

Мерзлякова Е. О.

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ КУЛЬТУРНЫХ ИКОНИЧЕСКИХ ЗНАКОВ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/8-2/51.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 8 (15): в 2-х ч. Ч. II. С. 118-120. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/8-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Hu Jintao's China works to soften the effects of its accelerating economic and military rise and to embed itself ever more deeply in the U.S. economy.

Китай под властью Ху Цзиньтао (Hu Jintao) постоянно работает над тем, чтобы смягчить влияние своего укоряющегося экономического и военного подъема и как можно более тесно встроиться в структуру американской экономики.

Цитируемые выше исследователи следующим образом видят перспективы использования полученного материала: «В таком синтезированном тексте поиск интересующих пользователя слов может осуществляться штатными средствами обычных текстовых редакторов, например, таких, как «Майкрософт Ворд». В программе ПарТекс для поиска может быть «подстрока в строке» и на выход подается текстовый файл, в который входят все пары предложений оригинала и перевода, содержащие заданную последовательность символов. Возможен поиск как английских, так и русских слов или словосочетаний» [Добровольский, Кретов, Шаров 2005: 265].

Использование штатных средств текстовых редакторов для поиска слов, конечно же, не может вызвать возражения. Однако это пока не решённая компьютерными средствами проблема. Для её решения необходимо провести семантическую (словообразовательную) разметку, с помощью которой можно было бы маркировать сложносоставные слова. Между тем маркирование переходных случаев с помощью машинных средств было бы крайне затруднительно. Именно по этой причине подобные разметки не присутствуют в доступных корпусах.

Исходя из описанной ситуации в формируемом корпусе выявление сложносоставных слов проводится вручную. Однако мы не остановились на этом и продолжили исследование в направлении создания базы данных. Пример записи базы данных сложносоставных слов на материале текстов современной публицистики выглядит следующим образом (программа Microsoft Access).

Код

{1}

Источник

{washingtonpost.com Corleone Diplomacy}

Предложение_A

{The political skies over the Maine resort may be cloud-filled when Bush and Putin publicly describe their talks Monday}

Исходная форма

{may be *cloud-filled*}

Словарь_A

{}

Предложение_P

{В понедельник, когда Путин с Бушем будут рассказывать общественности о результатах своих переговоров, в политическом небе над Мэном вполне могут сгуститься тучи}

Перевод

{могут *сгуститься тучи*}.

Данная база банных может быть затем расширена путём добавления как «информационных» (типа **Словарь_P**, **Источник_P**, так и «исследовательских») (**Грамматика_A**, **Структура_A**, **Грамматика_P**, **Структура_P** и других) полей. Завершать базу могут поля, содержащие выводы и мнения исследователя относительно рассматриваемых явлений, например, **Комментарий** и другие.

В таком виде (плюс сами исходные тексты на английском и русском языках, которые в случае необходимости также могут быть добавлены в базу) полученная база данных вполне может рассматриваться в качестве исследовательского корпуса для сопоставительного лингвопереводческого анализа сложносоставных слов в англо-русских публицистических текстах.

Список использованной литературы

1. Добровольский Д. О., Кретов А. А., Шаров С. А. Корпус параллельных текстов: архитектура и возможности использования // Национальный корпус русского языка: 2003-2005. - М.: Индрик, 2005. - С. 263-296.
2. Мультитран. Система для переводчиков [Электронный ресурс]. - [http:// www.multitrans.ru](http://www.multitrans.ru).
3. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. - <http://ruscorp.org.ru>.

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ КУЛЬТУРНЫХ ИКОНИЧЕСКИХ ЗНАКОВ

Мерзлякова Е. О.

Томский государственный педагогический университет

Данная статья посвящена изучению особенностей культурных иконических знаков, основных их параметров, позволяющих знаку иконическому «возвыситься» и приобрести культурное содержание.

Изучение различий знака и символа с позиций философии, лингвистики, культурологии и других наук позволяет исследователям считать, «что содержательной основой знака в языке является значение, а содержательной основой символа (слова как символа) - образ» [Иванов 2002: 51]; [Лосев 1993: 879]; [ЭС 1999:

388]. Образ всегда экспрессивен, и, если слово как знак для выявления всех своих значений требует контекста в виде предложений, то слово как символ нуждается в культурном контексте. Символ всегда социален и психологичен по своей значимости [Иванов 2002: 62]. Несмотря на знаковое происхождение, символ как таковой не может быть знаком чего-то внешнего, материального, буквального. Он выразительно отсылает нас к чему-то абстрактному, социально и культурно значимому.

Исторически различные объяснения явлений символизации Н. Иванов сводит к следующим базовым положениям: 1. Символизация всегда есть процесс произвольного превращения человеком (путем субъективного переосмысления) какого-то объекта в знак. «Символ есть прежде всего некий знак». Это можно понять как открытие знака в объекте: объект вдруг начинает указывать человеку на что-то еще, находящееся выше и вне его бытия. 2. Открытие знака происходит на вершине целостного чувственного восприятия и осмысления объекта субъектом [Иванов 2002: 111].

Среди знаков символического характера особое место занимают иконические знаки, или иконы (от греч. εἰκόνη - изображение, образ).

Впервые термин *icon* был предложен и разработан американским философом и логиком Ч. Пирсом. С точки зрения Ч. Пирса, иконический знак - это знак, который обладает рядом свойств, присущих обозначаемому им объекту, «независимо от того, существует этот объект в действительности или нет». Отношения между знаком и объектом - это отношения подобия; знак оказывается знаком просто в силу того, что ему «случилось быть похожим» на свой объект [Пирс 2000: 58]. Ч. Пирс считал, что изучение иконического знака по своим познавательным результатам эквивалентно непосредственному изучению его объекта. Единственный способ прямой передачи какой-либо идеи, согласно замыслу Ч. Пирса, возможен лишь посредством иконического знака. Иконический знак также играет особую роль в коммуникации: он провоцирует возникновение чувственного образа [Усманова 2001: 289-293].

Поскольку в разных случаях количество общих свойств у знака и денотата может быть различным, постольку имеет смысл говорить о большей или меньшей степени иконичности. Последователь Ч. Пирса Ч. Моррис предпочитает говорить о непрерывной «шкале иконичности», на одном полюсе которой находятся подобия объектов, предельно похожие на них, а на другом - совершенно условные «знаки-символы» [Моррис 1982].

Среди современных исследователей наибольшего внимания заслуживают концепции иконического знака, предложенные или доработанные У. Эко, льежской группой риторики и некоторыми другими. У. Эко полагает, что изображение не обладает свойствами отображаемого им предмета, а иконический знак столь же произволен, условен и немотивирован, как и знак лингвистический. Речь должна идти, по его мнению, не о воспроизведении в иконическом знаке свойств объекта, а о специфике восприятия, и, следовательно, о мысленной репрезентации. Иконический знак может обладать следующими качествами объекта: оптически, онтологически и конвенциональными [Эко 2006].

Для У. Эко проблема иконического знака - это симптом кризиса концепции знака в целом, т.е. это референциальный кризис, поскольку референтом оказывается не фактически существующий объект, а модель объекта, относящегося к определенному классу. Если иконический знак имеет референта, то этот референт не является «объектом, извлеченным из реальности, но всегда - порождением культуры» [Усманова 2001: 289-293].

Английское слово *icon* имеет несколько значений: 1) священный образ (изображение Иисуса Христа, Девы Марии и святых), почитаемый в христианстве, 2) фотография, рисунок, скульптура и т.д. как знак-образ, представляющий реальный объект, его свойства и функции (Напр.: Рисунок кружки с пенящимся пивом на вывеске ясно указывает на трактир или пивной бар) [Соломоник 2002: 63], 3) значок на экране компьютера, который помогает пользователю выполнять определенную операцию и, наконец, в более широком смысле, 4) любой объект (имя, лицо, предмет, продукт и т.д.), легко узнаваемый всеми и вызывающий особо положительные эмоции [OIL 1998: 402]; [<http://en.wikipedia.org/wiki/Icon>].

Слово *icon* в его последнем значении мы будем употреблять в сочетании культурный иконический знак (*cultural icon*). Основной особенностью культурного иконического знака является появление у человека, воспринимающего знак, положительных эмоций.

Первопричиной эмоции обычно является физическое восприятие или ментальное созерцание некоторого положения вещей. Непосредственная причина эмоции - как правило, интеллектуальная оценка этого положения вещей как вероятного или неожиданного, желательного или нежелательного для субъекта. Обусловленное интеллектуальной оценкой или собственно эмоцией желание продлить или пресечь существование причины, которая вызывает эмоцию [Апресян 1995: 370]. У взрослого человека регулярное возникновение определенной эмоции в ответ на определенный образ приводит к формированию аффективно-когнитивной структуры. Аффективно-когнитивная структура может проявляться как ценность, цель или идеал, а комплекс таких структур может стать основой мировоззрения или идеологии [Изард 2006: 28].

Подборке таких культурных иконических знаков, имеющих большое значение для культуры страны, посвящены несколько Интернет-проектов. Например, Интернет-проект «Портрет Англии» (*A portrait of England*) по созданию классификации английских культурных икон [<http://www.icons.org.uk>]. Организаторы этого проекта предлагают жителям Англии, всех ее слоев и районов, номинировать объекты английской культурной жизни и истории, для того, чтобы составить реестр, состоящий из ста культурных иконических знаков, представляющих собой живой портрет Англии. Целью этого проекта является стимулирование ин-

тереса к Англии, обучение детей истории и культуре Англии посредством Интернет-игр. Организаторы сайта также приводят некоторые дискуссионные аспекты культурных иконоических знаков, чтобы вызвать полемику среди посетителей сайта и подтолкнуть их к изучению исторических и других особенностей номинированных объектов [<http://www.icons.org.uk/faqs>]. Среди предложенных посетителями вебсайта объектов можно увидеть и памятники английской архитектуры, шедевры живописи, книги, кулинарные блюда, напитки и прочее [<http://www.icons.org.uk/>].

Соответственно возникает вопрос о том, как предмет или явление становится культурным иконоическим знаком. Другими словами, какими параметрами обладает культурный иконоический знак.

Проект «Портрет Англии» предполагает что, иконоические знаки должны быть уникальными явлениями английской жизни и соответствовать следующим параметрам: а) иконоические знаки символичны - они представляют что-то особенное для английской культуры, истории и образа жизни; б) иконоические знаки должны быть узнаваемы большим количеством людей; в) иконоические знаки неоднозначны - они несут особый смысл, и с ними часто связаны необычные ассоциации; г) иконоическими знаками не могут быть сами люди, а только ассоциации связанные с их образом, с эпохой, которую они олицетворяют, качества, которые им приписываются [<http://www.historic-uk.com/Historic>]; [<http://www.icons.org.uk/faqs>].

Последний параметр обусловлен рамками только данного проекта, поскольку всемирно известными и признанными поп-идолами (pop icons) считаются такие личности как Мэрилин Монро или Элвис Пресли. Организаторы проекта объясняют подобное ограничение следующим: существуют опасения, что в окончательном списке из ста культурных иконоических знаков будут доминировать многочисленные современные знаменитости. Их возвышение до статуса иконы не всегда проверено временем. Исходя из этого, справедливо будет заметить, что даже бессмертный У. Шекспир не может войти в данную классификацию культурных иконоических знаков, потому что сознанию людей в первую очередь важны произведения У. Шекспира [<http://www.icons.org.uk/faqs>].

Однако возможно создать отдельный реестр культурных иконоических знаков-личностей, как например, российский Интернет-проект «Имя России» [<http://nameofRussia.ru>]. Номинируемые культурные иконоические знаки должны быть символичны для культуры, истории и образа жизни людей России, узнаваемы большинством посетителей сайта и неоднозначны по своей сути. Номинируемые культурные иконоические знаки должны представлять собой имена персоналий, внесших большой вклад в культурное и историческое развитие страны.

Таким образом, культурные иконоические знаки отличаются от иконоических знаков в чистом виде тем, что имеют символический характер, обусловлены появлением у людей, их воспринимающих, положительных эмоций и, естественно, вызывают желание продлить эту положительную эмоцию. Культурные иконоические знаки легко узнаваемы большинством людей, следовательно, их образ и связанные с этим образом ассоциации, являются принадлежностью культуры и истории отдельно взятой страны, их содержание и смысл раскрываются только в этих условиях. Культурными иконоическими знаками могут быть не только неодушевленные объекты, но и персоналии, имеющие большое значение для истории и культуры страны.

Список использованной литературы

1. **Апресян, Ю. Д.** Избранные труды. - М., 1995. – Т. II. Интегральное описание языка и системная лексикография.
2. **Иванов, Н. В.** Проблемные аспекты языкового символизма (опыт теоретического рассмотрения) / Н. В. Иванов. - Мн., 2002.
3. **Изард, К. Э.** Психология эмоций. - СПб., 2006.
4. **Имя России** [Electronic Resource]. - 2008. - Mode of Access: <http://nameofRussia.ru/>.
5. **Лосев, А. Ф.** Вещь и имя // Бытие - имя – космос / Сост. и ред. А. А. Тахо-Годи. - М., 1993.
6. **Моррис, Ч. У.** Основания теории знаков // Семиотика: Сборник переводов / Под ред. Ю. С. Степанова. - М., 1982.
7. **Пирс, С. Ч.** Начала прагматизма. Логическое обоснование теории знаков / Перевод с английского, предисловие В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина. - СПб., 2000.
8. **Соломоник, А.** Философия знаковых систем и язык / А. Соломоник. - Мн., 2002. - 2-е изд.
9. **Усманова, А. Р.** Код // Постмодернизм: Энциклопедия / Под ред. А. А. Грицанова, М. А. Можейко. - Минск, 2001.
10. **Эко, У.** Отсутствующая структура. Введение в семиологию. - М., 2006.
11. **Энциклопедия символизма:** Живопись, графика и скульптура. Литература. Музыка / Ж. Кассу, П. Брюнель, Ф. Клодон и др. / Науч. ред. и авт. послесл. В. М. Толмачёв; пер. с фр. - М., 1999.
12. <http://en.wikipedia.org/wiki/Icon>.
13. <http://www.historic-uk.com/Historic>.
14. **Icons. A Portrait of England** // Icons on Line [Electronic Resource] / J. Finnis. - 2007. - Mode of Access: <http://www.icons.org.uk/faqs>.
15. **Icons. A Portrait of England** // Icons on Line [Electronic Resource] / J. Finnis. - 2007. - Mode of Access: <http://www.icons.org.uk/>.
16. **Oxford Illustrated Dictionary.** - Oxford Univ. Press, 1998.