

## Секция «Иностранные языки и регионоведение»

### Семиотический подход к анализу медиа-текста: иконическое кодирование реальности (на примере англоязычной и нидерландскоязычной прессы)

*Вильчикова Екатерина Владимировна*

*Аспирант*

*Кемеровский государственный университет, Романо-германской филологии,*

*Кемерово, Россия*

*E-mail: vilchikova@list.ru*

Роль средств массовой информации в формировании картины мира современного человека трудно переоценить. СМИ выступают источником нормативных образцов, определений, важнейшим ресурсом власти, средствами формирования образов социальной реальности. Это обусловлено их всеохватностью и знаковой природой, т.е. семиотичностью.

Семиотический аспект, рассматривающий языковые явления как знаковые сущности, живущие и функционирующие по законам знаковых систем, позволяет анализировать внутреннюю структуру текстов средств массовой информации, понять то, что не удается выявить с помощью других методов изучения содержания массовой коммуникации. [3].

Семиотический анализ медиатекста можно представить в виде следующей схемы:

1) Знаки как единицы семиотического анализа: иконические; индексальные; символические.

2а) Уровни знаковых систем: синтактика; семантика; прагматика.

2б) Уровни структурных отношений знаков: синтагматический; парадигматический.

3) Коды как основная категория семиотического анализа:

- обязательные (денотативный и коннотативный коды);
- универсальные (социальный, идеологический, культурный);
- специальные (кинематографический, иконографический и др.);

4) Функции кодов:

а) универсальные: идеологическая; социальная; коммуникативная;

б) специфические: референтивная; эмотивная; повелительная; фатическая; металингвистическая; эстетическая). [1].

Основной вид кодирования реальности в том или ином медиатексте – иконическое. Икона - «это знак, отсылающий к объекту, который он обозначает, просто в силу своих свойств, которыми обладает независимо от того, существует ли вообще какой-либо объект или нет» [2]. В ходе анализа мы будем рассматривать «иконический путь» в терминологии М.Й. Ценг [5] – путь от переживания реальности к ее выражению в языке и обратно – от языка к воспринимаемой по-новому и воссоздаваемой заново реальности. Известный семиотик Дж. Хайман назвал путь от реальности к языку «траекторией сублимации» [4], поскольку при переходе от действия к описанию этого действия происходит снижение степени иконичности. Под «сублимацией» в данном случае понимается «формальная редукция и стилизация». М.Й. Ценг же рассматривает и обратный путь – от языка к реальности, от описания действия к самому действию. Этот путь определяется как «траектория драматизации». Драматизация в данном случае имеет несколько значений. Во-первых, термин подчеркивает динамический характер языка,

в отличие от простой объективации реальности. Во-вторых, драматизация воплощает собой вербальную энергию, которая способна трансформировать реальность. Наилучшим образом это проявляется в драме, когда статичный способ означивания (текст) переходит в более динамичный и иконический способ (представление), но тот же путь можно проследить и на примере других дискурсов и текстов, в частности, медиатекста как инструмента не только отображения, но и формирования реальности. [4].

Траектория драматизации рассматривает язык в первую очередь на уровне грамматической структуры: морфемы, слова, синтаксис; затем на уровне высказывания и того, что лежит за пределами языка, а именно: представленная или сформированная им реальность.

Иконичность выражается различными лингвистическими и паралингвистическими средствами:

- графическое расположение текста, выделение смысловых фрагментов или цитат из интервью в отдельные блоки, использование особого шрифта, цвета, изображений и т.п.;

- «эмоциональная» пунктуация (“!!!”, “????”);

- отклоняющееся от нормы написание;

- повторяющиеся конструкции или фразы с целью усиления значения сообщения;

- оноματοпея;

- использование слов, влияющих на органы чувств: слух, зрение, обоняние и др.;

- порядок слов в предложении – прямой/инвертированный;

- параллелизм;

- метафоры и.д. [3,4].

Семиотический анализ позволяет выяснить, как организовано сообщение, что оно выражает и с помощью каких элементов, помогает расшифровать код. Исследование иконичности – основа понимания значения и назначения медиатекста как поликодовой структуры.

## **Литература**

1. Зарубежная и российская журналистика. Трансформация картины мира и ее содержания: Кол. монография./Науч.ред. А.А.Стриженко. – Барнаул, 2009.
2. Пирс Ч. Избранные философские произведения, с. 162-233; М.: 2000.
3. Рогозина, И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект/И.В. Рогозина; Институт языкознания Российской Академии наук, Министерство образования Российской Федерации, АлГТУ, 2003.
4. Haiman, John. Action, Speech, and Grammar: The Sublimation Trajectory. In Nänny and Fischer (eds) Form Miming Meaning. 37-57. Hampe, Beate and Doris Schönefeld. 2003.
5. Tseng, Ming-Yu. A framework for tracing iconicity.// Semiotica. Volume 2004, Issue 149, Pages 343–360, ISSN (Print) 0037-1998.

## **Слова благодарности**

*Конференция «Ломоносов 2011»*

Выражаю искреннюю благодарность моему научному руководителю - доктору филол. наук, профессору Рябовой Марине Юрьевне за чуткое руководство и помощь в исследованиях.