

5. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология (курс лекций). – М.: Владос, 1995. – 180с
6. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. – Санкт-Петербург, 1998. – 705 с.
7. Ball A. Bakhtinian Perspectives on Language, Literacy and Learning. – Cambridge University Press, 2004. – 364 p.
8. Pavlenko A. Bilingual Minds: Emotional Experience, Expression and Representation. – Multilingual Matters Limited, 2006. – 340 p.

УДК 811. 111'33: 003 + 811. 111'37

*Л.Л. Макарук,
ВНУ ім. Лесі Українки,
м. Луцьк*

ПРОЦЕС ПОРОДЖЕННЯ ТА СПРИЙНЯТТЯ ПІКТОГРАМ З ТОЧКИ ЗОРУ КОГНІТИВІСТИКИ

У статті проаналізовано піктограми, які зустрічаються у сучасних англомовних газетах з позиції когнітивної лінгвістики. За допомогою термінологічного апарату, що використовується у когнітивній науці, окреслено та охарактеризовано процес породження, пізнання та інтерпретації піктограм.

L. L. Makaruk The Process of Producing and Perception of Pictograms from the Point of View of Cognitive Linguistics. The article deals with the pictograms which are used in modern English newspapers. The chain based on the terms of cognitive linguistics has been described and the process of producing, perception and interpretation of pictograms has been characterized.

Сучасне суспільство об'єктивно називають інформаційним, адже ми живемо в епоху неспинного розвитку технологій, завдяки яким з'являються нові форми спілкування та удосконалюються вже існуючі. Беззаперечним є той факт, що всі інноваційні процеси знаходять своє відображення у мові, яка служить інструментом пізнання. Обмін даними, знаннями та досвідом здійснюється за допомогою засобів масової комунікації, які є невід'ємною складовою нашого життя. Щодня ми отримуємо велику кількість несхожих за змістом повідомлень, що надходять через різні канали зв'язку.

При створенні повідомлення автор залучає усі можливі засоби та технології, тому сьогодні газетному тексту притаманні різнопланові піктограми, які поєднуються зі звичним текстом і надають йому

нової форми та змісту, що відображається у ментальності кожного індивіда.

Питання, які стосуються комунікації, розуміння та сприйняття письмового тексту нині видаються нам найцікавішими та найвагомішими, бо саме мова ЗМІ, пропонує лінгвістам широке та багатогранне поле для досліджень.

На сучасному етапі розвитку світової спільноти міжнародною мовою спілкування визнана англійська, якою володіють представники різних національностей, і відповідно, щодня мають змогу отримувати “свіжу” інформацію з англійських газет і журналів, в яких відбивається ментальність народу, особливості його культури, традиції, реалії, стереотипи, і безперечно мова, яка виступає посередником між відправником повідомлень та одержувачем.

Актуальність цієї роботи зумовлена появою нових форм і способів спілкування, які потребують різностороннього вивчення особливостей мови ЗМІ та піктограм з точки зору когнітивної лінгвістики, яка відіграє значну роль у процесі спілкування. Мета дослідження – спираючись на когнітивні аспекти мови проаналізувати піктограми та визначити, які саме складові когнітивної лінгвістики впливають на процес письмової комунікації. Об'єктом вивчення є піктограми, які фігурують на шпальтах англійських періодичних видань. Предметом дослідження є процеси породження, представлення, пізнання, сприйняття, обробки та зберігання знань, які закодовані у газетних піктограмах.

Дослідженням мовних одиниць з точки зору когнітивної лінгвістики займаються такі вчені, як О.С. Кубрякова, В.З. Дем'янков, О.О. Селіванова, М.М. Володіна та ін. Вони вважають, що “[...] в центрі уваги когнітивної лінгвістики знаходиться мова, як загальний когнітивний механізм, як когнітивний інструмент – система знаків, які відіграють роль в репрезентації та трансформації інформації” [3, с. 53]. За словами В.А. Маслової, “в когнітивістиці головна увага приділяється людській когніції, досліджуються не просто дії, які піддаються спостереженню, а їх ментальні репрезентації (внутрішні представлення, моделі), символи, стратегії людини, які і породжують дії на основі знань; тобто когнітивний світ людини вивчається за її поведінкою і діяльністю, які проходять при активній участі мови, що утворює мовленнєво-мисленнєву основу будь-якої людської діяльності, формуючи її мотиви і установки, прогнозуючи результат” [2, с. 7].

Розглядаючи комунікативний акт з точки зору когнітивної лінгвістики, слід зазначити, що процес спілкування не є простим, тому що проходить ряд етапів, кожен з яких має свої особливості.

Аналізуючи піктограми, які використовуються на сторінках газет, ми бачимо, що вони також проходять довгий шлях свого творення, починаючи від породження (задуму продуцента) і завершуючи

інтерпретацією, або відповіддю одержувача на побачене. Спробуємо висвітлити це питання за допомогою ланцюжка, який складається з ряду послідовних кроків, на які неминуче наштовхуються продуценти та реципієнти у процесі створення та сприйняття піктограм. Для представлення цього ланцюжка ми використали інструментарій когнітивістики. Отже, ланцюжок має такий вигляд: *породження повідомлення (репрезентація) → кодування → канал передачі повідомлення → пізнання (сприйняття) → обробка даних → інтерпретація повідомлення → відповідь (реакція на прочитане)*.

Детальніший аналіз кожного етапу дозволяє говорити про наступне:

Породження повідомлення (репрезентація). У свідомості продуцента виникають певні задуми та з’являються ідеї, тому постає потреба у їхній реалізації.

Кодування. В англомовних газетах представлення мовних знань продуцента часто знаходить своє відображення у піктограмах, які служать графічними заміниками слів. Іноді автор поєднує піктограми зі звичним вербальним текстом, рідше – вони живляються самостійно. У когнітивній лінгвістиці існує чітке розмежування понять ментальний лексикон та концептуальна система, які пов’язані з процесом кодування. Ментальний лексикон є системою представлення знань, яка містить денотативне значення слова, фонові знання відносять до концептуальної системи.

Канал передачі повідомлення. Для реалізації задуму продуцент обирає канал зв’язку. Від того, яким чином буде здійснюватися передача повідомлення залежить форма кодування. Каналом зв’язку у нашому дослідженні є друковані періодичні видання та надруковані у них піктограми.

Крім того, слід звернути увагу на те, що при створенні та репрезентації нових знань ключову роль відіграє когнітивна метафора. Вид метафори, яку ми розглядаємо, охоплює кілька етапів вище запропонованої схеми. Вона носить назву “канал зв’язку/передача інформації”. Ця метафора “[...] представляє процес комунікації як рух значень, які “наповнюють” мовні висловлювання по “каналі”, який з’єднує мовця і слухача” [3, с. 56].

Пізнання (сприйняття). Пізнання є об’ємним і за своєю суттю складним процесом. М. М. Володіна зазначає, що “[...] мова служить інструментом пізнання, постійного осмислення світу людиною і перетворення досвіду у знання” [1]. Звідси випливає те, що у процесах пізнання важливе місце посідає мова. Сприймаючи текст, у ментальності реципієнта активізуються структури знань, які допомагають осягнути суть та надати повідомленню певного змісту. Представник кожного соціуму у своїй свідомості має вже усталені поняття та ідеї, які у сукупності створюють мовну картину світу, допомагають від-

творювати певні ситуації. Відповідно, у свідомості кожної людини є певна система знань, яка активізується у процесі комунікації і дає змогу обмінюватися набутими знаннями, і набувати нові, які впливають на вже існуючі знання, але в жодному випадку не руйнують їх, а лише частково змінюють. Доречно зазначити, що сприйняття залежить від рівня інтелектуального розвитку особистості, від віку, соціального статусу та мети, яку ставить перед собою реципієнт читаючи періодичні видання.

Обробка даних. В основі розуміння будь-якого тексту лежить опрацювання даних. Ключове “[...] завдання когнітивної лінгвістики полягає в описі та поясненні мовної здатності або знань мови, як когнітивної структури, і динаміки мовця-слухача, який розглядається як система переробки інформації, яка складається з скінченної кількості самостійних модулів і, яка співвідносить мовну інформацію на різних рівнях” [3, с. 53]. Обробка даних здійснюється як у процесі породження інформації, так і в процесі сприйняття. Тобто, коли адресант створює повідомлення, він обробляє велику кількість ризоманітної інформації; сприймаючи повідомлення, адресату теж необхідно обробити дані, тобто детально й уважно ознайомитися зі змістом, щоб збагнути суть. У процесі обробки активізуються мовні та енциклопедичні знання індивіда. До мовних знань індивіда відноситься володіння фонетикою, знання лексики, граматики; до енциклопедичних – загальні відомості про світ.

Інтерпретація повідомлення. Після того, як певне повідомлення пройшло стадії породження, пізнання та обробки у свідомості реципієнта відбувається процес інтерпретації. Інтерпретація будь-якого повідомлення залежить від особистості. Так, представники одного і того ж самого соціуму можуть інтерпретувати піктограми по-різному, в залежності від своєї мовної ментальності та фонових знань.

При інтерпретації піктограм особливу увагу слід звернути на менталітет одержувачів повідомлення. Не виключається і творчий варіант тлумачення піктограм, який залежить від уяви одержувача, тобто пояснення цих знаків може відбуватися у довільній формі. Інтерпретація повідомлення теж залежить від того, наскільки читач довіряє газеті та автору публікації.

На нашу думку, інтерпретація піктограм, які присутні на сторінках преси вимагає від читача більших ментальних зусиль, ніж звичний вербальний текст, оскільки їх необхідно спочатку перевести у словесну знакову форму, а тоді здійснити обробку, щоб добре усвідомити про що йде мова. Слід звернути увагу на те, що до такого трактування ми не відносимо фіксовані набори піктограм, які є добре відомими представникам різних народів і не викликають неоднозначного тлумачення.

Таким чином, сприйняття піктограм проходить два основні етапи і його інтерпретація залежить від наступних складових: індивіда, його мовної картини світу, куди залучені як екстралінгвістичні, так і мовні знання, контексту, рівня володіння мовою.

Відповідь (реакція на прочитане). Кожен читач має право зреагувати на прочитане. Якщо реципієнт виявляє таке бажання, то спілкування здійснюється знову відповідно до запропонованого ланцюжка, за яким відбувається так званий “рух по колу”. Крім того, певне зображення може спонукати реципієнта до дій.

У термінах когнітивістики “... лексична структура мови трактується як результат взаємодії когніції людини з семантичними параметрами, які властиві даній мові” [3, с. 53]. У межах когнітивних досліджень окремо виділяють когнітивну семантику, яка займається вивченням ролі мови у репрезентації структур знань, розумінні та інтерпретації. При тлумаченні певної піктограми до уваги беруться фонові знання учасників комунікативного акту. В.З. Дем’янков, посилаючись на доробки зарубіжних вчених зазначає, що “... пізнаючий суб’єкт – носій когніції – є активним началом, яке генерує значення повідомлення, а не бере їх готовими з природи; інтерпретації висловлювань не є рівноправними, деяким надається перевага уже в силу властивостей мови вибраного висловлювання. Одну і ту ж саму ситуацію можна описати за допомогою різних мовних форм в залежності від знань та реальних інтенцій мовця...” [3, с. 74].

Наприклад, піктограма, представлена на рисунку 1, яка супроводжує статтю “Is the future looking a bit brighter” у газеті “The Daily Telegraph” № 47, 701 від 14 жовтня 2008 р., може викликати у свідомості англійця такі лексичні відповідники: *pensioners, old people, people of old age, etc.* Ця піктограма має назву “Пенсійні фонди”, тому, асоціюється з людьми похилого віку, про що свідчить і саме зображення. Проте, слід зважати на те, що пенсійні фонди опікуються не лише людьми похилого віку, а й тими, хто за станом здоров’я з тих чи інших причин не в змозі виконувати певну роботу та отримувати заробітну плату. Зважаючи на такий факт, тлумачення такої позначки може відбуватися й за допомогою такого ряду англійських слів і словосполучень: *disabled people, incapacitated people, invalids etc.*

Таким чином, недосконалість чи неточність зображення, відсутність чітких знань про ситуацію чи контекст можуть призвести до спотворення початкового задуму та інтенцій автора піктограми.

Наступна піктограма (рис. 2), стосується тієї ж статті і дає можливість англійцю, або іншому індивіду, який добре знає мову, відтворити певну ситуацію, використовуючи словниковий запас, яким він володіє та спираючись на фонові знання. Ця піктограма має назву “Bank customers”, що українською мовою означає “клієнти банку”. Проте, англійське слово *customer* “клієнт” можна замінити на

client. У такому випадку, виникає так званий синонімічний ряд і вибір тієї чи іншої лексичної одиниці пояснюється мовними знаннями мовця. Говорячи про синонімічні ряди, варто зазначити, що не завжди можна замінити одне слово, яке входить до певної синонімічної групи, іншим.



Рисунок 1 [1, 6]



Рисунок 2 [1, 6]

Тут все залежить від знань та умінь правильно добирати еквіваленти, зважаючи на певну ситуацію. Існують лексичні одиниці, які повністю замінюють одна одну, проте є й такі, які замінити неможливо, бо це призведе до лексичних чи комунікативних помилок. Повертаючись до тлумачення піктограми, наведемо приклади, які свідчать

про те, що поза контекстом одна й та ж піктограма може тлумачитись по-різному, наприклад: *a bank gives credits; the customers can take long-term (short-term) credits; the clients can buy (take) on credit; the customers keep money in a bank etc.*

Розглянемо рисунок 3, на якому зображена піктограма, що є характерною для газети “The Times”. Це періодичне видання відоме у всьому світі та користується значною популярністю, бо зарекомендувало себе таким, якому можна довіряти. Тому, з впевненістю можна сказати, що логотип цієї газети могли б легко розпізнати англійці та представники інших національностей, які цікавляться англомовною періодикою, навіть якби воно вживалося самостійно, без назви, бо у їхній свідомості таке позначення одразу асоціюється з Британією.



Рисунок 3 [3, 1]

Теж саме стосується і газети “Daily Mail”, яка теж має власний усталений логотип (рис. 4), який виступає чітким стимулом і викликає відповідні асоціативні зв’язки у свідомості мовців.



Рисунок 4 [1, 1]

Читаючи англомовні періодичні видання, у поле зору реципієнта часто потрапляє піктограма у вигляді комп’ютерної мишки (рис. 5), після якої вказується Інтернет-сайт газети. Іноді така піктограма доповнюється вербальним текстом, але у більшості випадків вона вживається самостійно, бо вважається, що тлумачення буде зайвим.

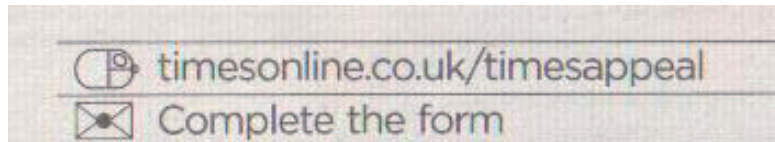


Рисунок 5 [3, 19]

Невпинне удосконалення мови впливає на процеси пізнання і сприяє тому, що у мозку однієї людини створюється система певних образів та понять, які внаслідок спілкування з іншою активізуються,

удосконалюються та збігаються, тому що є динамічними і, як результат, продуцент та реципієнт надають їм однакового тлумачення. Ці зміни знаходять своє відображення у пізнанні, що і позначається на поняттях, які закріплені у свідомості людини.

Газета є одним із інформативних джерел, за посередництвом якого людина отримує повідомлення про події, факти та відповідно інтерпретує їх в залежності від свого бачення ситуації. У цьому сенсі піктограми можуть вивчатися незалежно від контексту, бо їх можна використовувати самостійно, крім того, вони представлені у такій формі, що у багатьох випадках збагнути їхній зміст зовсім нескладно, проте зовнішня простота може призвести до хибної інтерпретації. Безумовно, через газетний текст здійснюється певний вплив на свідомість реципієнтів за допомогою вербальних і невербальних засобів.

Отже, процес породження і сприйняття піктограм є складним та багатоаспектним, який вимагає значних зусиль як зі сторони реципієнта, так і зі сторони продуцента.

Оскільки мова еволюціонує і поповнюється новими одиницями, збагачується інвентар графічних засобів, які вимагають вивчення їх структури, семантики та когніції.

Література

1. Володина М.Н. Опосредующая роль языка в процессе познания. // [http:// evarist.narod.ru](http://evarist.narod.ru)

2. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общей ред. Е.С. Кубряковой. – М., Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 197 с.

3. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие Мн.: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Daily Mail. – 2008. – No 35, 014. Tuesday, December 23. – 72 p.
2. The Daily Telegraph. – 2008. – No 47, 726. Wednesday, November 12. – 32 p.
3. The Times. – 2008. – No 69508 (Tuesday, December 16). – 80 p.