проскурин Сергей Геннадьевич, доктор филол. наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Новосибирский государственный технический университет», профессор кафедры иностранных языков гуманитарного факультета;

Антипов Александр Геннадьевич, доктор филол. наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет», профессор кафедры стилистики и риторики;

**Ведущая организация:**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Иркутский государственный лингвистический университет».

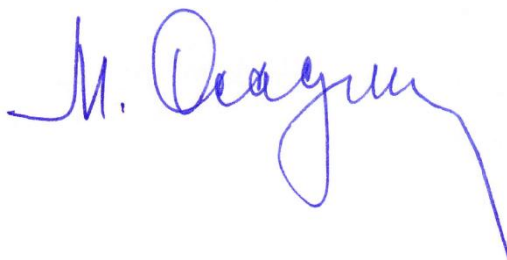
Защита состоится 03 апреля 2013 г. в 10.00 на заседании диссертационного совета Д212.088.01 в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет» по адресу: 650043, Кемерово, ул. Красная, 6.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Кемеровского государственного университета.

Автореферат разослан \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Ученый секретарь

диссертационного совета



М. А. Осадчий

В современной науке актуальна проблема интерпретации языка как особого рода знаковой системы, организующейся по законам естественного семиозиса, особенности которого до сих пор требуют уточнения и осмысления. Знаковая система – это информационная система, имеющая определенный когнитивный потенциал. В последнее время исследователей все чаще привлекает тема иконичности языка. Когнитивный подход к описанию иконичности составляет фокус диссертационного исследования.

**Актуальность настоящего исследования** заключается в необходимости системного описания иконических принципов языкового означивания в аспекте когнитивного анализа организации дискурса, в частности медийного дискурса, ограниченного материалом новостных текстов современной английской и нидерландской прессы.

В данное время в науке, на наш взгляд, отсутствует системное комплексное описание проявления иконичности на разных уровнях языковой организации. Как правило, исследователи обращаются только к одному или нескольким уровням, например, К. Я. Сигал (1997) или Т. Givon (1995). Анализ иконичности на разных языковых уровнях содержится в работах бельгийско-голландской лингвистической школы У. Де Каупере (2008) и В. Ван Лангендонка (1995), однако в их исследованиях не объясняется специфика дискурсов различных типов, что не позволяет судить об особенностях иконических принципов означивания в определенном дискурсе.

В работе предпринята попытка по возможности всесторонне исследовать явление иконичности на разных уровнях организации языковых единиц, основываясь на материале медиадискурса современного английского и нидерландского языков. Системное описание иконичности будет способствовать более глубокому пониманию организации медиадискурса и его влияния на реципиента.

Исследование принципов иконического функционирования языковых знаков в пространстве медиакommunikации позволило сформулировать **научную гипотезу** о том, что в основе иконического означивания лежит еди-

ный принцип когнитивного кодирования реальности – механизм подобия как фундаментальная когнитивная процедура ассоциативной памяти человека.

**Объектом данного исследования** является иконический принцип языкового функционирования в медиадискурсе современной прессы.

**Предметом исследования** являются языковые единицы и средства английского и нидерландского языков, участвующие в организации иконического кодирования медиадискурса.

**Цель исследования** состоит в описании когнитивных механизмов иконического кодирования в дискурсе современных медиа (на материале английского и нидерландского языков).

В соответствии с поставленной целью решаются следующие **задачи**:

- 1) критический обзор существующих учений о знаковой природе языка;
- 2) описание принципов иконизма на разных уровнях языка;
- 3) анализ иконических языковых средств медийного дискурса;
- 4) определение когнитивной обусловленности иконизма;
- 5) выявление наиболее частотных форм организации иконического означивания;
- 6) описание функционирования принципов иконического означивания в дискурсе прессы новостных жанров (современного английского и нидерландского языков).

**Теоретическая база исследования** представлена следующими работами: 1) в области семиотического подхода к языку: исследования Ч. С. Пирса (1983, 1999, 2000), Ф. де Соссюра (1977, 1990), Ч. У. Морриса (1983, 2005), Р. Якобсона (1983, 2005), Р. Барта (2000), Ж. Дерриды (2000), Л. Ельмслева (2000), У. Эко (1998); Ю. М. Лотмана (2001), Дж. Хаймана (1985), Т. Гивона (1985), Вяч. Вс. Иванова (1998), Г. И. Почепцова (1998, 2009), Ю. С. Степанова (1983), А. В. Кравченко (1999, 2001); К. Я. Сигала (1997) и др.; 2) в области когнитивного описания языка: исследования У. Крофта (2004), Е. С. Кубряковой (1994), И. В. Рогозиной (2003), Л. Де Каупере (2008), В. Ван

Лангендонка (1995), О. Фишер (2007) и др.; 3) в области теории дискурса: исследования Т. Ван Дейка (1989, 1998), Г. М. Костюшкиной (2003), Н. Д. Арутюновой (1990), М. Стаббса (1983), Д. Шиффрин (1994) и др.

**Материалом исследования** послужили печатные и электронные СМИ, такие как «The Time Magazine», «The Economist», «Newsweek», «De Knack», «Elsevier», а также корпуса медиатекстов и корпуса современного английского и нидерландского языков, такие как «British National Corpus», «Time Magazine», «Corpus of Contemporary American English», «Het 27 Miljoen Woorden Krantencorpus 1995 (27MWK)», «Het 38 Miljoen Woorden Corpus 1996 (38MWC)». Язык прессы был выбран в качестве объекта исследования принципов иконизма, так как, во-первых, он имеет тенденцию максимально приближать текст к реальности, т. е. иконически её кодировать, и, во-вторых, он отражает самое современное состояние языка.

**Методы исследования** определяются комплексным характером изучаемого материала и включают следующие: общенаучный гипотетико-дедуктивный метод, метод лингвистического описания, сравнительно-сопоставительный метод, фреймовый анализ, корпусный анализ и элементы количественного анализа. В работе были использованы когнитивный и структурный подходы.

**Научная новизна исследования**, очевидно, состоит в систематизации описанных иконических средств языкового кодирования на материале современного медиадискурса на основе когнитивной интерпретации механизмов означивания. К новым результатам, полученным автором работы, можно отнести:

- 1) выявление в языке на основе единого иконического механизма подобия комплекса более частных когнитивных процедур;
- 2) частные когнитивные процедуры объединяют: ментальные замены по линии маркированность / немаркированность, иерархизацию, большее / меньшее количество;

- 3) выявление функционирования принципа близости в медиадискурсе современного языка;
- 4) выявление функционирования принципа последовательного порядка в синтаксической организации медиадискурса;
- 5) выявление функционирования принципа распределения внимания на синтаксическом и супraseгментном (графическом) уровне.

Таким образом, новизна данного исследования определяется тем фактом, что были получены дополнительные доказательства, подтверждающие наличие выявленной предшественниками фундаментальной когнитивной базы иконического принципа означивания, в качестве которой выступает механизм ассоциативной памяти человека.

Результаты проведенного исследования отражаются в основных **положениях, выносимых на защиту:**

1. Объективная действительность в медиадискурсе кодируется иконически, в силу действия общего когнитивного закона экономии усилия, так как изоморфный действительности опыт легче хранить и декодировать.
2. Основной когнитивной структурой, использующейся в медиадискурсе, является медиафрейм.
3. Фонологическая организация медиафрейма строится по иконическому принципу ассоциативной памяти человека, целью которого является воздействие на реципиента на психоакустическом уровне.
4. Иконичность медиафрейма на морфологическом уровне ниже, чем на других уровнях языковой организации, что обусловлено стремлением к минимальному маркированию медиатекста в целях сохранения объективной картины мира и в силу закона экономии ментального усилия.
5. Наибольшая концентрация иконических структур содержится на лексическом, синтаксическом и суперсегментном уровнях.
6. Лексический иконизм может проявляться в использовании метафорических структур, позволяющих создать в сознании реципиента более эмоциональный образ, который легче декодируется реципиентом.

7. Синтаксический иконизм медиафрейма строится в соответствии с тремя основными принципами: близости, количества и последовательного порядка, в основе которых соответственно лежат следующие когнитивные предпосылки: формальное расстояние между лингвистическими элементами соответствует концептуальному расстоянию между ними, более крупное по размеру или значимости понятие требует большего кодирующего материала, порядок элементов в физической действительности отражает порядок элементов в языковой структуре.

8. Иконические принципы наиболее эксплицитно проявляют себя на супraseгментном, графическом уровне языка. Когнитивным основанием использования графических иконических средств является копирование объективной действительности, кодирование и декодирование информации наиболее точным и доступным для восприятия способом.

9. Медиафрейм интернет-дискурса отличается от медиафрейма печатного дискурса большей концентрацией графических средств иконизации и тем самым обладает большей степенью наглядности.

**Практическая значимость исследования** заключается в возможности использовать результаты работы в учебно-методических пособиях и курсах по филологии, психологии, журналистике и семиотике.

**Теоретическая значимость** работы состоит в том, что данное исследование вносит вклад в развитие теории когнитивного моделирования, раскрывая когнитивный механизм иконического кодирования в языке, описывая наиболее распространенные иконические средства и формы языка в структуре медийного дискурса. Теоретическая значимость работы определяется также и тем, что выявленные в работе средства иконизации на материале современного медиадискурса могут быть спроецированы для описания семиотической модели других типов дискурсов.

**Апробация работы.** Данное исследование прошло апробацию на заседании кафедры английской филологии № 1 факультета романо-германской филологии Кемеровского государственного университета, на XVII Междуна-

родной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2010» (Москва, 2010 г.), доклад на тему «Фонологические принципы иконизма (на примере английского языка)»; XVIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2011» (Москва, 2011 г.), доклад на тему «Семиотический подход к анализу медиатекста: иконическое кодирование реальности (на примере англоязычной и нидерландскоязычной прессы)»; VI (XXXVIII) Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых "Образование, наука, инновации - вклад молодых исследователей" (Кемерово, 2011 г.), доклад на тему «Иконическая структура медиафрейма (на примере англоязычной и нидерландскоязычной прессы)», на семинарских занятиях аспирантов Кемеровского государственного университета. Основные положения диссертационной работы отражены в 8 публикациях, в том числе в 2 статьях в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ: «Эволюция теории знака в зарубежной и российской лингвистике» («Вестник Читинского государственного университета», № 5 (62), 2010) и «Иконичность в медиадискурсе (графический уровень)» («Вестник Кемеровского государственного университета», №1 (53), 2013).

Работа имеет следующую **структуру**: введение, три главы, выводы по главам, заключение и приложения. Общий объем диссертации – 205 страниц (основной текст – 181 страница). К тексту работы прилагается список использованной литературы, а также список использованного иллюстративного материала.



## Основное содержание работы

Во **введении** обосновывается выбор темы работы, определяются цели и задачи исследования, проводится обзор литературы по тематике исследования, объясняется актуальность и научная новизна исследования, а также рассматривается практическая и теоретическая значимость работы, методология исследования и используемый материал, формулируются основные положения, выносимые на защиту; во введении также содержится информации об апробации работы, ее объеме и структуре.

В **первой главе «Иконические принципы семиозиса в языке»** проводится исторический обзор различных теорий знака в зарубежной и советско-российской лингвистике, описывается традиционная трихотомия знаков Ч. С. Пирса: икона – знак по сходству, индекс – знак, имеющий реальную связь с обозначаемым им предметом, символ – конвенциональный знак, рассматриваются основные признаки иконичности в языке.

Любой язык в какой-то степени иконичен, т. е. имеет сходство с описываемой им реальностью. Иконичность языкового знака подразумевает воспроизведение образа обозначаемого им предмета или отношений между субъектами. Язык кодирует объективную действительность на основе принципов иконизации. Процесс иконизации основан на глубоких нейробиологических, когнитивных и коммуникативных принципах, как то: механизм подобия, сходства, аналогии, ассоциативной памяти, подражания, распределения внимания, ментальных усилий и приоритетного означивания, механизм иерархизации. В соответствии с иконическим принципом структура реальности или некая ее часть диаграммно отражаются в языке. Языковая структура оказывается изоморфна опыту объективной действительности.

Иконичность прослеживается на различных уровнях: в фонологии, морфологии, словообразовании, процессах номинации и синтаксисе, а также на супрасегментном уровне: в графическом оформлении текста.

Существует прямой и косвенный фонологический иконизм, прямой бывает нелексическим и лексическим, а косвенный – ассоциативным и фонетическим. На морфологическом уровне иконизм проявляется в маркированности / немаркированности форм, иерархизации иконического кодирования. Чем сложнее семантическая категория, тем больший кодирующий материал для нее используется. В словообразовании иконизм проявляется в основном в формах звукоподражательных слов, аффиксации, супплетивизме. Различные виды тропов (метафора, аллегория, олицетворение) являются иконически обусловленными способами выражения образности на лексическом уровне. Синтаксический иконизм выражается, главным образом, в принципе количества, близости и последовательного порядка. Когнитивными основаниями принципов являются сфера распределения внимания, ментального усилия, приоритетного означивания; механизм ассоциативной памяти человека и диаграммное отражение реальности соответственно. На графическом уровне иконизм проявляется в цвете, шрифте и местоположении текста на странице.

**Вторая глава «Когнитивная природа иконических знаков»** посвящена когнитивной лингвистике и пониманию иконичности в рамках данного направления. В ней рассматриваются основные понятия и методы когнитивной лингвистики и проводится критический обзор когнитивных исследований иконичности.

В рамках когнитивной лингвистики иконичность рассматривается с точки зрения изоморфизма и мотивированности. Метаиконический принцип («иконический императив»), согласно которому изоморфный код легче хранить, восстанавливать и передавать, управляет всеми отношениями иконического / изоморфного кодирования. Иконические структуры более адаптированы к процессу коммуникации и репрезентации, поскольку представляют собой концептуальную рамку мысли.

Лингвистическая иконичность представляет собой выражение языковой когниции, поскольку язык концептуализирует уже само наблюдение.

Иконичность зависит от языка и языковой когниции: язык концептуализирует хронологический порядок событий с целью создания языкового выражения этого порядка, и точно так же он концептуализирует порядок, отличный от хронологического. Иконичность не ограничивается формальными свойствами языка. Иконичность оказывается отнюдь не примитивной формой использования языка, напротив, это сложная форма создания языка. Иконичность может мотивировать создание лингвистических инноваций.

Принципы иконизма проявляются с различной степенью генерализации и транспарентности. Метаиконический принцип управляет всеми отношениями иконического / изоморфного кодирования в биологических организмах. Роль экономии ментальных усилий в работе этого принципа достаточно прозрачна. Частные принципы иконизма опосредуют различные процессы в грамматике языка: чем менее предсказуема информация, тем больший кодирующий материал используется для ее репрезентации в языке; первоочередное обращение к важной и срочной информации; чем более важен опыт для организма или культуры в плане прагматических, адаптивных и насущных потребностей, тем более четко он закодирован в языке.

Наиболее очевидно иконичность проявляется на уровне репрезентации объекта или концепта. Она также ярко проявляется, хотя и в меньшей степени, на уровне пропозициональной семантики, которая кодирует события и состояния. Наименее очевидным и наиболее абстрактным образом иконичность присутствует на уровне синтаксиса, кодирующего дискурсивно-прагматическую функцию.

Проявлением иконичности является также иерархическое построение сцены, согласно которому более маркированный по какому-либо признаку элемент имеет более высокий ранг, чем менее маркированный. Если вступают в действие два или более признаков, то иерархия определяется установками / желанием говорящего.

База иконических знаков естественного языка заложена в сфере анатомии и физиологии человека и обусловлена действием наиболее общих ког-

нитивных принципов – принципа соответствия структуре мира и принципа экономии. Иконичность позволяет легко кодировать / декодировать информацию, что способствует лучшему и более быстрому пониманию.

В третьей главе «Средства иконического кодирования в медиадискурсе современного английского и нидерландского языков» представлен анализ медиадискурса английского и нидерландского языков с позиции проявления иконичности на разных уровнях языковой организации, от фонологического уровня до графического оформления текста.

Медиадискурс является особым типом дискурса, представляющим собой совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия. Единицей медиадискурса является медиатекст, который, в отличие от обычного текста, содержит дополнительные невербальные знаки: графические символы в печатных СМИ, звуковой ряд на радио, видеоряд на телевидении.

Медиатексты в печатных СМИ представляют собой медиафрейм – структуру, включающую в себя как вербальные, так и невербальные компоненты.

На фонологическом уровне иконическими средствами кодирования являются такие приемы, как ономотопея, аллитерация, ассонанс, фонетическая аллюзия и фонетическая редукция.

Ономатопея, или звукоподражание, – в английском языке довольно распространенное явление, включающее в себя различные лексико-грамматические категории. В классификации С. В. Воронина (1967, 2005) существует три основных класса психоакустических явлений: пульс (Pulses), непульс (Nonpulses) и диссонанс (Dissonances):

- 1) Пульсы (т. е. ономатопы, характеризующие внезапный громкий звук, такой как хлопанье, стук и т. п.).

Например, *tap, tick, clap, plop, glog*.

- 2) Непульсы (т. е. ономатопы, характеризующие продолжительный звук с тоном).

Например, *tink, zonk, ting, tong*.

3) Диссонансы (т. е. ономатопы, характеризующие вибрирующий звук).

Например, *chirr, whirr, flurr*.

Соотношение пульсов, не-пульсов и диссонансов в медиадискурсе наглядно иллюстрирует статья «A tsar is born» («Родился царь»), напечатанная в номере 26/27 журнала «The Time Magazine» за 2007 год.

А) «*The veins on his forehead seem ready to pop*».

«*This is the reason why everybody is made to believe, like, it's O.K. to pinch the Russians somewhat*».

«*Despite a chorus from disapproving clucks from the West, Putin has shackled the press, muted the opposition, jailed tycoons who don't pledge fealty*» (пульсы, передают значение некоего импульса, кратковременного активного действия).

Б) «*But more important, he wants free rein inside Russia, without foreign interference, to run the political system as he sees fit, to use whatever force he needs to quiet seething outlying republics, to exert influence over Russia's former Soviet neighbours*».

«*Yeltsin bombed his way out of the threat of civil war and managed to hang on to power, but Russia was left hobbled*» (не-пульсы, передающие более продолжительное и интенсивное действие).

В) «*The Russian President's brusqueness is jarring*» (диссонанс, передающий вибрирующий звук).

Наиболее часто в медиадискурсе, по проведенным наблюдениям, встречаются пульсы (около 50% от всего числа ономатопов), что связано, судя по всему, с информативным характером дискурса, которому присуще изображение четких кратковременных направленных действий. Следом за пульсами по распространенности идут непульсы (33,3%), а за ними – диссонансы (16,7%).

Аллитерация частотна в заголовках, подзаголовках и подписях к фотографиям в англоязычной прессе, ассонанс более характерен для нидерландскоязычной прессы, он часто встречается вместе с аллитерацией:

«Hear that hissing sound?».

«Watching and waiting»; «France in flames»; «Heading home»; «Burning bright»; «Makeshift morgue»».

«De straat tegen de staat». («Улица против государства»); «Kosten vergrijzing blijven stijgen». («Цены на содержание в домах престарелых растут»).

Фонетическая аллюзия и фонетическая редукция не так частотны, они способствуют созданию определенной образной когнитивной модели у реципиента. Примеры фонетической аллюзии, или паронимической замены: «Butter or worse» вместо «better or worse», «Meating of minds» вместо «Meeting of minds», где по принципу иконического подобия моделируется известная фонетическая структура фразеологической единицы. Когнитивный механизм фонетической аллюзии – уподобление. Фонетическая редукция присутствует в медиафрейме с целью передачи неких личностных, психологических, социальных и др. особенностей того или иного героя. Например:

«Just like a Soviet officer, dammit!» – слова российского чиновника, характеризующие его вкупе с описанием непрезентабельной внешности и некорректного поведения как грубоватого человека, вполне типичного представителя самой большой в мире страны в понимании автора статьи.

На морфологическом уровне иконичность проявляется в маркированности / немаркированности форм. Для выявления степени иконичности текста был произведен анализ корпусов медиатекстов на английском и нидерландском языке. Параметры для анализа были выбраны на основе 8-го (самого важного) признака маркированности, выделенного Дж. Гринбергом и заключающегося в том, что общая маркированность обратно пропорциональна частоте (в тексте).

Медиатексты в основном не маркированы на морфологическом уровне. Во-первых, в среднем формы единственного числа в англоязычных медиатекстах частотнее форм множественного в 3 раза, т. е. иконичность в данном случае нулевая. Во-вторых, имена собственные используются в англоязычных медиатекстах в среднем в 3,22 раза реже, чем имена нарицательные. В-третьих, превалируют прилагательные в положительной степени, характеризующие нейтральный, описательный стиль повествования. В англоязычных медиатекстах их в среднем 93,67%, в нидерландскоязычных – свыше 97%. Минимальное маркирование, судя по всему, связано со спецификой медиадискурса, направленного на создание, или как минимум имитацию, как можно более точной и объективной картины мира.

Иконичность на лексическом уровне проявляется наиболее отчетливо в метафорических образах. Целью использования метафоры в медиатексте является создание яркого и эмоционального иконического образа в сознании реципиента. Наиболее частотно метафоры используются в очерках, политических и экономических медиатекстах – в особенности в речи героев или эмоциональном описании характеров персонажей, местности и т. п.

Например, в статье «Sunrise for renewable energy?» в № 8456 журнала «The Economist» за 2005 год очень интересно используется метафора – метафорический образ вводится в первом предложении, разворачивается во втором и раскрывается в третьем:

*«A spectacular sea snake has been spotted slithering around Scotland's northern waters. Though it is fiery red in colour, and some 100 meters in length, the wreathing beastie has not sent the locals of Orkney running for the hills. That is because it is actually an innovative new device designed to produce electricity by capturing energy from the ocean's waves».*

Новая разработка для производства электричества из океанских волн сравнивается с огромным морским змеем, скользющим по водам, омывающим север Шотландии. В первом предложении создается впечатление, что морской змей – реальное существо, которое недавно было замечено недалеко

от берега, что, несомненно, должно вызвать интерес и, возможно, страх у реципиента. Во втором образ получает дополнительные детали: цвет (*fiery red*) и размер (*100 meters in length*), что делает образ в сознании реципиента еще ярче и страшнее, достигается определенная кульминация образа, но в то же время во второй части второго предложения накал снимается за счет заявления о том, что животное не напугало местных жителей (*the wreathing beastie has not sent the locals of Orkney running for the hills*). Секрет раскрывается в третьем предложении, где объясняется, что это вовсе не морской змей, а новейшая техническая разработка. В этом предложении реципиенту становится понятно, что морской змей – не что иное, как метафора.

Подобный прием имеет целью привлечь внимание реципиента к теме статьи, возбудить интерес. Метафора в данном случае основана на внешнем сходстве по форме. Яркий образ надолго отпечатывается в сознании реципиента, его использование в статье о новых источниках электроэнергии позволяет закрепить новую информацию посредством эмоциональной вовлеченности реципиента.

На синтаксическом уровне действуют следующие принципы иконического кодирования – принцип количества, согласно которому менее предсказуемая и более важная информация требует большего кодирующего материала; принцип близости, подразделяющийся на два субпринципа - когезии и смежности; принцип последовательного порядка.

Согласно принципу количества, менее предсказуемая для интерпретатора информация должна иметь более подробное и определенное разъяснение, в связи с чем ей присваивается больше единиц кода, чем какой-либо другой. В основном этот принцип реализуется при объяснении каких-либо незнакомых слов или явлений, реалий, не характерных для интерпретаторов данной среды и т. п. Например, в статье об азиатской культуре «*A Cultural Grand Salaam*» («Культурное великолепие Востока») в журнале «*The Time Magazine*» за 2004 год присутствуют некоторые понятия, имеющие отношение к чисто индийским реалиям и, следовательно, требующие объяснения:



«*At S.O.B.'s in New York City, Rekha Malhorta, a.k.a. DJ Rekha, plays bhangra, a cool fusion of electronic dance and hip-hop beats with traditional Indian folk sounds*».

В нидерландскоязычной прессе подобные единицы, как правило, выделяются и графически. Например, при помощи курсива:

«*Maar ze accepteerden het wel en waren aanwezig bij Mariannes nikah (islamitisch huwelijk) met Tas*». («Но они это приняли и присутствовали на *nikah* (исламской свадьбе) Марианны с Тасом»).

Более важная информация иконически оформляется, как правило, посредством приложений, как и менее предсказуемая информация, а также при помощи опущения актанта в пассивном залоге или же составных именных сказуемых. Например, в предложении «*Diana – celebrity, tabloid princess, mater dolorosa of the pop and fashion scene – was, if nothing else, the perfect idol for our times*» приложения являются важной частью в понимании смысла предложения, они содержат объяснение того факта, что принцесса Диана была идиолом нашего времени, характеризуют её с разных сторон, а графическое выделение акцентирует внимание читателя именно на этой части предложения.

Опущение актанта пассивного залога происходит в том случае, если его роль не имеет особого значения, а внимание акцентируется только на субъекте предложения и его предикате:

«*Many of the insurgents fighting in Fallujah are believed to be former members of Saddam's Republican Guard and intelligence services, to whom an Iraqi unit comprised of members of the old army and run by a familiar commander may appear to be a friendly force*».

Составные именные сказуемые несут в себе основную информацию, содержащуюся в предложении, и размером кода привлекают к ней внимание:

«*And again, complex, not simple, carbs are the best way to maintain an even keel when it comes to both appetite and mood*».

Принцип близости реализуется в близком расположении концептуально связанных друг с другом понятий. Дж. Хайман определил, что формальное расстояние между лингвистическими элементами не только соответствует концептуальному расстоянию между ними, но и, кроме того, оно мотивировано, т. е. определено, концептуальным расстоянием.

Согласно Л. Де Каупере, помимо выделенного Т. Гивоном принципа близости (*the proximity principle*), который Де Каупере называет принципом когезии (*the cohesion principle*), существует еще принцип смежности (*the adjacency principle*), выражающийся в двух субпринципах:

- 1) первый предполагает, что два компонента, составляющие одно целое по смыслу, и формально будут расположены друг за другом;
- 2) второй близок к первому, отличие заключается лишь в том, что здесь присутствует определенная направленность: один компонент функционирует как определяющее слово конструкции, а другой служит его атрибутом, модификатором.

По принципу смежности располагаются морфологические операторы и придаточные предложения в составе сложноподчиненного. Особенно важен принцип смежности в сложноподчинённых предложениях с придаточными разных типов, где только близость их расположения к определяемой единице и позволяет понять смысл:

«Members of the US-appointed Governing Council threatened to quit, a whole battalion of newly minted Iraqi soldiers under US command refused to fight and the US diplomat *on whom the British administration is relying to author a political formula for the hand-over of partial sovereignty in June* warned *that further military action would imperil his best efforts*».

Принцип смежности, по признанию многих ученых, связан с прототипическим говорящим. По мнению В. ван Лангендонка (1995), то, что ближе к прототипическому говорящему в литературном или метафорическом смысле, упоминается в первую очередь, особенно в бессоюзных или сочинительных конструкциях. Это касается временных и пространственных союзов, таких

как «*here and there*», «*this and that*», «*now and then*», «*sooner or later*» и т. д., и качественных характеристик, таких как «*tall and short*», «*big and small*», «*thick and thin*», «*high and low*» и т. д.

Формами выражения принципа последовательного порядка (представленного наиболее эксплицитно) являются: прямой порядок слов; грамматическая инверсия в вопросительных предложениях (кроме вопросов к подлежащему и зависящему от него определению), при передаче слов автора в предложениях с прямой речью, в предложениях, начинающихся с наречий места, в конструкциях с «*there*» с глаголами существования (в англоязычных медиатекстах), движения или изменения ситуации и в конструкциях типа «*So do I*», выражающих значение наличия того же признака или выполнения аналогичного действия (в англоязычных медиатекстах), эмфатическая инверсия; темпоральный порядок; приоритетный порядок следования (по значимости, полу, возрасту или в зависимости от ситуации); порядок «причина – следствие»; порядок «следствие – причина»; индуктивный порядок следования (от частного к общему) и обратный ему дедуктивный порядок следования (от общего к частному). Когнитивной основой данного принципа является последовательность событий в объективной действительности. Все данные принципы строго соблюдаются, но функционирование их неоднородно.

Прямой порядок слов (SPO), за некоторыми исключениями, обязателен для утвердительных и отрицательных предложений в английском языке. Когнитивно он указывает на первостепенную важность субъекта по отношению к объекту, на который направлено действие субъекта. Местоположение остальных членов предложения более факультативно и определяется другими принципами иконизма (например, близости):

«*Pointing to the shelves of religious texts along one roughly whitewashed wall, he says: "I will take a holy book and read it"*».

Грамматическая и эмфатическая инверсия в английском языке служит целью выделить субъект предложения путем постановки его в позицию ремы и встречается с разной степенью частотности. Из анализа языкового мате-

риала явственно следует, что наиболее распространённым типом инверсии в дискурсе прессы английского языка являются конструкции с «there» (31,54%), за ними следуют вопросительные конструкции (28,46%). На третьем месте по распространённости – инверсия при передаче слов автора в предложениях с прямой речью (28,08%). Остальные типы инверсии употребляются значительно реже: эмфатическая – 6,15%, конструкции типа «So do I» – 4,62% и, наконец, конструкции с «here» – 1,15%.

Для нидерландского языка также характерен порядок слов SPO, однако при наличии обстоятельства времени на первом месте в предложении субъект перемещается, оставляя предикат на фиксированном втором и образуя таким образом грамматическую инверсию:

*«Ooit was u die blanke god met de zwarte stembanden».* («Когда-то вы были белым богом с черными голосовыми связками»).

Иконически грамматическая инверсия в нидерландскоязычных медиа-текстах отражает первостепенную значимость обстоятельства времени для реципиента.

Темпоральный порядок следования отражает временную последовательность событий в действительности. Как правило, ему строго следуют биографические описания, исторические статьи. При наличии нескольких отрезков времени описание начинают с самого раннего:

*«It comes three weeks after the Marines first went in to punish those responsible for killing and mutilating four U.S. private security men, and 10 days after the first attempt at a cease-fire brokered by local leaders that required the insurgents to turn over their heavy weapons».*

Приоритетный порядок следования определяет расположение однородных актантов или объектов в предложении. Приоритетность того или иного актанта определяется когнитивными установками говорящего или данной ситуацией. Например, приоритет может определяться социальным статусом (*president and prime-minister; premier en minister van financiën*), возрастом (*elderly parents or college students*), полом (*male inpatients and females; mannen*

*en vrouwen*), наличием более выраженного признака и т. п. Как правило, в рамках одного отрезка текста чаще всего действует один критерий приоритетного расположения актантов.

Причинно-следственные отношения могут оформляться двумя способами в английском и нидерландском медиадискурсе: порядком «причина – следствие» (а) или порядком «следствие – причина» (b).

а) «*Because it requires unanimity, only one political leader at next week's summit has to say no*».

*«Miljarden euro's lenen kan weer niet omdat de financiële positie dan zo wordt verzwakt dat er op den duur waarschijnlijk toch aandelen moeten worden bijgedrukt».* («Давать займы миллиарды евро невозможно, потому что от этого финансовый потенциал ослабляется настолько, что в конце концов придется печатать дополнительные акции»).

б) «*Novak cooperated, because, unlike her colleague Cooper, she did not have a confidential source to protect*».

Второй является наиболее распространенным, возможно, ввиду того, что в сознании реципиента следствие имеет первостепенное значение как элемент настоящих событий, имеющий влияние на последующие, в то время как причина дается как комментарий, пояснение к тому, что произошло.

То же самое можно сказать и об индуктивном (от частного к общему) и дедуктивном (от общего к частному) порядке следования. Последний встречается чаще – по данным исследования, более чем в 3 раза. Вероятно, это обусловлено когнитивными особенностями сознания, более благосклонно воспринимающего ментальное движение (перенесение внимания) от крупного объекта к малому. Иногда внутри конкретизирующей части дедуктивного порядка следования можно наблюдать и индуктивные отношения:

*«South Asian pop — Bollywood movies, Indian music and dance, the whole vibrant masala of subcontinental culture — not only enralls a billion Indi-*

*ans at home but also spans half the world, from Africa and the Middle East to Eastern Europe and the Indian diaspora in Britain and the U.S.».*

Коммуникативные типы предикации также отражают иконические принципы кодирования. Основной единицей медиадискурса английского языка является повествовательное предложение, что еще раз подчеркивает его описательный и беспристрастный характер, максимально точно кодирующий объективную действительность. Общее количество предложений подобного рода составляет в среднем 95,58%. Следующими по распространенности являются вопросительные предложения, составляющие в среднем 3,62%. Чаще всего такие предложения используются в заголовках и лидах, а также в интервью. Восклицательные предложения наименее распространенные в медиадискурсе английского языка, их число составляет в среднем 0,83% от общего числа предложений. Подобные предложения можно встретить в основном в прямой речи или в заголовках, так же как и вопросительные предложения.

На графическом уровне реальность кодируется при помощи таких авербальных компонентов, как фотография, график, пиктограмма, коллаж, а также посредством цвета текста, фона или типа шрифта, рамок и местоположения на странице (контактного, дистантного или взаимопроникающего). Наиболее частотным средством иконического кодирования является фотография как наиболее наглядный и достоверный инструмент, а из графических средств выделения текста – цвет шрифта и кегль. Графические средства иконического кодирования дополняют друг друга и вербальный текст статьи, формируя полноценный медиафрейм.

В онлайн-версиях медиатекстов наблюдается большая концентрация иконических принципов, в особенности на графическом уровне, что объясняется особенностями сети Интернет. Благодаря интернет-технологиям адресат сообщения СМИ теперь может становиться полноправным участником процесса коммуникации. Новый тип СМИ формирует в сознании реципиента качественно новый фрейм, согласно которому реципиент играет активную роль

в создании новой реальности – он непосредственный участник событий, а не наблюдатель, и, соответственно, воспринимает кодируемую информацию с большей степенью вовлеченности, с позиций собственного я. Интернет создает свою виртуальную реальность, в которой стираются границы между традиционными ролями отправителя и адресата, процессами кодирования и декодирования информации. Иконические принципы играют первостепенную роль в данном процессе. В первую очередь на уровне графики и местоположения информации на веб-сайте. Кроме того, растущая многомерность мира как нельзя лучше воплощена в совмещении различных аудиовизуальных средств. Можно сказать, что реальность в интернет-аналогах печатных изданий отражается с большей степенью наглядности за счет использования большего количества иконических средств выражения.

Выявлены когнитивные механизмы, лежащие в основе иконических принципов кодирования объективной действительности. Это механизм ассоциативной памяти, механизм подобия, сходства, аналогии, подражания, распределения внимания, ментальных усилий и приоритетного означивания, а также механизм иерархизации.

Механизм ассоциативной памяти ярче всего проявляется в принципе близости, действующем на синтаксическом уровне языка: человек имеет тенденцию располагать концептуально связанную информацию в непосредственной пространственной близости друг от друга.

Механизмы подобия, сходства и аналогии проявляются на фонетическом уровне языкового означивания, в особенности в паронимических заменах и фонетических аллюзиях, которые связывают когнитивный образ в сознании реципиента с объективной реальностью и соотносят разные пласты реальности с сознанием, а также в метафорических образах, создаваемых на лексическом уровне.

Механизм подражания используется в словообразовании, выражаясь главным образом в приеме ономотопеи. Супрасегментный, графический уровень также предоставляет основание рассматривать действие механизма под-

ражания: графические изображения, такие как фотография, пиктограмма и карикатура, подражают действительности, воссоздавая точный (в случае с фотографией) или модифицированный с целью передать особое когнитивное содержание (в случае с пиктограммой и карикатурой) ее образ.

Механизмы распределения внимания, ментальных усилий и приоритетного означивания и механизм иерархизации тесно взаимосвязаны по своей сути. Они лежат в основе синтаксических принципов последовательного порядка и количества.

На основе проанализированного языкового материала можно утверждать, что как английский, так и нидерландский языки являются в достаточной степени иконичными. Объективная реальность кодируется в виде особых медиафреймов, совмещающих в себе как вербальные, так и невербальные компоненты. Наиболее иконичны фонологический, синтаксический и супraseгментный (графический) уровни языка. Интернет-версии медиатекстов современного английского и нидерландского языков более иконичны, чем печатные версии, что связано с особенностями канала коммуникации Интернет.

Систематизированы формы выражения принципа последовательного порядка в английском языке. Можно сказать, что современный английский язык стремится к максимально точному кодированию объективной действительности.

Результаты данного диссертационного исследования отражены в восьми публикациях.

*Публикации в ведущих рецензируемых научных изданиях, включенных в перечень ВАК Минобрнауки РФ:*

1. Вильчикова, Е. В., Рябова, М. Ю. Эволюция теории знаков в зарубежной и российской лингвистике // Вестник Читинского государственного университета. – 2010. – Вып. 5 (62). – с. 33-38.
2. Вильчикова, Е. В., Рябова, М. Ю. Иконичность в медиадискурсе (графический уровень) // Вестник Кемеровского государственного университета – 2013 - № 1(53). – с.149-155.



*Публикации в сборниках научных трудов, материалах всероссийских и международных научных конференций:*

3. Вильчикова, Е. В. Рябова, М. Ю. Принцип синтаксического иконизма в публицистическом дискурсе // Лингвистика: теоретические и методические исследования: сборник научных трудов. Вып. 1. / Отв. ред. А. Г. Фомин; ГОУ ВПО «КемГУ». – Кемерово, 2007. – с. 42-45.
4. Вильчикова, Е. В. Теории знака. Исторический обзор // Научное творчество молодежи: Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции (14-15 мая 2009 г.). – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2009. – Ч. 2. – с. 15-17.
5. Вильчикова, Е. В. Фонологические средства иконического кодирования // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2010». / Отв. ред. И. А. Алешковский, П. Н. Костылев, А. И. Андреев, А. В. Андриянов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2010.
6. Вильчикова, Е. В. Семиотический подход к анализу медиатекста: иконическое кодирование реальности (на примере англоязычной и нидерландскоязычной прессы) // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2011». / Отв. ред. А. И. Андреев, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов, М. В. Чистякова. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2011.
7. Вильчикова, Е. В. Когнитивные модели репрезентации. // Научное творчество молодежи: материалы XV Всероссийской научно-практической конференции (28-29 апреля 2011 г.) / Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. – Ч. 2. – с. 23-25.
8. Вильчикова, Е. В. Иконическая структура медиафрейма (на примере англоязычной и нидерландскоязычной прессы. // Образование, наука, инновации – вклад молодых исследователей: материалы VI

(XXXVIII) Международной научно-практической конференции / Кемеровский госуниверситет: в 2-х т. – Кемерово: ООО «ИНТ», 2011 г. – Вып. 12. – Т. 1. – с. 169-171.