

Панькина Елена Владимировна

СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ЗВУКОПОДРАЖАНИЙ АЛТАЙСКОГО И МОНГОЛЬСКОГО ЯЗЫКОВ РУССКОЯЗЫЧНЫМИ НОСИТЕЛЯМИ

В данной статье исследуется проблема восприятия иконических свойств звукоподражательной лексики разносистемных языков иноязычными носителями. Работа представляет собой сопоставительное экспериментальное исследование, результаты которого позволяют сделать вывод о факторах, способствующих верному определению значения звукоподражательных слов алтайского и монгольского языков носителями русского языка, а также выявить особенности звукоизобразительного потенциала ониматопов алтайского и монгольского языков.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2013/3-2/42.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 3 (21): в 2-х ч. Ч. II. С. 161-164. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2013/3-2/

© 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: voprosy_phil@gramota.net

Обоснованно используемые коммуникативные и лингвистические компоненты текста обеспечивают воздействие почти на все органы чувств коммуникантов, что позволяет рассматривать текст в дискурсе наружной рекламы как сложное семиотическое целое, представляющее собой свободную последовательность вербальных и знаковых единиц, максимально приспособленных для выполнения целей и задач наружной рекламы.

Понимание значимости коммуникативных и лингвистических особенностей текста, их неразрывной связи с прагматическим (коммерческим), социально-культурным и психологическим контекстами даёт возможность создавать и на практике применять эффективный дискурс наружной рекламы.

Список литературы

1. Адаева О. Б. Функционирование прецедентных текстов в лингводидактическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 7 (18). Ч. 1. С. 22-25.
2. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб.: Питер, 2008. 160 с.
3. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. М.: ИНФРА-М, 2003. 230 с.
4. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. М.: Оникс, 2009. 736 с.
5. Павлова В. С. Технологические особенности наружной рекламы. Чита: ЗИП СибУПК, 2008. 204 с.
6. Павлова В. С. Эволюция наружной рекламы в контексте коммуникационного прогресса // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 5 (19). Ч. 2. С. 129-133.
7. Рассел Д. Т., Лейн У. Р. Рекламные процедуры Клеппнера. СПб.: Питер, 2003. 928 с.
8. Середа К. Н. Справочник по рекламе. Ростов н/Д: Феникс, 2010. 301 с.
9. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: автореф. дисс.... канд. пед. наук. СПб., 2006. 20 с.
10. Фу Лин. Приёмы конструирования языка рекламы. М.: Флинта, 2005. 168 с.

LINGUISTIC AND COMMUNICATIVE FEATURES OF TEXT IN DISCOURSE OF OUTDOOR ADVERTISING

Pavlova Vera Stepanovna, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor
Trans Baikal State University
VSPavlova2007@mail.ru

The author reveals the linguistic and communicative features of the text of outdoor advertising discourse, basing on the results of system analysis concludes that in the system of outdoor advertising discourse text should be considered as an essential element, complex semiotic total, the unity of linguistic and communicative components in their close cooperation and interdependence, and tells that the presented ideas, regulations, conclusions suggest the perspective directions for further study and application of text category in the sphere of specific types of advertising.

Key words and phrases: outdoor advertising; outdoor advertising discourse; advertising text; text components; linguistic and communicative features of text; language constructs.

УДК 800:159.9

Филологические науки

В данной статье исследуется проблема восприятия иконических свойств звукоподражательной лексики разносистемных языков иноязычными носителями. Работа представляет собой сопоставительное экспериментальное исследование, результаты которого позволяют сделать вывод о факторах, способствующих верному определению значения звукоподражательных слов алтайского и монгольского языков носителями русского языка, а также выявить особенности звукоизобразительного потенциала ономастов алтайского и монгольского языков.

Ключевые слова и фразы: семиотика; языковой иконизм; звукоподражание; разносистемные языки; алтайский язык; монгольский язык; психолингвистическое исследование.

Панькина Елена Владимировна, к. филол. н.

Алтайская государственная академия образования им. В. М. Шукшина
gololobovaev@mail.ru

СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ЗВУКОПОДРАЖАНИЙ АЛТАЙСКОГО И МОНГОЛЬСКОГО ЯЗЫКОВ РУССКОЯЗЫЧНЫМИ НОСИТЕЛЯМИ[©]

По мнению ряда языковедов, в настоящее время в мировой лингвистике «наиболее фундаментальными представляются две проблемы: проблема мотивированности языковой формы и проблема автономности либо взаимообусловленности языковых подсистем» [5; 7]. Таким образом, направленность лингвистических исследований на изучение взаимоотношения физической и ментальной составляющих знака представляется весьма актуальной.

Свидетельством тому может послужить большое количество опубликованных за последнее десятилетие работ, посвященных указанной проблеме, среди которых статьи К. Я. Сигал [6], А. В. Кравченко [2], Т. Г. Орлянской [3] и др.

В процессе рассмотрения явлений, связанных с иконичностью языкового знака, необходимо учитывать, что, согласно семиотической концепции Ч. Пирса [9], знаки обладают различной степенью мотивированности. С этой точки зрения особый интерес представляют кодифицированные ономотопы, поскольку они частично утратили примарность, и в них отражение природных звучаний корректируется законами системы того или иного языка, благодаря чему их семантика в разных языках может оказаться по-разному «замаскированной». Изучение восприятия иноязычных кодифицированных ономотопов может оказаться весьма значимым для выявления способов «декодирования» иконической информации непосредственными носителями того или иного языка.

С целью определения уровня иконичности звукоподражательных слов алтайского и монгольского языков был проведен психолингвистический эксперимент с привлечением носителей русского языка. Было выдвинуто предположение, что при восприятии звукоподражательных слов незнакомого языка реципиенты в поиске значений подсознательно будут опираться на иконические свойства предложенных лексических единиц, что позволит сделать вывод о степени их представленности в звукоподражаниях алтайского и монгольского языков. Необходимо отметить, что родной язык реципиентов не имеет ни генетического, ни типологического сходств с языками, которым принадлежат слова-стимулы, что исключает вероятность опознания семантики последних на основании указанного сходства. Таким образом, анализ сходства и отличия при восприятии звукоподражаний структурно (и по некоторым данным генетически) похожих языков (алтайского и монгольского) может стать дополнительным источником информации, необходимой для выяснения механизмов восприятия иконических свойств звукоподражательной лексики иноязычными носителями.

В качестве материала для эксперимента были выбраны 16 звукоподражаний алтайского и монгольского языков двух тематических групп:

- а) звуки неживой природы и артефактов;
- б) звуки живой природы (издаваемые животными, птицами, насекомыми) [4].

Основным критерием отбора послужило отличие в фонетическом оформлении алтайских и монгольских звукоподражаний от звукоподражательных слов русского языка. С привлечением носителей алтайского и монгольского языков была сделана аудиозапись отобранных звукоподражательных слов. Каждое слово повторялось пять раз. Материал предъявлялся информантам один раз. Предлагалась следующая инструкция: «В записи вы услышите 20 звукоподражательных слов неизвестного вам языка, каждое слово будет предъявлено пять раз. Ваша задача – подобрать для данных звукоподражаний аналоги в родном языке».

При обработке полученных данных выявлялись соответствия между предъявленными алтайскими и монгольскими ономотопами и соответствующими им, по мнению информантов, эквивалентами в русском языке. Основные результаты анализа экспериментальных данных представлены в Таблице 1.

Анализ полученных данных показал, что носители русского языка узнавали алтайские ономотопы в 39% случаев, монгольские ономотопы – в 27%.

Как наглядно зафиксировано в таблице, русскоязычные информанты чаще других верно определяют звукоподражания алтайского языка *ap-an* (рус. *гав-гав*), *jin-jin* (рус. *динь-дон*) – 96%, 92% соответственно. В эксперименте на материале звукоподражаний монгольского языка наиболее узнаваемыми оказались слова *xav-xav* (рус. *гав-гав*) – 90%, *жин-жин* (рус. *динь-дон*) – 86%, *май-май* (рус. *бе-е*) – 86%. Таким образом, фоносемантический образ ономотопов алтайского и монгольского языков, эквивалентами которых являются рус. *гав-гав* и *динь-дон*, оказался наиболее прозрачным для русскоязычных информантов. Полагаем, что это объясняется схожими фонетическими и акустическими признаками фонем, составляющих звуковую оболочку данных ономотопов в алтайском, монгольском и русском (в данном случае имеет место *универсальный языковой иконизм*). Эти признаки улавливаются реципиентами и вызывают у них соответствующие ассоциации, помогая подобрать правильный аналог в родном языке. Однако нельзя таким же образом объяснить высокий уровень узнавания ономотопов алтайского языка *tūduūt* (рус. *би-бин*) (85%), *jьрс* (рус. *бах*) (73%), *бак-баак* (рус. *ква-ква*) (62%) и ономотопов монгольского языка *товор-товор* (рус. *цок-цок*) 40% и *хярр-хярр* (рус. *скрип*) 32%. Можно предположить, что «узнавание» семантики в этих случаях обусловлено явлением *внутриязыкового иконизма*, благодаря которому сохраняется связь между планом выражения и планом содержания, улавливаемая реципиентами на психо-физиологическом уровне.

Как в первом, так и во втором экспериментах у информантов возникли сложности при подборе аналога в родном языке (0% узнаваний) для следующих звукоподражаний: *алт. шайт* (рус. *бултых*), *алт. тўк-тўк* (рус. *цок-цок*), *монг. дунн-дунн* (рус. *бип-бип*), *монг. шир-шир* (рус. *звяк*), *монг. чад-чад* (рус. *щелк*), *монг. шор-шор* (рус. *кап-кап*), *монг. цор-цор* (рус. *тяф-тяф*), *монг. ва-ва* (рус. *ква-ква*). Можно предположить, что степень представленности иконических свойств в данных ономотопов достаточно низкая и представляет определенную трудность для восприятия представителями других языков.

Необходимо отметить тот факт, что количество случаев узнавания звукоподражаний алтайского и монгольского языков отличается на 12%. Отсюда можно сделать вывод о том, что степень представленности иконических свойств в ономотопах алтайского языка выше, чем в ономотопах монгольского языка. Такой результат становится в определенной степени неожиданным, поскольку оба языка являются типологически сходными. Более того, некоторые лингвисты считают, что тюркские языки обладают особой звукоизобразительностью [Там же], что в рамках текущего эксперимента справедливо для алтайского языка (39% узнаваний по сравнению с результатами аналогичных экспериментов на материале звукоподражаний английского языка с привлечением носителей русского и алтайского языков, где процент узнаваний составил 36% и 32% соответственно); монгольский язык «показал» самый низкий результат – 27%.

Таблица 1.

Количество случаев узнавания алтайских и монгольских звукоподражаний носителями русского языка

Алтайское звукоподражание	Монгольское звукоподражание	Аналог в русском языке	Количество случаев узнавания (%) алтайских ономапов	Количество случаев узнавания (%) монгольских ономапов
<i>Звуки неживой природы и артефактов</i>				
јырс ¹	пин-пан	бах	73	14
күрс ²	тар-няр	тресь	10	2
түдүүт	дүнн-дүнн ³	бип-бип	85	0
шыгырт ⁴	шир-шир	звяк	10	0
тарс	час-час	хруп	28	8
кыјырт	хярр-хярр	скрип	2	32
шайт	пул-пул	бултых	0	66
түк-түк	товор-товор	цок-цок	0	40
торс-торс	чад-чад	щелк	24	0
јин-јин	жин-жин	динь-дон	92	86
мач-мач	шор-шор	кап-кап	36	0
<i>Звуки живой природы</i>				
ма-а	май-май	бе-е	30	86
ап-ап	хав-хав	гав-гав	96	90
кыг- кыг	жун-жун	ж-ж-ж	12	18
шап-шап	цор-цор	тяф-тяф	8	0
бак-баак	ва-ва	ква	62	0

С опорой на результаты сравнительного анализа данных двух экспериментов можно сделать следующие выводы:

1) звукоподражательные слова алтайского языка и (в меньшей степени) монгольского языка обладают выраженными *иконическими свойствами внутриязыкового характера*, которые позволяют иноязычным носителям идентифицировать звуковую оболочку со значением даже в тех случаях, если для ее оформления в двух языках использованы различные фонетические средства;

2) степень иконичности внутри ряда звукоподражательных слов может различаться: ономапы, обладающие высокой степенью иконичности, легко идентифицируются иноязычными носителями (*алт. түдүүт (рус. би-бип) (85%), алт. јырс (рус. бах) (73%), монг. товор-товор (рус. цок-цок) (40%), монг. хярр-хярр (рус. скрип) (32%)*), ономапы с низко выраженными иконическими свойствами вызывают определенные трудности (*алт. түк-түк (рус. цок-цок) (0%), монг. дүнн-дүнн (рус. бип-бип) (0%)*);

3) количество случаев узнавания звукоподражаний алтайского и монгольского языков отличается на 12%, что позволяет сделать предположение о различном звукоизобразительном потенциале двух языков.

Необходимо подчеркнуть, что выводы, полученные на текущем этапе исследования, являются относительными. Окончательные же, касающиеся особенностей восприятия иконических свойств звукоподражательной лексики, могут быть сделаны после анализа результатов психолингвистических экспериментов на материале ономапов других языков с привлечением носителей большего количества разносистемных языков.

Список литературы

1. Дырленкова Н. П. Грамматика ойротского языка. М. - Л.: Издательство Академии Наук СССР; Институт языка и письменности народов СССР, 1940. 303 с.
2. Кравченко А. В. Классификация знаков и проблема взаимосвязи языка и знания // Вопросы языкознания. 1999. № 6. С. 3-12.
3. Орлянская Т. Г. Звукоподражание и звуковой символизм // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2006. №3. С. 83-99.
4. Рамстедт Г. И. Ономапоэтические слова (на материале алтайских языков) // Воронин С. В. Фоносемантические идеи в зарубежном языкознании: очерки и извлечения: учеб. пособие. Л.: Изд-во ЛГУ, 1990. С. 107-109.
5. Рузин И. Г. Природные звуки в семантике языка (Когнитивные стратегии именования) // Вопросы языкознания. 1993. № 6. С. 17-27.
6. Сигал К. Я. Проблема иконичности в языке // Вопросы языкознания. 1997. № 6. С. 100-119.
7. Тодаева Б. Х. Грамматика современного монгольского языка. Фонетика и морфология. М.: Издательство Академии Наук СССР; Институт востоковедения, 1951. 196 с.
8. Пиммерлинг А. В. Американская лингвистика сегодняшнего дня глазами отечественных языковедов // Вопросы языкознания. 2000. № 2. С. 118-133.
9. Peirce C. S. Elements of Logic // Collected papers of Charles Sanders Peirce. Cambridge, M. A., 1960. Vol. 2. P. 347-369.

¹ Знаком *ј* (дь) в алтайском языке обозначается среднеязычный смычный глухой (или факультативно полуглухой) в начале изолированного слова и звонкий в середине слова [1, с. 30].

² Знаком *ү* в алтайском языке передается закрытый лабиализованный переднего ряда, более передний эквивалент русскоязычного заднего гласного у [Там же, с. 16].

³ Знаком *у* в монгольском языке обозначается переднерядный лабиализованный узкий гласный [7, с. 16].

⁴ Знаком *н* (нь) в алтайском языке передается заднеязычный звонкий носовой смычный [1, с. 33].

COMPARATIVE RESEARCH OF ONOMATOPOEIA PERCEPTION OF THE ALTAI AND MONGOLIAN LANGUAGES BY RUSSIAN NATIVE SPEAKERS

Pan'kina Elena Vladimirovna, Ph. D. in Philology
Altai State Academy of Education named after V. M. Shukshin
gololobovaev@mail.ru

The author researches the problem of the iconic properties perception of onomatopoeic vocabulary in languages of different systems by non-native speakers, presents the comparative experimental research, which results lead to the conclusion about the factors that contribute to the correct definition of onomatopoeic words meanings of the Altai and Mongolian languages by Russian native speakers, as well as allow revealing the potential features of sound-representational onomatopoeia of the Altai and Mongolian languages.

Key words and phrases: semiotics; language iconism; onomatopoeia; languages of different systems; Altai language; Mongolian language; psycholinguistic research.

УДК 81

Филологические науки

В данной статье даётся подробный обзор значений лексем «Home» и «House», представленных в словарных дефинициях. В результате комплексного анализа языкового материала смоделирован концепт «Home/House», отражённый в английской языковой картине мира (ЯКМ). В ядре концепта лексем «Home» и «House» выделены четыре базовых слоя (микрополя): 1. «Семейный очаг» (дом-здание, семья, организация); 2. «Географическая местность» (дом-родина, место происхождения ч-л., к-л.); 3. «Постройка» (дом-жилище, здание, семья); 4. «Организация» (дом-организация, учреждение).

Ключевые слова и фразы: лингвистическая концептология; концептосфера; концепт; художественный концепт; поле концепта «Home/House»; языковая картина мира; семантико-когнитивный анализ; культура.

Подкопаева Анна Александровна, канд. филол. н.
Кубанский государственный университет
anna.podkopaeva@gmail.com

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА «НОМЕ/HOUSE» В ЛЕКСИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА[©]

В последние десятилетия в России активно развивается лингвистическая концептология – наука, ставящая своей целью описать названные в языке концепты лингвистическими методами. Несмотря на некоторые различия в понимании концептов, различия в методах и приёмах их исследования, учёные едины в признании того, что концепт – основная единица сознания, он имеет овеществление (репрезентацию, объективацию, вербализацию) языковыми средствами. Через анализ языковых средств, репрезентирующих концепт, можно судить о содержании и структуре концепта в концептосфере и описать данный концепт. Хотя ученые подчеркивают тот факт, что данное описание заведомо не может быть исчерпывающим, так как анализируются лишь языковые данные [1, с. 5].

Известно, что язык определяет принадлежность человека к той или иной национальной культуре. Культура же вербализуется в языке, аккумулирует ключевые концепты, репрезентируя их в знаковом воплощении.

Важной культурной составляющей национальной концептосферы англичан является концепт «Дом», номинированный лексемами «Home» и «House».

Цель нашего исследования заключалась в выявлении свойств концепта «Home/House» и особенностей его вербализации в текстах активно цитируемых английских художественных произведений.

Для достижения поставленной цели требовалось решение нескольких задач, одной из которых являлось определение специфики вербализации художественного концепта «Home/House» в лексической и фразеологической системе английского языка.

В нашей работе мы придерживались семантико-когнитивного подхода к исследованию концепта «Home/House», разработанного школой когнитивной лингвистики. Концепт, как сложный комплекс признаков, имеет равноуровневую представленность в языке. Согласно М. В. Пименовой, «наиболее информативным с этой точки зрения выступает лексический уровень. Опираясь на этот уровень исследования можно выявить набор групп признаков, которые формируют структуру того или иного концепта» [2, с. 15]. В исследовании концепта когнитологи предлагают метод семантико-когнитивного анализа, предполагающего переход от исследования содержания значений к исследованию содержания концепта («от семантики единиц языка к концепту» [3, с. 17] в ходе определенного этапа описания – когнитивной интерпретации.

В результате подробного анализа двух лексем «Home» и «House» была составлена сводная таблица значений исследуемого концепта.