

LIEPĀJAS UNIVERSITĀTE



Tatjana Smirnova

**FONOLOĢISKAIS IKONISKUMS
EKSPRESĪVAJOS UN OPERATĪVAJOS TEKSTOS
SASTATĀMAJĀ SKATĪJUMĀ**

Promocijas darba kopsavilkums

Filoloģijas doktora zinātniskā grāda iegūšanai valodniecības
nozarē salīdzināmās un sastatāmās valodniecības apakšnozarē

**PHONOLOGICAL ICONICITY IN EXPRESSIVE
AND OPERATIVE TEXTS:
CONTRASTIVE PERSPECTIVE**

Summary of the Doctoral Thesis

Submitted for the Conferment of the Doctoral Degree in Philology
Subfield: Comparative and Contrastive Linguistics

RTU Izdevniecība
2018

Smirnova, Tatjana. *Fonolģiskais ikoniskums ekspresīvajos un operatīvajos tekstos sastatāmā skatījumā // Phonological Iconicity in Expressive and Operative Texts: Contrastive Perspective*: promocijas darba kopsavilkums. Zin. vad. Dace Markus. Liepāja : Liepājas Universitāte, LeipU, 2018. 68 lpp.

Promocijas darba zinātniskā vadītāja:

Dr. habil. philol. Dace Markus, Liepājas Universitātes profesore, Kurzemes humanitārā institūta vadošā pētniece

Promocijas darba recenzenti:

Dr.philol. **Jānis Silis**, Ventspils Augstskolas profesors, LZP valodniecības un literatūrzinātnes nozares eksperts;

Dr.habil.philol. **Andrejs Veisbergs**, Latvijas Universitātes profesors, LZP valodniecības un literatūrzinātnes nozares eksperts;

Dr.habil.philol. **Zaiga Ikere**, Daugavpils Universitātes profesore, LZP valodniecības un literatūrzinātnes nozares eksperte.

Promocijas darba aizstāvēšana notiks Liepājas Universitātes valodniecības nozares promocijas padomes atklātajā sēdē 2018. gada 6. decembrī plkst. 13.30 Rīgā, Latvijas Zinātņu akadēmijas Senāta sēžu zālē.

Ar promocijas darbu un tā kopsavilkumu var iepazīties Liepājas Universitātes bibliotēkā (Lielajā ielā 14, Liepājā) un Liepājas Universitātes interneta vietnē <http://www.liepu.lv/lv/>.

© Liepājas Universitāte, 2018

© Tatjana Smirnova, 2018

ISBN 978-9934-22-159-0

Anotācija

Promocijas darbs „Fonoloģiskais ikoniskums ekspresīvajos un operatīvajos tekstos sastatāmajā skatījumā” izstrādāts fonoloģiskā ikoniskuma izpētei kā valodnieciskai un semiotiskai parādībai, kas konstatējama dažādos izteiksmes līmeņos. Ikoniskums ir pētīts kā universālu instrumentu kopums, kas arvien vairāk tiek lietots, lai pārvarētu valodas un kultūras barjeras saziņā. Šī parādība tiek analizēta, izmantojot fonosemantikas pieeju un ņemot vērā faktu, ka fonosemantika nodarbojas ar fonoloģiski ikonisku valodas sistēmu, t. i., ar skaņu imitējošas un skaņu simbolisma sistēmas pētniecības teorētiskā pamata izstrādi, nodrošinot rīkus, lai apkopotu, vispārinātu un klasificētu izpētes rezultātus šajā nozarē. Promocijas pētījums ir pirmais mēģinājums izstrādāt detalizētu pamatu fonoloģiskā ikoniskuma sastatāmajai analīzei angļu-latviešu-krievu valodas kombinācijā. Pētījuma gaitā izstrādāta jauna fonoloģiskā ikoniskuma tipu klasifikācija, saskaņojot valodniecības un semiotikas pieeju šīs parādības kategorizēšanā, un izvirzīts īpašs fonoloģiskā ikoniskuma tips – *kontekstuālais fonoloģiskais ikoniskums*. Ir izstrādāts detalizēts konceptuāls pamats, ko varētu izmantot turpmākajos fonoloģiskā ikoniskuma pētījumos.

Atslēgvārdi: fonoloģiskais ikoniskums, fonosemantika, skaņu imitējoša sistēma, skaņu simbolisma sistēma, sastatāmā analīze, autora retorikas fonoloģiskais aspekts, reklāmas valoda, tulkošana, lokalizācija.

Abstract

The Doctoral Thesis **Phonological Iconicity in Expressive and Operative Texts: Contrastive Perspective** is devoted to the study of phonological iconicity as a linguistic and semiotic phenomenon occurring at different levels of expression. Iconicity is investigated as an aggregate of universal tools that is increasingly applied to transcend national and cultural borders in communication. The phenomenon is studied within the Phonosemantic approach to the study of language considering that Phonosemantics deals with the development of the theoretical basis for the study of sound iconic language systems, that is, sound imitative and sound symbolic systems, providing the tools for summarizing, generalizing and classifying the existing findings in the field. The present research is the first attempt to develop a comprehensive framework for contrastive analysis of phonological iconicity in English-Latvian-Russian language combination. In the course of research, a new classification of the types of phonological iconicity is developed reconciling the linguistic and semiotic approaches to the categorization of this phenomenon, a special type of phonological iconicity – *contextual phonological iconicity* – is proposed, and the conceptual framework to be used in further research on phonological iconicity is elaborated.

Keywords: phonological iconicity, Phonosemantics, sound imitative system, sound symbolic system, contrastive analysis, phonological aspect of authorial rhetoric, language of advertising, translation, localization

SATURS CONTENT

IEVADS	6
Promocijas darba vispārīgs apraksts	7
1. daļa. Lingvistiskais ikoniskums sinhronijā un diahronijā	12
2. daļa. Fonosemantiskā pieeja fonoloģiskā ikoniskuma izpētē ...	15
3. daļa. Skaņu imitāciju sistēmas angļu, latviešu un krievu valodā: sastatāmā analīze	17
4. daļa. Fonoloģiskais ikoniskums tulkošanā	19
5. daļa. Fonoloģiskais ikoniskums ekspresīvajos tekstos	21
6. daļa. Fonoloģiskais ikoniskums operatīvajos tekstos	23
Secinājumi	26
Ieteikumi turpmākiem pētījumiem	28
INTRODUCTION	33
General Overview of the Doctoral Thesis	34
CONTENTS OF THE DOCTORAL THESIS	40
Part 1 “Linguistic Iconicity in Synchrony and Diachrony”	40
Part 2 “Phonosemantic Approach to the Study of Phonological Iconicity”	43
Part 3 “Sound Imitative Systems in English, Latvian and Russian: Contrastive Analysis”	45
Part 4 “Phonological Iconicity in Translation”	48
Part 5 “Phonological Iconicity in Expressive Texts”	50
Part 6 “Phonological Iconicity in Operative Texts”	52
Conclusions	55
Recommendations for further research	58
THESES	59
REZULTĀTU APROBĀCIJA / APPROBATION OF RESULTS	61
LITERATŪRA / REFERENCES	64

IEVADS

Fonoloģiskais ikoniskums kā lingvistiskā ikoniskuma (skaņu imitējošas jeb onomatopoētiskas un skaņu simbolisma sistēmas) piemērs ir pievērsis valodnieku un filozofu uzmanību, kopš sākti pirmie pētījumi par lingvistiskās zīmes motivācijas tematiku. Tomēr sistemātiski šīs parādības pētījumi konkrētajā disciplīnā ir sākti tikai 20. gadsimta otrajā pusē, kad tika iedibināta atsevišķa nozare *fonosemantika*. Disciplīna nodarbojas ar fonoloģiski ikonisku valodas parādību izpēti teorētiskā pamata izstrādi, nodrošinot instrumentus, kas atļauj apkopot, vispārināt un klasificēt pašreizējos rezultātus. Tā kā disciplīna pastāvīgi attīstās, ir ļoti svarīgi izstrādāt metodoloģiju, kas atbilstu mūsdienu pētnieku kopienas prasībām un ļautu lietot modernas instrumentālās pētniecības metodes. Zināšanu kopums par valodas fonoloģiski ikoniskajiem elementiem pieaug, tāpēc ir nepieciešamība vienādot saistīto parādību, proti, skaņu simbolisko un onomatopoētisko vārdu, apakšmorfēmisko vienību un fonoestēmu, klasifikāciju. Tā kā ar fonoloģisko ikoniskumu nodarbojas pētnieki no dažādām pētniecības nozarēm, terminoloģiskās robežas nav noteiktas. Tas, savukārt, rada vēl vienu problēmu, kam jāpievērš uzmanība, veicot starpdisciplināru pētījumu šādā aspektā.

Onomatopoētismi jeb skaņas imitējoši vārdi (turpmāk SIV) visās valodās ir darināti pēc noteiktiem modeļiem; to akustisko formu nosaka dažādi fonotaktiski principi un ierobežojumi, kā arī konkrētu, attiecīgai valodai raksturīgu fonēmu izvēle. Faktori, kas nosaka šo izvēli, ir saistīti ar pašu valodu, tās normām, modeļiem un konvenciju, kā arī ar valodas lietotāju kultūras fonu. Konkrēti vārdi un skaņu kombinācijas dažādu kultūru pārstāvjiem vai dažādu valodu lietotājiem var izraisīt līdzīgas vai pilnīgi atšķirīgas asociācijas par teiktā nozīmi. Līdz ar to fonoloģiskais ikoniskums ir parādība, ko iespējams labāk izprast, pētot to sinhroni sastatāmo pētījumu aspektā. Promocijas darbā detalizētāka uzmanība pievērsta tādiem jautājumiem kā SIV un skaņu simbolisko vārdu (turpmāk SSV) fonētiskā sastāva atšķirības, attiecības starp apzīmējošo akustiskajām formām un asociācijām, ko šādi vārdi rada dažādu valodu runātāju un kultūras pārstāvju prātā, sastatot tieši un netieši fonoloģiski ikonisku vienību izpaušmes trijās darba valodās: angļu, latviešu un krievu.

Promocijas darba vispārīgs apraksts

Pētījuma aktualitāte

Mūsdienās lingvistiskais ikoniskums vispārīgi un it sevišķi fonoloģiskais ikoniskums ir nokļuvuši daudzu starpdisciplināru speciālistu intereses lokā, efektīvi izmantojot tādu nozaru kā filozofijas, valodniecības, neiroloģijas, uzvedības zinātnes, neiropsiholoģijas, kognitīvās zinātnes, semiotikas, kā arī reklāmas un tirdzniecības veicināšanas, informācijas tehnoloģijas un neirolingvistiskās programmēšanas pētījumu metodes un principus. Ikoniskums kā universālu instrumentu kopums arvien vairāk tiek lietots, lai pārvarētu valodas un kultūras barjeras saziņā. Interese par lingvistiskā ikoniskuma dažādu formu pētījumu rezultātu lietišķo lietojumu pastāvīgi pieaug, jo to sekmē ekonomiski, sociāli un saziņas apsvērumi, tādējādi padarot fonoloģiskā ikoniskuma izmantošanas teorētisko pamatu par ļoti plašu un perspektīvu pētījumu lauku.

Pasaules ražošanas un patērēšanas globalizācija, tirgus transnacionāla integrācija un uzņēmējdarbības internacionalizācija ir radījusi vajadzību pēc globālu zīmolu izveides, nosakot nepieciešamību pārnest informāciju dažādām lingvistiskām kopienām. Ņemot vērā, ka dažādas lingvistiskas un kultūras kopienas var raksturot dažādu pakāpju lingvistiskais attālums, ir sarežģīti radīt zīmolu nosaukumus, zīmolu attēlus un reklāmas saukļus, ko vienlīdz labvēlīgi uztvers un interpretēs atšķirīgu valodu runātāji un kultūru pārstāvji. Lai nodrošinātu efektīvu preču reklāmu, tirgzinību speciālistiem jārūpējas, lai kognitīvās, semiotiskās un lingvistiskās iezīmes, kas iekļautas zīmola un saukļa nozīmē, būtu kopīgas pēc iespējas lielākam lingvistiskās un kultūras pārstāvju daudzumam. Firmu un preču nosaukumi, saukļi, paziņojumi, kuru mērķis ir izraisīt paredzamu uztvērēja reakciju, tiek analizēti no fonosemantiskās perspektīvas dažādos zinātniskos, populārzinātniskos un populāros medijos. Ņemot vērā globalizācijas tendences uzņēmējdarbībā, preču starptautiskās tirgzinības nepieciešamību un pieaugošo tulkošanas apjomu, fonoloģiskā ikoniskuma izpausmju sastatāmais pētījums kļūst aktuāls, jo var sniegt vērtīgus teorētiskus un lietišķus rezultātus.

Pētījuma novitāti nosaka vairāki apsvērumi.

1. Promocijas pētījums ir pirmais mēģinājums izstrādāt detalizētu pamatu fonoloģiskā ikoniskuma sastatāmajai analīzei angļu-latviešu-krievu valodas kombinācijā; šīs analīzes rezultātiem var būt augsta pievienotā vērtība tādās jomās kā starptautiskā tirgzinība, uzņēmējdarbība, starpkultūru un tulkošanas studijas.
2. Ņemot vērā sešas atšķirīgas fonoloģiskā ikoniskuma tipoloģijas, izstrādāta jauna fonoloģiskā ikoniskuma tipu klasifikācija, saskaņojot lingvistikas un semiotikas pieeju šīs parādības kategorizēšanā.
3. Pētījumā ierosināts izraudzīties īpašu fonoloģiskā ikoniskuma tipu – *kontekstuālo fonoloģisko ikoniskumu*, kas konstatējams pārsegmenta līmenī, kad mērķtiecīgs neikonisku lingvistisko vienību izvietojums pieļauj nozīmes komunikāciju uz ikoniska pamata.
4. Ņemot vērā, ka pašreiz angļu valodā lietotajā terminoloģijā ir daudz pretrunu un atšķirību, pētījumā izstrādāts detalizēts konceptuālais pamats, ko varētu izmantot turpmākajos fonoloģiskā ikoniskuma pētījumos. Šo konceptuālo pamatu var tālāk pielāgot, lai saskaņotu attiecīgo nozaru terminoloģiju latviešu un krievu valodā.
5. Pēc autoru retorikas fonoloģiskā aspekta analīzes izstrādātas vadlīnijas, kā rīkoties ar fonoloģiskā ikoniskuma izpausmēm ekspresīvo tekstu tulkošanā, ja to nosaka tulkojuma mērķis.
6. Promocijas darbā veikta fonoloģiskā ikoniskuma izpausmju sastatāmā analīze angļu-latviešu-krievu valodas kombinācijā; tās rezultāts ir trilingvāls SIV glosārijs, kas turpmāk izmantojams kā instruments studijām tādās nozarēs kā leksikoloģija, sastatāmās valodu studijas un tulkošanas studijas.

Pētījuma mērķi

1. Izpētīt fonoloģisko ikoniskumu kā lingvistisku un semiotisku parādību sastatāmā perspektīvā, izmantojot starpdisciplināru pieeju tas analīzei un klasifikācijai.
2. Noteikt un klasificēt universālas, relatīvi universālas un konkrētai valodai specifiskas skaņu, skaņu kopu un ikonisku vārdu īpašības angļu, latviešu un krievu valodā.

3. Noteikt, aprakstīt un izstrādāt *kontekstuālā fonoloģiskā ikoniskuma* jēdziena definīciju.
4. Izstrādāt detalizētu fonoloģiskā ikoniskuma tipu klasifikāciju, lai izveidotu teorētisko pamatu šīs parādības izpētei trijās darba valodās.

Pētījuma uzdevumi

- 1) izpētīt lingvistiskās zīmes patvaļības teorijas pamatotību un apjomu, lai nodrošinātu teorētisko pamatu fonoloģiskā ikoniskuma sastatāmajam pētījumam trīs darba valodās;
- 2) saskaņot terminoloģiju, kas izmantota par pamatu lingvistiskā un it sevišķi turpmākajā fonoloģiskā ikoniskuma dažādo formu izpētes procesā;
- 3) izvērtēt ekspresīvo tekstu tulkošanā sastopamās problēmas, ja autora retorikas fonoloģiskais aspekts tulkojumā būtu saglabājams; izstrādāt vadlīnijas, kā rīkoties-problēmu gadījumā;
- 4) izanalizēt fonoloģiskā ikoniskuma nozīmi zīmolu nosaukumu un reklāmu saukļu izstrādē, izmantojot to kā līdzekli paredzamu uztvērēju uzvedības reakciju izraisīšanā gan vienā valodā, gan lokalizācijas procesā.

Pētījuma hipotēze

Valodas ekspresīvo resursu dažādība, kas pamatota fonoloģiskā ikoniskuma principos, arvien vairāk tiek izmantota motivējošā vai manipulējošā vienalodas un daudzvalodu saziņas praksē, kas aktualizē pievēršanos fonoloģiskajam ikoniskumam gan kā lingvistiskai, gan kā semiotiskai parādībai un rosina arvien efektīvāku saziņas formu izstrādi, lai veiksmīgi pārvarētu lingvistiskās un kultūras robežas.

Pētījuma objekts

Skaņu imitēšanas un skaņu simbolisma sistēmas angļu, latviešu un krievu valodā.

Pētījuma priekšmets

Fonoloģiskais ikoniskums sastatāmajā skatījumā.

Pētījuma teorētiskais pamats

Promocijas darba teorētisko pamatu veido daudzu zinātnieku pētījumi par **ikoniskuma veidiem** kā valodas, semiotikas un fonosemantikas parādību: E. R. Andersons (*Anderson*), M. Brēde, D. Bolindžers (*Bolinger*), M. Danesi (*Danesi*), G. Diflots (*Diffloth*), M. Dingemanse (*Dingemanse*), V. Dreslers (*Dressler*), A. Fišers (*Fischer*), O. Fišere (*Fischer*), L. Hintone (*Hinton*), R. Jakobsons (*Jakobson*), O. Jespersens (*Jespersen*), L. Dekīpers (*de Cuypere*), D. Kīss (*Kies*), V. Krofts (*Croft*), K. Masuda (*Masuda*), M. Nenijs (*Nänny*), J. Nikolsa (*Nichols*), V. Nots (*Nöth*), J. Ohala (*Ohala*), P. Pernisa (*Perniss*), Č. Pīrss (*Peirce*), E. Sepīrs (*Sapir*), B. Vorfs (*Whorf*), S. Voronins (*Воронин*); par **sinestēziju**: B. Balla (*Balla*), S. Dejs (*Day*), M. Diksons (*Dixon*), K. Emoreja (*Emmorey*), R. Kitovics (*Cytowic*), L. Markss (*Marks*), M. Sakamoto (*Sakamoto*), A. Ucumi (*Utsumi*); par **tulkošanas teoriju**: M. Beikere (*Baker*), A. Čestermans (*Chesterman*), B. Hatims (*Hatim*), A. Lafevērs (*Lefevere*), H. Lambērs (*Lambert*), I. Meisons (*Mason*), K. Norda (*Nord*), K. Reisa (*Reiss*), K. Šēfnere (*Schäffner*), G. Turijs (*Toury*), A. Veisbergs u. c.

Pētījuma metodoloģija

Promocijas darbā izmantotas kvantitatīvās un kvalitatīvās sastatāmās analīzes metodes, iekļaujot fonosemantisko analīzi un kvalitatīvo novērtēšanu, kas veikta, izskatot 120 angļu valodas SIV un to līdzinieku paraugus latviešu un krievu valodā. Izlase veidota, izmantojot *NVivo 11* programmatūras vaicājuma funkcijas, atlasot visus SIV, kas lietoti analizētajā avota tekstā – Dž. R. R. Tolkīna (*Tolkien*) darbā „Gredzenu pavēlnieks”. Veikta datu statistiskā analīze, izmantojot 117 angļu valodas skaņu ikoniskos celmus, 118 latviešu valodas skaņu ikoniskos celmus un 85 krievu valodas skaņu ikoniskos celmus. Tāpat veikta semiotiskā analīze, satura un konteksta analīze, iekļaujot kognitīvi pragmatisko analīzi, teksta analīzi un autora retorikas analīzi, ņemot vērā tiešā un netiešā fonoloģiskā ikoniskuma izpausmes ekspresīvajos un operatīvajos tekstos, proti, daiļliteratūras un reklāmas tekstos un saukļos. Saukļi angļu un krievu valodā atlasīti divās datubāzēs: www.adslogans.co.uk un textart.ru, kā arī virknē drukāto un tiešsaistes avotu; saukļi latviešu valodā izraudzīti no autentiskiem tekstiem: tiešsaistes un drukātiem reklāmas sludinājumiem, ziņojumiem un plakātiem, kā arī radio un TV reklāmraidījumiem.

Pētījuma teorētiskās daļas nozīme

Pētījuma teorētiskās daļas nozīmi nosaka (1) nepieciešamība izstrādāt vispusīgu pieeju fonoloģiskā ikoniskuma ka valodas un semiotikas parādības analīzei sastatāmā skatījumā, (2) nepieciešamība izstrādāt detalizētu fonoloģiskā ikoniskuma tipu klasifikāciju atbilstoši mūsdienu starpdisciplināro pētījumu prasībām, kā arī (3) nepieciešamība saskaņot terminoloģiju atbilstošajā nozarē.

Pētījuma praktiskās daļas nozīme

1. Vadlīnijas, kā rīkoties ekspresīvo tekstu tulkošanas laikā radušos problēmu gadījumos, ja autora retorikas fonoloģiskais aspekts ir jāpārnes uz tulkojumu, ieteicamas izmantošanai tulkošanas teorijas un prakses kursā.
2. Fonoloģiskā ikoniskuma lietojuma analīzes rezultātus reklāmu un motivējošu saukļu sacerēšanai, sekmēšanai un lokalizēšanai var izmantot sociolingvistikas, komunikācijas zinātnes, starpkultūru saziņas un starptautiskās tirgzinības studiju kursā.
3. Pētījuma procesā sastādīto trilingvālo SIV glosāriju var izmantot speciālisti dažādās nozarēs, kuri strādā angļu-latviešu-krievu valodas sastatījumā.
4. Promocijas darbā iegūtās atziņas par fonoloģisko ikoniskumu var tikt izmantotas kā pamats turpmākajiem pētījumiem darba valodās (angļu, latviešu un krievu) sastatāmā perspektīvā.

Pētījuma rezultātu aprobēšana

Promocijas pētījuma izstrādes gaitā notikusi aktīva līdzdalība starptautiskos tīklošanas pasākumos, kas veltīti ikoniskuma, tulkošanas studiju u. c. radniecīgu tematu pētījumiem. Promocijas pētījuma rezultāti ir prezentēti 14 starptautiskās zinātniskās konferencēs un simpozijos, kā arī atspoguļoti 10 publikācijās, no kurām divas ir iekļautas *ISI Web of Science* datubāzes pamata krājumā un viena – *ERIH+* datubāzē (sk. 52.–53. lpp.). Pētījuma rezultāti ir integrēti Rīgas Tehniskās universitātes Lietišķās valodniecības institūtā docēto kursu studiju programmā *Ievads valodniecībā, Leksikoloģija un stilistika, Profesionālās literatūras mērķlasišana un interpretēšana* un *Valodas starpkulturālie aspekti*.

PROMOCIJAS DARBA SATURA IZKLĀSTS

Promocijas darbu veido ievads, sešas pamata daļas, secinājumi, bibliogrāfija un trīs pielikumi.

1. daļa. Lingvistiskais ikoniskums sinhronijā un diahronijā

Promocijas pētījuma 1. daļā sniegts vispārīgs pārskats par pašlaik pieejamajiem pētījumiem lingvistiskā ikoniskuma jomā, konkrētāk pievēršoties fonoloģiskajam ikoniskumam. Ņemta vērā gan vēsturiskā pieeja, gan mūsdienu nozares pētījumi par šo parādību. Pēdējo 20 gadu laikā ir publicēts liels skaits pētījumu, kas norāda, ka valodā pastāv gan patvaļīgums, gan nepatvaļīgums nominācijā. Tiek piedāvāti jauni pierādījumi stabilas, atkārtotas saiknes esamībai starp formu un nozīmi morfoloģiskā, sintaktiskā un diskursa līmenī (sk. Givón 1984; Croft 2003; Haiman 2008: 35–37). Mūsdienās pētījumi par ikoniskumu valodā ir paplašināti, lai veidotu kompromisu starp dažādām citām ikoniskuma formām, ieskaitot zīmju valodu, uzvedības un neiroloģiskās reakcijas uz ikoniskumu. Nesenie pētījumi par lingvistiskā ikoniskuma nozīmi kognitīvajos procesos aptver plašu tematu loku, piemēram, skaņu ikonu asociācijas kā artikulāciju, darbību un uzvedības modeļus ietekmējošs faktors (Vainio u. c. 2013; 2016; Rabaglia u. c. 2016), ikoniskums kā faktors valodas apguvē, kas ietekmē mnemoniskos procesus (Nygaard u. c. 2009; Lockwood u. c. 2016; Preziosi, Coane 2017), un kategorizācija (Lupyan, Casasanto 2015).

Latvijā ir bijusi pastāvīga un arvien pieaugoša interese par latviešu valodas fonētikas un fonoloģijas jautājumiem. Šajā jomā ir veikts vērā ņemams pētījumu skaits. Var minēt vairākus prominentus zinātniekus, kuri darbojušies šajā jomā, piemēram, E. Liepa (1979), A. Laua (piemēram, 1997), D. Markus (piemēram, 1999; 2000; Markus, Bonda 2014) un J. Grigorjevs (piemēram, 2000). Sastatāmie pētījumi par dažādām lingvistiskā ikoniskuma formām parādījās 20. gadsimta pēdējā desmitgadē, taču pamats šiem pētījumiem tapa 20. gadsimta 50. gados, kad tika publicēti pirmie pētījumi, kuros analizēta latviešu un angļu valodas fonētiskā sistēma. M. Brēde bija pirmā zinātniece, kura pievērsās fonoloģiskajam ikoniskumam angļu-latviešu valodu pārī un aizsāka pētījumus minētajā nozarē (Brēde 1997; 1999a; 1999b).

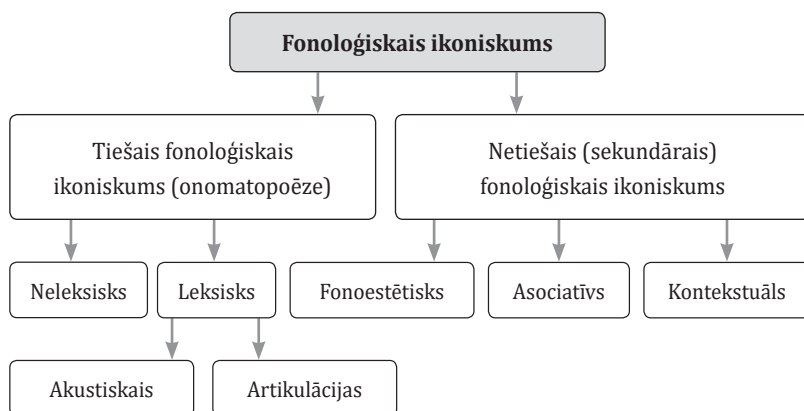
Mūsdienās lingvistisko ikoniskumu kā semiotikas parādību pēta, izmantojot valodas izpētes semiotikas pieeju kā specifisku ikoniskuma gadījumu vai vienu no trim nozīmes tipiem semiotikas vispārīgā izpētē. Lingvistiskā ikoniskuma analīze saistībā ar semiotikas vispārīgo izpēti ir mērojusi garu ceļu no vienkāršas onomatopoēzes jeb skaņu imitācijas ikoniskuma pamatu atpazīšanas (sk. Jespersen 1964) līdz plašai dažādu ikoniskuma izpausmju izpētei valodā un literatūrā (sk. Fischer, Nänny 2001).

Lingvistisko ikoniskumu kā parādību var novērot dažādos valodas organizācijas līmeņos, sākot ar fonoloģisko līmeni – gan apakšsegmenta, gan pārsegmenta līmenī –, un turpinot morfoloģiskā, leksiskā un teksta līmenī. Līdz ar to ikoniskums ir valodā izplatīts un tas var parādīties dažādās formās, ko ne vienmēr atpazīst kā primāri ikoniskas, jo lietošanas gaitā tās pieņēmušas indeksiskas un simboliskas īpašības. Semiotiskās pieejas piemērošana lingvistiskā ikoniskuma izpētē pieļauj plašāku skatu uz ikoniskuma parādību, ko tradicionāli uzskata kā formas un nozīmes attiecību; tas arī pieļauj ietvert citas, ne tik tiešas ikoniskuma formas.

Līdz nesenam laikam lielāko uzmanību šīs nozares izpētē veltīja ikoniskuma analīzei fonoloģiskā un leksikas līmenī, galvenokārt pievēršoties skaņu imitācijas un skaņu simbolisma jautājumiem, taču mūsdienās pētījumu apjoms par lingvistiskā ikoniskuma izpausmēm morfoloģiskā līmenī pieaug, piemēram, par gramatisko ikoniskumu, kam pievērsta uzmanība valodas būtībai veltītā plašā pētījumā (Jakobson 1965); tajā minēti daudzi diskusiju izraisījušie apgalvojumi, piemēram, ka daudzskaitļa formveidošanas (piedēkļa) pievienošana padara vārdu garāku un tādējādi lielāku runātāja uztverē, vārddarināšanas ikoniskumu (piemēram, Anderson 1998; Ungerer 1999; Piller 1999); leksikas līmeņa ikoniskumu (piemēram, Klammer 2001; de Cuypere 2008); sintakses, teksta un diskursa līmeņa ikoniskumu (piemēram, Dressler 1992; Whissel 2000, Perniss u. c. 2010).

1. daļā tiek piedāvāts trīs ikoniskuma principu apraksts: kvantitātes principa, izcēluma principa un tuvuma principa. Ņemot vērā fonoloģiskā ikoniskuma u. c. saistīto parādību definīcijas un tipoloģiju, lai klasificētu dažus konceptus, terminus un izvairītos no iespējamās nekonsekvences terminu lietojumā, konkrētajā pētījumā tiek pieņemta un izmantota tālāk atspoguļotā fonoloģiskā ikoniskuma definīcija un klasifikācija.

Fonoloģiskais ikoniskums ir vārda īpašība, ko nosaka raksturīgas, būtiskas, atkārtotas un relatīvi stabilas nepatvaļīgas saiknes esamība starp (saknes) vārda fonēmām un objekta-denotāta iezīmi, kas pieņemta par apzīmējuma pamatu. Promocijas pētījumā fonoloģiskais ikoniskums kategorizēts šādi (sk. 1. attēlu).



1. attēls. Fonoloģiskā ikoniskuma veidi (© Tatjana Smirnova)

Tādējādi fonoloģiskais ikoniskums ir iedalīts tiešās un netiešās formas kategorijā. Tiešais fonoloģiskais ikoniskums tālāk iedalīts leksiskās un neleksiskās onomatopoēzes apakškategorijā. Tiešo fonoloģisko ikoniskumu vēl tālāk var iedalīt akustiskajā un artikulācijas onomatopoēzes apakškategorijā. Netiešo fonoloģisko ikoniskumu iedala fonoestētiskajā, asociatīvajā un kontekstuālajā ikoniskuma formu apakškategorijā. *Fonoestēzija* ir vispārpieņemta noteiktu skaņu un skaņu kopu asociēšana ar konkrētu nozīmi; *asociatīvais ikoniskums* aptver dažādu izmēru, attālumu, gaišuma utt. simbolismu; *kontekstuālais fonoloģiskais ikoniskums* parādās valodas organizācijas pārsegmenta līmenī, to var aprakstīt ar lielāku konvencionalitātes un konteksta atkarības pakāpi. *Kontekstuālais fonoloģiskais ikoniskums* parādās, kad mērķtiecīgs neikonisku valodas vienību izvietojums pieļauj nozīmes komunikāciju uz ikoniska pamata. Pēc fonoloģiskā ikoniskuma pētījuma konceptuālās struktūras noskaidrošanas šī parādība apskatīta nākamajā pētījuma daļā kā fonosemantiskās analīzes objekts.

2. daļa. Fonosemantiskā pieeja fonoloģiskā ikoniskuma izpētē

Šajā daļā uzmanība pievērsta fonoloģiskajam ikoniskumam saistībā ar fonosemantisko pieeju, aplūkojot fonosemantikas principus, mērķus un likumus. Tiek aprakstītas SIV un to tipoloģijas īpašības. Šajā pētījuma daļā sniegts ieskats arī skaņu simbolisma teorijā, atsaucoties uz to kā netiešo fonoloģisko ikoniskumu, kas ietver tādus aspektus kā īpašības, tipoloģija, skaņu ikoniskā funkcija SSV un fonoestēmās. 2. daļas mērķis ir noteikt skaņu ikoniskuma sistēmu praktiskās analīzes teorētisko pamatu angļu, latviešu un krievu valodā, lai to varētu izmantot pētījuma 3. daļā.

Fonoloģiskais ikoniskums ir pētīts fonosemantikas aspektā saskaņā ar tās principiem un pēc tās likumiem. Fonosemantiskajā pieejā onomatopoēzi uzskata par vides skaņu verbālu atveidi, izmantojot konkrētās valodas līdzekļus. Tiek apgalvots, ka visus SIV veido pēc viena pamatprincipa – lielākajā daļā gadījumu pastāv tieša skanisko elementu atveide ar attiecīgām fonēmām, kas pieder pie tā paša (psiho)akustiskā tipa kā noteiktās skanēšanas elementi, kaut arī atveidi vienmēr raksturo lielāka vai mazāka mēra aptuvenums. Gandrīz visām SIV fonēmām piemīt skaņu ikoniskās īpašības, un SIV sakne ir strukturāli semantiski dalāma. Izteiksmes minimālā vienība, kas tieši saistīta ar satura minimālo vienību onomatopoēzē, ir akustiskais fonemotips. No šāda viedokļa raugoties, akustiskais fonemotips ir līdzīgs morfēmai skaņu neikoniskajā leksikā. SIV darināšana ir ļoti specifisks modelētā vārda darināšanas gadījums.

Savukārt, SSV visvairāk apzīmē objektu dažāda veida kustības, formu, izmēru un struktūru, attālumus, gaismas parādības, gaitas veidu, mīmiku, cilvēku un dzīvnieku emocionālos un fizioloģiskos stāvokļus. Skaņas SSV atvasina to nozīmi no tiešās asociācijas starp skaņām un uztveres elementiem. SSV, kas pārstāv artikulācijas kustības, parāda ļoti augstu universāluma līmeni dažādās valodās. Nozīmes kodēšana skaņu simbolisma leksikas konceptualizācijas procesā tiek saistīta ar sinestēzijas parādību, kas šķietami ir viena no galvenajām skaņu simbolisma psihofizikālā pamata sastāvdaļām (Jakobson 1987; Cytowic 2002). Kognitīvi semiotiskās sistēmās var tikt izmantoti dažādi konceptuāli un valodas instrumenti, lai vienu

un to pašu emocionālo sastāvu kodētu, izraisot konkrētas sinestēziskas reakcijas.

SIV un SSV parādās sintaktiskās un kontekstuālās sakarībās ar citiem valodas elementiem. Kad tie tiek izmantoti kombinācijā ar citiem vārdiem vai konstrukcijām, ļoti bieži tie pieņem specifiskas īpašības un augstāku ekspresivitātes līmeni. Turklāt skaņu simbolisms var parādīties tekstā arī augstākā līmenī par leksikoloģisko, t. i., konkrētu simbolisku nozīmi var izteikt, izmantojot nevis SSV, bet gan noteiktu neikoniskas leksikas vienību izvietošanu. Tātad tiešs un netiešs fonoloģiskais ikoniskums var parādīties tekstā ne tikai leksikas līmenī, t. i., tas tiek īstenots, izmantojot SIV un SSV, bet arī sintaktiskā un pārsegmentālā līmenī, izmantojot tādas valodas izteiksmes līdzekļus kā asonansi, aliterāciju un izpausmes ritmisku izvietošanu. Tādējādi, salīdzinot dažādu valodu skaņu ikoniskas sistēmas, ir nepieciešams salīdzināt ne tikai skaņu ikoniskos vārdus, bet arī dažādas nozīmes ikoniskās izpausmes. Šī iemesla dēļ 2. daļā īpaša uzmanība ir pievērsta *kontekstuālajam fonoloģiskajam ikoniskumam* kā parādībai, kas ir konstatējama augstākos valodas hierarhijas līmeņos, proti, sintaktiskajā un, kas ir daudz svarīgāk, tekstuālajā līmenī. Kā jau iepriekš minēts, konkrētas nozīmes simbolisks atveidojums var tikt īstenots, izmantojot nevis SSV, bet gan neikoniskas leksikas vienību izvietošanu, kas var ikoniski nodot tālāk nozīmi, izteiksmi un emocijas.

Ritms ir viena no ikoniskajām parādībām, kas var parādīties gan valodā, gan ārpus tās. Regulārs ritms (jeb ritmisks paralēlisms) sekmē valodas elementu piederību vienam veselam un tādējādi pastiprina kontekstuāli noteiktu elementu savstarpēju saikni. Semantisks uzsvars šķietami ir fonētiska uzsvara dabisks rezultāts, un šī kategorija arī veido ritma „kinētisko nozīmi”, kas ir līdzīgi konstruēta skaņu secība, uzsverot kinētiskās nozīmes, kas parādās tekstā pēc ikoniskas zīmes principa, t. i., kad pastāv tieša motivētā saikne starp apzīmējamā nozīmi un apzīmējošā fonēmām. Ritms ir balstīts uz vienu no ikoniskuma pamatkategorijām – kvantitatātes principu, kas ir atkārtošana un paralēlisms, jo ritms kļūst spilgti izteikts vien tad, kad pamatu atkārto vairākas reizes. Ritma apzīmējošais spēks ir plaši izmantots tirgdarbībā, publiskajā runā un motivējošā diskursā. Savā ikoniskajā spējā ritms pastiprina nododamo informāciju, padara to atpazīstamu un atmiņā paliekošu,

tas ievieš kārtību izpausmē, padarot to harmoniskāku. Vairāk vai mazāk izteikts ritms ir klātesošs lielākajā daļā veiksmīgu reklāmu un motivējošu saukļu.

2. daļā piedāvāti vairāki novērojumi un secinājumi par tiešu un netiešu fonoloģisko ikoniskumu, kā tas parādās dažādās valodās. Skaņu imitācija ir universāls fenomens, kas demonstrē augstu konsekvences līmeni skaņas/nozīmes atveides modeļos visās valodās. Vienlaikus skaņu simbolisma fenomens, lai arī tas pamatā ir ikonisks, var būt vairāk vai mazāk specifisks valodai un kultūrai. Nozīmes attiecināšanas pamatā konkrētām fonoestēmām ir paraža, katras konkrētas valodas konceptuālā struktūra un individuālie informācijas kognitīvās apstrādes aspekti, ko nosaka subjektīvā pasaules uztvere.

3. daļa. Skaņu imitāciju sistēmas angļu, latviešu un krievu valodā: sastatāmā analīze

Pētījuma 3. daļā aplūkota kvantitatīva un kvalitatīva darba valodu skaņu imitāciju sistēmu sastatāmā analīze, piedāvājot statistisku apskatu par onomatopoēzes gadījumiem, kā tie parādās avotvalodas tekstā. Apskatā iekļauts to SIV saraksts, kas parādās tekstā, un šo vārdu latviešu un krievu valodas līdzinieki, kā arī informācija par to parādīšanās biežumu oriģināltekstā. Ir nepieciešams konkrētizēt, ka atbilstošie latviešu un krievu valodas SIV nav iegūti kvantitatīvi statistiskajā analīzē, kā tas ir angļu valodas SIV gadījumā. Atbilstošie latviešu un krievu valodas SIV nav iegūti, pētot avotteksta tulkojumu versijas, jo tas ir tehniski sarežģīti tekstu autortiesību dēļ. Paralēlo tekstu analīzi varētu veikt nākotnē, ja gan avotteksta, gan tā tulkojumu versijas būtu pieejamas elektroniskajā formātā. Atbilstošie latviešu un krievu valodas onomatopoētiskie vārdi ir iegūti, izmantojot bilingvālo vārdnīcu (*Letonika.lv* un *Tilde* latviešu valodai un *Oxford Russian English Dictionary* un *Large English-Russian Dictionary* krievu valodai). Kvantitatīvie dati par angļu, latviešu un krievu valodas SIV tiek analizēti, lai klasificētu SIV kā *akustiskā* vai *artikulācijas* tiešā fonoloģiskā ikoniskuma eksemplārus, nonākot pie konkrētiem secinājumiem par SIV līdzību un atšķirību angļu, latviešu un krievu valodā, kā arī par specifiskām to fonētiskās konstrukcijas un fonotaktiskās izplatības īpašībām.

Ekspresīvo tekstu pētīšanai kā empīrisko datu avots izvēlēti 120 SIV angļu valodā. Promocijas darbā dots avottekstā izmantoto SIV saraksts, kam seko tabula ar latviešu un krievu valodas SIV, kurus var uzskatīt par angļu valodā uzrādīto vārdu līdziniekiem. Ņemot vērā 120 parauga angļu valodas un to latviešu un krievu valodas līdzinieku statistiskās analīzes procesā iegūtos rezultātus, veikti konkrēti kvantitatīvie novērojumi.

1. 117 angļu valodas skaņu imitējošie celmi atbilst 118 latviešu valodas un 85 krievu valodas skaņu imitējošajiem celmiem.
2. SIV celmi parāda izteiktu tendenci uz vienzilbīgumu – 83 (71 %) angļu valodā, 112 (97 %) latviešu valodā un 63 (47 %) krievu valodā.
3. Fonēmas, kas visbiežāk parādās skaņu imitējošo celmu sākotnējā pozīcijā, ir šādas – angļu valodā: /s/ – 23 vienības, /k/ – 19 vienības, /b/ – 15 vienības; latviešu valodā: /k/ – 23 vienības, /p/ – 13 vienības, /s/ – 11 vienības; krievu valodā: /к/ – 9 vienības, /s/ – 9 vienības, /ʃ/ – 8 vienības, /g/ – 8 vienības.
4. Visbiežāk sastopamās fonoestēmas ir šādas – angļu valodā: /sn/ – 7 vienības, /kl/ – 7 vienības, /kr/ – 8 vienības; latviešu valodā: /kl/ – 10 vienības, /pl/ – 8 vienības, /sp/ – 6 vienības; krievu valodā: /sk/ – 4 vienības, /st/ – 3 vienības, /hr/ – 3 vienības un /gr/ – 3 vienības.
5. Latviešu valodā ir līdzskaņu savienojums, kas ir raksturīga visu SIV lokam, proti, /-kšķ-/ [kʃc], kas parādās kā noslēdzošais skaņu kopā 11 (11 %) celmiem.

Latviešu valodā ir vairāk skaņu imitējošo sakņu vārdu nekā angļu un krievu valodā. Latviešu valoda šķiet produktīvāka un atvērtāka attiecībā uz jaunu vārdu darināšanu nekā abas pārējās darba valodas. Latviešu valodā ir redzams arī lielāks skaits aloformu, kad imitētais skaņas modelis var tikt ikoniski attēlots dažādās saistītās formās (piemēram, *klakšķēt* un *klikšķēt*). Krievu valodā ir mazāk skaņu imitējošo sakņu vārdu nekā angļu un latviešu valodā. Kaut arī analīze veikta, ņemot vērā tikai daļu visu SIV, fakts, ka izlasē krievu valodas SIV skaits ir par vairāk nekā 30 % mazāks attiecīgi angļu un latviešu valodā, ļauj apgalvot, ka šī ir konstanta tendence.

Viens no svarīgākajiem SIV skaņu ikoniski pamatotajiem elementiem ir celma patskaņa skaņa. Angļu, latviešu un krievu

valodas augsta pacēluma priekšējās rindas patskaņiem ir tendence ikoniski apzīmēt ne pārāk skaļas augšējās skaņas. Zema pacēluma patskaņiem un divskaņiem, kuru sastāvā tie atrodas, ir tendence apzīmēt skaļākas zemās skaņas. SIV saknes patskaņu garums parāda atspoguļotās skaņas garumu – garie patskaņi un divskaņi atspoguļo ilgstošas skaņas un īsie patskaņi atspoguļo īsākas skaņas.

Daudzi SIV angļu, latviešu un krievu valodā demonstrē ļoti augstu fonētiskās struktūras līdzības pakāpi, taču to morfoloģiskā struktūra atšķiras atkarībā no valodas.

Skaņu imitācija ir fenomens, kas pastāvīgi attīstās, un valodas lietotāji pastāvīgi rada jaunus SIV. Vārdnīcas bieži vien tos laikus nespēj iekļaut, kaut arī kopīgas valodas runātāji šos vārdus saprot pat tad, ja viņi tos nelieto. Šis empīriskais novērojums apstiprina divu secinājumu pareizību:

- 1) SIV tiešām ir darināti pēc konkrēta modeļa, un valodas lietotāji šo modeli atpazīst,
- 2) jebkuras valodas skaņu imitēšanas sistēmas pētījums un analīze būtībā nav pabeidzama, jo valodā nepārtraukti parādās jauni SIV.

Skatoties uz SIV kā uz valodas parādību, kas jāpārnes no vienas valodas otrā, promocijas pētījumā secināts, ka nozīmes un izteiksmes zudumu tulkojumā (kas notiek tāpēc, ka angļu un krievu valodā ir mazāk skaņu imitējošo celmu nekā latviešu valodā) var kompensēt ar leksiskiem un gramatiskiem līdzekļiem, t. i., ar leksisko papildinājumu un gramatisko transformāciju.

4. daļa. Fonoloģiskais ikoniskums tulkošanā

Šajā pētījuma daļā aptverti jautājumi, kas attiecas uz tulkošanas studiju nozari, koncentrējoties uz ekspresīvo un operatīvo tekstu tulkošanu. Valodas ikoniskuma fenomens regulāri parādās ekspresīvajos un operatīvajos tekstos gan vārda, gan augstākos līmeņos; tā pārnese, atveidošana un lokalizācija interlingviskajos nosacījumos potenciāli var radīt tulkošanas problēmas. Autentiskus un pamatotus secinājumus, kas respektē fonoloģisko ikoniskumu, var izdarīt tikai tad, ja šīs parādības skata darbībā, t. i., lingvistiskā un situāciju kontekstā, tāpēc nepieciešams raksturot šo kontekstu, ievērojot literārā un reklāmmateriāla diskursa darbības aspektus sastatāmā perspektīvā.

Dažādu valodas parādību sastatīšana un pretstatīšana starp valodām, ja parādības ir sintagmatiskā kontekstā tekstuālā līmenī, visbiežāk tiek asociēta ar tulkošanu. Sastatītie teksti var sniegt ļoti nozīmīgu informāciju, kas attiecas uz attiecīgā fenomena darbību tādā pašā vai līdzīgā situācijas kontekstā dažādās valodās, ja šie teksti ir vienas izpausmes tulkojuma versijas.

Ņemot vērā, ka darba turpinājumā iekļautā analīze saistīta ar tulkošanu, pētījuma 4. daļā piedāvāts ieskats vispārējā tulkošanas teorijā un jautājumā par stilistisko efektu saglabāšanu tulkojumā, kā arī iztīrāta pieeja tulkošanai no ekspresīvo un operatīvo tekstu skatupunkta. Tāpat šajā daļā piedāvāts sastatāmās analīzes paraugs, apskatot lokalizētas saukļu versijas darba valodās.

Modernā tulkošanas teorija ir balstīta uz konceptu par tulkojumu, kas orientēts uz mērķauditoriju, tulkojot avottekstu ar dažādām piemērošanas pakāpēm, lai nodrošinātu, ka mērķteksts īsteno tā primāro funkcionālo nolūku, ko nosaka tulkojuma mērķis skopos. No tulkotāja tiek sagaidīta atbildības uzņemšanās par to, lai tulkojums būtu adekvāts un atbilstu ierosinātāja un saņēmēja gaidām. Turklāt no daļlīdētāras tulkotāja tiek sagaidīta ne tikai avotvalodas atveide atsevišķi formā, saturā vai nozīmē, bet arī tās izteiksmē. Modernā tulkošanas teorija pieļauj valodas saglabāšanu vai tās piemērošanu mērķvalodai dažādās pakāpēs. Šie varianti var parādīties avotvalodas formas, nozīmes, funkcijas, satura un efekta aspektā. Nav konvencionāli noteiktas saglabāšanas vai adaptācijas pakāpes, tāpēc tulkotājam šī pakāpe ir jāpiemēro katram atsevišķam tulkojumam, ņemot vērā ierosinātāja un saņēmēja prasības.

Konkrēta autora izmantoto fonētisko izteiksmes līdzekļu atveidojums, t. i., avotteksta autora retorikas fonoloģiskā aspekta pārņemšana, var radīt tulkošanas problēmu. Tādi fonoloģiskā ikoniskuma eksemplāri, kas atklājas vārdu līmenī kā SIV un SSV, var tikt pārnesti relatīvi vienkāršā veidā, un, ja neeksistē ekvivalenta leksika, var izmantot tādus kompensācijas mehānismus kā paskaidrojošais tulkojums vai transkripcija. Tekstā pastāvošā kontekstuālā fonoloģiskā ikoniskuma atveide, ja tā atrodas augstākā līmenī par vārdu, ir sarežģīta, jo tulkotājam vienlaikus būtu jāatveido pašreizējā informācija, stils un avotvalodas tulkošanas vienību estētiskais efekts. Šādā gadījumā nav iespējams izvairīties no zināma nozīmes un nokrāsas zuduma. Tāpēc tulkotājam, kurš tiešām

mēģina saglabāt autora retorikas fonētisko aspektu mērķtekstā augstākajā iespējamajā pakāpē, būtu jāatrod smalks līdzsvars starp avotteksta stilistisko nokrāsu un iespējamu tās semantisku un stilistisku zudumu.

Operatīvo tekstu tulkošana ir viens no lielākajiem izaicinājumiem, ar ko tulkotājam var nākties saskarties. Operatīvajiem tekstiem ir tendence būt daudzfunkcionāliem, tāpēc nodrošināt, ka mērķteksts šīs funkcijas veic bez zināma pragmatiska zaudējuma, ne vienmēr ir iespējams. Šāda veida tekstu tulkojumos ir svarīgi ņemt vērā faktu, ka saturs var būt pakārtots formai un informācijas vērtība var tikt samazināta līdz minimumam.

Pēc tulkošanas metožu un problēmu pārskata sasaistes ar novērojumiem par apskatāmās parādības sastatāmās analīzes objekta izvēli, promocijas darbā radušies šādi secinājumi:

- 1) sastatot parādību vārdu līmenī, konteksts nav nepieciešams, taču tas vienmēr ir jāņem vērā, sastatot kontekstuālā fonoloģiskā ikoniskuma piemērus,
- 2) kontekstuālā fonoloģiskā ikoniskuma pārnese ir sarežģīts uzdevums, kas var radīt problēmas, un tā izpilde dažkārt var nebūt iespējama.

5. daļa. Fonoloģiskais ikoniskums ekspresīvajos tekstos

Nākamā pētījuma daļa apskata fonoloģiskā ikoniskuma izmantošanas analīzi ekspresīvajos tekstos. Ir iztirzāta problēma, kas saistīta ar fonētisko stilistisko līdzekļu atveidi ekspresīvās prozas tulkošanā. Šajā daļā par sastatāmās analīzes objektu piedāvāts izvēlēta literārā darba un tā tulkojuma versiju pārskats, izvērtējot tos pēc funkcionālās tulkošanas teorijas kritērijiem. Lai analizētu un ilustrētu metodes un paņēmienus, ko tulkotājs varētu izmantot avotteksta autora retorikas pārnesei no vienas valodas otrā, par analīzes objektu ir izvēlēts Dž. R. R. Tolkīna izcilais darbs „Gredzenu pavēlnieks” un tā tulkojumu versijas.

Tiek piedāvāts plašs empīriskais materiāls, aptverot 18 fonoloģisko izteiksmes līdzekļu lietojuma piemērus, kas ir īstenoti kā fonoloģiskā ikoniskuma izpausmes avottekstā un tā tulkojuma trīs versijās – vienu latviešu valodā un divas krievu valodā. Izmantoto tulkošanas metožu analīze un iegūtie mērķteksti atļauj noteikt vispārējās tendences autora retorikas pārnesei divās avotvalodās.

Pēc dažādu tiešā un netiešā fonoloģiskā ikoniskuma izpaušmju analīzes ekspresīvajos tekstos ir noteiktas vairākas vispārīgas tendences. Onomatopoēze galvenokārt ir universāla un noteiktai valodai mazāk raksturīga parādība. Lielākā daļa angļu valodas SIV var tikt atveidoti ar latviešu vai krievu valodas līdziniekiem, kas ne tikai apzīmē to pašu nozīmi, bet ir arī līdzīgi fonētiskās struktūras ziņā. Daudzām skaņām avota un mērķvalodā ir tā pati ikoniskā vērtība – vibrējoša, rīboša skaņa tiek imitēta ar skaņas [r] atkārtošanu; rezonējoša metāliska skaņa tiek imitēta ar nazālo skaneni, kas izmantots SIV beigu daļā; skaņu kopa (eksplozīvs līdzskanis + /r/) tiek izmantota, lai atveidotu skaņu, kas rodas īsā kontaktā starp divām virsmām un sabrukšanas skaņu; nebalsīgs berzenis apzīmē šņākšanu. Ir skaņas, kurām vai nu nav tādas pašas ikoniskās vērtības vai arī tās imitē, balstoties uz konkrētas valodas tradīcijām, piemēram, pilēšanas skaņa vai rīkles skaņa, bet, kopumā skatoties, viss skaņu imitācijas mehānisms angļu, latviešu un krievu valodā ir ļoti līdzīgs. Visās trīs valodās skaņu imitācija atspoguļojas ne vien leksikas līmenī, t. i., SIV formā, bet arī teksta līmenī. Skanēšanas atveidi var veikt, izmantojot konkrēto skaņu aliterāciju un asonansi.

Skaņu simbolisms ir fenomens, kas vairāk tiecas sekot tradīcijai. Dažu skaņu un skaņu kopu simboliskā vērtībā var būt valodai vairāk vai mazāk specifiska. Turklāt skaņu simbolisma izpaušmes konkrētā valodā dažreiz ir patvaļīgas. Ir relatīvi konstanti skaņu simbolisma gadījumi, bet pastāv arī tādi gadījumi, ko varētu saukt par *ad hoc* vai *kontekstuālu* skaņu simbolismu – parādību, kas var parādīties tekstā, kad skaņas vai skaņu kopas iegūst specifisku nozīmi tikai konkrētā kontekstā, t. i., tās tiek izmantotas metaforiski. Dažas relatīvi stabilas skaņu simbolisma izpaušmes ir universālas, tāpēc tās iespējams pārnest no vienas valodas otrā, taču *ad hoc* skaņu simbolisms vienmēr ir samērā patvaļīgs un raksturīgs kontekstam, tāpēc tā adekvāts atveidojums ne vienmēr ir iespējams.

Ritms ir universāla parādība, tāpēc ritmisku izteiksmes izvietojumu, kas lietots, lai ikoniski pārnestu vai pastiprinātu kādu nozīmi, viegli var atveidot jebkurā mērķvalodā. Laiku pa laikam adekvātu informācijas un oriģināla stilistiskās un estētiskās vērtības atveidi nosaka gadījuma rakstura avota un mērķvalodas skaņu ikoniskuma sistēmu nesakritība. Tajā pašā laikā vēl viens svarīgs faktors, kas

ietekmē fonoloģiskā ikoniskuma saglabāšanas pakāpi mērķtekstā, ir pieeja tulkojumam, ko izvēlēties katrs tulkotājs. Ir secināts, ka fonoloģiskā ikoniskuma izpausmi avottekstā potenciāli ir iespējams atveidot mērķvalodā, ja tas nepieciešams tulkojuma mērķim.

6. daļa. Fonoloģiskais ikoniskums operatīvajos tekstos

Šajā pētījuma daļā aplūkota reklāmu un motivējošo saukļu analīze sastatāmā perspektīvā ar mērķi izprast un konstatēt iespējas un ierobežojumus tirgdarbības un iedvesmojošu vēstījumu lokalizācijā starp darba valodām (angļu, latviešu un krievu). Saukļi, kas iekļauti paraugā, ir radīti, izmantojot vismaz vienu fonoloģiskā ikoniskuma gadījumu, piemēram, aliterāciju, asonansi, ritmisku izteiksmes izvietojumu, ko papildina citas ikoniskās nozīmes atveidojuma formas; tātad tās sniedz perfektu objektu, lai iedibinātu universālas, relatīvi universālas un valodai specifiskas fonoloģiskā ikoniskuma izpausmes operatīvajos tekstos.

Ekonomikas tendences, kas parādījās 20. gadsimta vidū un ko raksturo pasaules ražošanas un patērēšanas globalizācija, ir ieviešanas nepieciešamību pēc globālu zīmolu attīstības un radījušas jaunus izaicinājumus, kas saistīti ar preču un pakalpojumu tirgdarbību starptautiskā mērogā. Transnacionāla tirgu integrācija un uzņēmējdarbības internacionalizācija rada nepieciešamību pēc informācijas pārneses starp dažādām lingvistiskām kopienām, lai vērstos pie plašākas auditorijas universāli saprotamā un pievilcīgā veidā. Ņemot vērā, ka dažādas lingvistiskas un lingvistiski kulturālas kopienas var raksturot dažādu pakāpju lingvistiskais attālums, ir diezgan sarežģīti radīt zīmolu nosaukumus un attēlus, kā arī reklāmu saukļus, ko labvēlīgi uztvers un interpretēs dažādu valodu runātāji un dažādu kultūru pārstāvji. Līdz ar to reklāmtekstu veidotājiem un zīmolu vadītājiem jāuzņemas tirgdarbības vēstījuma izstrādes izaicinājums, kas ietekmētu patērētāju pirkšanas lēmumus visā pasaulē. Tirgdarbības speciālistiem ir svarīgi, lai universālas kognitīvas, semiotiskas un lingvistiskas iezīmes būtu iekļautas zīmola un saukļa nozīmē, tādējādi nodrošinot efektīvu preču reklāmu.

Ikoniskumu kā universālu instrumentu kopumu arvien vairāk lieto, lai saziņā pārvarētu nacionālas un kulturālas robežas. Valodas izteiksmes resursus, kas balstīti uz fonoloģiskā ikoniskuma principiem, var izmantot, lai veiktu komunikatīvo funkciju. Tas padara šos

resursus par izcilu instrumentu pārliecinošā un manipulējošā komunikācijā, it sevišķi operatīvo tekstu sagatavošanā. Tirgotāji apliecina fonētisko izteiksmes līdzekļu nozīmi zīmolu nosaukumu un reklāmu saukļu izstrādē; šo parādību apzināti izmanto, lai ietekmētu uztvērēja uzvedību. Gan tiešo, gan netiešo fonoloģisko ikoniskumu plaši lieto zīmolu nosaukumu veidošanā, un šajā jomā pieaug eksperimentālo pētījumu skaits. Tās zīmola īpašības, ko visbiežāk izplata, izmantojot netiešu *fonoastētisko* ikoniskumu, ietver sievišķību/vīrišķību, gaišumu/košumu un maigumu/raupjumu. Bieži izmanto arī *asociatīvo* ikoniskumu (izmēra simbolismu).

Dažādo ikoniskuma formu potenciāls kā veids, lai izplatītu vēstījumus starp valodām un kultūrām, ir novērtēts daudzos pētījumos, taču līdz šim brīdim vislielākā interese ir koncentrēta uz universālo grafiskā un attēlu ikoniskuma pievilksanas spēku. Plašs pētījums par semantiskā un emocionālā satura ikonisku attēlojumu var sekmet izpratni par procesiem, kas ir pamatā sajūtu un emocionālās pieredzes konceptualizācijai, it īpaši starpvalodu situācijā.

Gadījumos, kad jātulko vai jālokalizē tirgdarbības vai iedvesmojoši vēstījumi, lai tie būtu pievilcīgi dažādām lingvistiskām kopienām, jāapdomā nozīmes ikoniskās atveides aspekti sastatāmā perspektīvā, ņemot vērā kultūrā sakņotus pieņēmumus. Informācijas kodēšana ir tradīcijās sakņots priekšmets, kas var būt nacionāls, lokāls, daži var būt formāli vai ar likumīgu statusu, citi attiecas uz kultūru un ar tiem var manipulēt. Izaicinājumus, kas saistīti ar fonoloģiskā ikoniskuma izpausmju pārneš starp valodām, kontrolē emocionālā satura konceptualizācijas un verbalizācijas atšķirības, kas balstītas konkrētās valodas uzbūvē.

Pārsegmentālas sinestēziskas metaforas reti parāda augstu tulkojamību, it īpaši, ja valodas ir no dažādām valodu saimēm. Ritms ir vienīgais ikoniskais elements, ko var vienkārši reproducēt starpvalodu tulkošanas procesā. Tajā pašā laikā sinestēziskas metaforas, kas balstītas konkrētā skaņu vai skaņu kopu izvietojumā, t. i., veidotas, izmantojot aliterācijas, asonanses un konsonanses līdzekļus, tulkojumā bieži neitralizē vai izlaiž. Līdz ar to fonoloģiskā ikoniskuma lietojuma izteiktais efekts avotvalodā lielākoties zūd.

Pēc valodas ikoniskuma resursu lietojuma analīzes visās promocijas darbā analizētajās valodās ir secināms, ka angļu valodā šos resursus lieto daudz plašāk, turklāt to lietojuma efekts ir izteiktāks

un izsekojamāks. Tas skaidrojams ar faktu, ka tirgdarbības nozare, kas reklamē preces un pakalpojumus latviešu un krievu valodā runājošā vidē, ir attīstības stadijā. Vienlaikus tas paver plašāku tirgus potenciālu pētījumiem šajā nozarē. Turpmāka to metožu analīze, kas norāda, kā ritms, onomatopoēze, aliterācija, asonanse un sintētiskās metaforas var tikt izmantotas operatīvo tekstu izveidē gan vienas valodas robežās, gan starp valodām, var sekmēt efektīvu un universāli pievilcīgu tirgdarbības un iedvesmojošu kampaņu attīstību, kas spēj sasniegt auditoriju globālā mērogā.

NOBEIGUMS

Pēdējās desmitgades raksturo pieaugoša interese par ikoniskumu valodā un literatūrā, kā arī palielinās eksperimentālo un instrumentālo pētījumu skaits, kas pievēršas ikoniskumam, attiecībām starp dažādām ikoniskuma formām, it īpaši ikoniskumam kognitīvajā modelēšanā. Daudzi zinātnieki pēti fonoloģiskā ikoniskuma jautājumus un tādas šī lingvistiskā ikoniskuma izpausmes kā onomatopoēze un skaņu simbolisms saistībā ar tematiem par valodas izcelšanos, etimoloģiju, runas ekspresivitāti un valodas zīmes motivāciju.

Lingvistisko ikoniskumu kā parādību var novērot dažādos valodas organizācijas līmeņos, fonoloģiskā līmenī – gan apakšsegmenta, gan pārsegmenta līmenī –, morfoloģiskā, leksiskā un teksta līmenī. Analizējot parādības, kas izmantotas kā šī promocijas darba pētījuma objekti, tiek ņemti vērā trīs ikoniskuma principi – kvantitātes princips, izcēluma princips un tuvuma princips.

Promocijas darbā izdarītie secinājumi var būt noderīgi gan teorētiskā, gan praktiskā nozīmē tādu profesiju pārstāvjiem kā valodniekiem, kuru uzmanības centrā ir ikoniskuma parādības analīze, terminologiem un terminogrāfiem, kuri ir atbildīgi par terminu saskaņošanu un vienādošanu, un tulkotājiem, kuriem jārisina ar fonoloģiski ikoniskiem elementiem saistītas problēmas dažādās valodās.

Secinājumi

- Fonoloģiski ikoniski valodas elementi veido sintaktiskas un kontekstuālas sakarības ar citiem valodas elementiem un bieži pieņem specifiskas īpašības un augstāku ekspresivitātes līmeni, kad tos izmanto kombinācijā ar citiem vārdiem vai konstrukcijām. Ņemot vērā konteksta lielo ietekmi uz fonoloģiskā ikoniskuma izpausmi tekstā, promocijas darbā ierosināts jauns fonoloģiskā ikoniskuma veids – *kontekstuālais fonoloģiskais ikoniskums*, kas parādās valodas organizācijas pārsegmenta līmenī un ko var aprakstīt ar lielāku konvencionalitātes un konteksta atkarības pakāpi. Kontekstuālais fonoloģiskais ikoniskums parādās, kad

mērķtiecīgs neikonisku valodas vienību izvietojums pieļauj nozīmes komunikāciju uz ikoniska pamata.

- Promocijas darbā analizētas darba valodu sastatāmās skaņu ikoniskuma sistēmas un nozīmes ikoniskuma atveidojumi augstāk par vārda līmeni, jo fonoloģiskais ikoniskums var parādīties tekstā ne tikai leksikas līmenī. Secināts, ka noteikta simboliska konkrētas nozīmes atveide var tikt īstenota, izmantojot nevis ikoniskus vārdus, bet gan konkrētu neikoniskas leksikas vienību izvietojumu.
- Pēc sešu fonoloģiskā ikoniskuma tipu klasifikācijas izpētes promocijas darbā piedāvāta vispusīga klasifikācija, kas izmantota turpmākā pētījuma gaitā. Klasifikācija ļauj aplūkot fonoloģiski ikoniskas parādības pārsegmenta, vārda un augstākā līmenī, koncentrējoties uz vārda nomināciju un nozīmi neatkarīgi no līmeņa, kurā tās parādās.
- Dažādo ikoniskuma formu potenciāls kā līdzeklis, lai izplatītu vēstījumus starp valodām un kultūrām, ir novērtēts neskaitāmos pētījumos, taču līdz šim brīdim vislielākā uzmanība ir pievērsta universālajam grafiskā un attēlu ikoniskuma pievilksanas spēkam. Visaptverošs pētījums par semantiskā un emocionālā sastāva ikonisku attēlojumu var sekmēt izpratni par procesiem, kas ir pamatā sajūtu un emocionālās pieredzes konceptualizācijai, it īpaši starpvalodas situācijā.
- Statistiskās un sastatāmās angļu, latviešu un krievu valodas SIV analīzes rezultāti promocijas darbā liecina, ka vislielākais skaņu imitējošo celmu skaits ir latviešu valodā. Krievu valodā ir mazāk skaņu imitējošo celmu nekā angļu valodā, taču krievu valodas SIV celmi ir produktīvāki. Daudzi SIV angļu, latviešu un krievu valodā uzrāda ļoti augstu līdzības pakāpi to fonētiskajā struktūrā, taču SIV morfoloģiskā struktūra atšķiras atkarībā no valodas. Nozīmes un izteiksmes zudumu, ko tulkojumā var izraisīt darba valodu skaņu imitējošo sistēmu nesakritība, var kompensēt ar leksiskiem un gramatiskiem līdzekļiem, t. i., ar leksisko papildinājumu un gramatisko transformāciju.
- Sasaistot tulkošanas metožu un problēmu analīzi ar apskatāmās parādības sastatāmās analīzes objekta izvēles pārdomām, izdarāmi secinājumi: (1) konteksts nav nepieciešams, sastatot parādību vārdu līmenī, taču tas vienmēr ir jāņem vērā, sastatot

kontekstuālā fonoloģiskā ikoniskuma piemērus; (2) kontekstuālā fonoloģiskā ikoniskuma pārnese ir ārkārtīgi sarežģīts uzdevums, kura izpilde var radīt problēmas. Fonoloģiskā ikoniskuma izpaušmes avottekstā var atveidot mērķvalodā, ja tas ir nepieciešams tulkojuma mērķim.

- Konkrēta autora izmantoto fonētisko izteiksmes līdzekļu atveidojums, t. i., avotteksta autora retorikas fonoloģiskā aspekta pārnešana, var radīt tulkošanas problēmu. Tādi fonoloģiskā ikoniskuma eksemplāri kā tieši vai netieši fonoloģiski ikoniski vārdi vai SIV un SSV var tikt pārnesti relatīvi vienkāršā veidā, un, ja trūkst atbilstošas leksikas, var izmantot tādus kompensācijas mehānismus kā paskaidrojošais tulkojums vai transkripcija.
- Tekstā pastāvošā kontekstuālā fonoloģiskā ikoniskuma atveide ir sarežģīta, jo tulkotājam vienlaikus būtu jāatveido pašreizējā informācija, stils un avottvalodas tulkošanas vienību estētiskais efekts, un šādā gadījumā nav iespējams izvairīties no zināma nozīmes un nokrāsas zuduma. Tāpēc tulkotājam, kurš mērķtekstā tiešām mēģina saglabāt autora retorikas fonētisko aspektu augstākajā iespējamajā pakāpē, būs jāatrod smalks līdzsvars starp avotteksta stilistisko nokrāsu, semantiku un stilistisku zudumu.
- Pēc manipulējošās reklāmas valodas ikoniskuma resursu lietojuma analīzes visās darba valodās secināms, ka angļu valodā šos resursus lieto daudz plašāk un ka to lietojuma efekts ir izteiktāks un izsekojamāks. To var skaidrot ar faktu, ka tirgzinības nozare, kas reklamē preces un pakalpojumus latviešu un krievu valodas runājošā vidē, ir attīstības stadijā, jo tā parādījusies salīdzinoši nesen, taču tas paver plašāku tirgus potenciālu radīt papildu vērtību, apzināti izmantojot valodas ikoniskuma resursus.

Ieteikumi turpmākiem pētījumiem

Turpmākos pētījumos varētu būt lietderīgi sastādīt trilingvālu skaņu ikonisko vārdu un tekstu krājumu, kas dotu iespēju pētīt šo parādību gan *sinhroniski*, t. i., salīdzināt, kā šie vārdi tiek izmantoti dažādos žanros, lai redzētu, kāda rezultāta sasniegšanai tie izmantoti, gan *diahroniski*, lai dokumentētu izmaiņas valodā. Diahronisko analīzi var veikt, salīdzinot lingvistiskā ikoniskuma izpaušmes folklorā un daīlliteratūrā.

Operatīvie teksti ir labs fonosemantiskās analīzes objekts to nespontānā rakstura un izteiktā stilistiskā iezīmējuma dēļ, kā arī tāpēc, ka tie veidoti, lai mērķauditorijas reakcija būtu paredzama. Turpmāka to metožu analīze, kas norāda, kā ritms, onomatopoēze, aliterācija, asonanse un sintestēziskās metaforas var izmantot operatīvo tekstu izveidē gan vienā valodā, gan starp valodām, var sekmēt efektīvu un globāli pievilcīgu tirgzinību un iedvesmojošu kampaņu attīstību, kas spēj sasniegt auditoriju plašā mērogā.

Lietišķajai fonoloģiskā ikoniskuma izpausmju analīzei latviešu valodā veidotajos operatīvajos tekstos ir lielisks tirgus potenciāls. Instrumentāls pētījums, kurā izmantotas kognitīvās, neirolingvistikas un psiholingvistikas metodes par to, kā latviešu valodas runātāji uztver konkrētas skaņas un fonoestēmas, kā arī par to, vai konkrēts zīmola nosaukums vai sauklis var izraisīt prognozējamu ietekmi uz pircēju uzvedību, ir pelnījis uzmanību. Šāda pētījuma rezultātus būtu iespējams komercializēt.

TĒZES

1. Fonoloģiski ikoniski valodas elementi veido sintaktiskas un kontekstuālas sakarības ar citiem valodas elementiem un bieži pieņem specifiskas īpašības un augstāku ekspresivitātes līmeni, kad tos izmanto kombinācijā ar citiem vārdiem vai konstrukcijām. Ņemot vērā konteksta lielo ietekmi uz fonoloģiskā ikoniskuma izpausmi tekstā, promocijas pētījumā ierosināts jauns fonoloģiskā ikoniskuma veids – *kontekstuālais fonoloģiskais ikoniskums*, kas parādās valodas organizācijas pārsegmenta līmenī un ko var aprakstīt ar lielāku konvencionalitātes un konteksta atkarības pakāpi.
2. Promocijas darbā izstrādāta jauna vispusīga fonoloģiskā ikoniskuma tipu klasifikācija uz sešu saistīto parādību klasifikāciju pamata. Jaunā klasifikācija ļauj aplūkot fonoloģiski ikoniskas parādības pārsegmenta, vārda un par vārdu augstākā līmenī, koncentrējoties uz to nomināciju un nozīmi neatkarīgi no līmeņa, kurā tās parādās.
3. Vislielākais skaņu imitējošo celmu skaits ir latviešu valodā. Krievu valodā ir mazāk skaņu imitējošo celmu nekā angļu valodā, taču krievu valodas skaņu imitējošo vārdu celmi ir produktīvāki. Daudzi SIV angļu, latviešu un krievu valodā uzrāda augstu līdzības pakāpi to fonētiskajā struktūrā, taču to morfoloģiskā struktūra atšķiras atkarībā no valodas. Nozīmes un izteiksmes zudumu, ko tulkojumā var izraisīt darba valodu skaņu imitējošo sistēmu nesakritība, var kompensēt ar leksiskiem un gramatiskiem līdzekļiem, t. i., ar leksisko papildinājumu un gramatisko transformāciju.
4. Konkrēta autora izmantoto fonētisko izteiksmes līdzekļu atveidojums, t. i., avotteksta autora retorikas fonoloģiskā aspekta pārņemšana, var radīt tulkošanas problēmu. Tādi fonoloģiskā ikoniskuma eksemplāri kā tieši vai netieši fonoloģiski ikoniski vārdi vai SIV un SSV var tikt pārnesti relatīvi vienkāršā veidā, un, ja trūkst atbilstošas leksikas, var izmantot tādas kompensācijas mehānismus kā paskaidrojošais tulkojums vai transkripcija.
5. Manipulējošās reklāmas valodas ikoniskuma resursu lietojuma analīze visās darba valodās ļauj secināt, ka angļu valodā šos resursus lieto daudz plašāk un to lietojuma efekts ir izteiktāks un

izsekojamāks. To var izskaidrot ar faktu, ka tirgzinības nozare, kas reklamē preces un pakalpojumus latviešu un krievu valodas runājošā vidē, parādījusies salīdzinoši nesen, taču tas paver plašāku tirgus potenciālu radīt papildu vērtību, apzināti izmantojot valodas ikoniskuma resursus.

UNIVERSITY OF LIEPAJA



Tatjana Smirnova

**PHONOLOGICAL ICONICITY IN EXPRESSIVE
AND OPERATIVE TEXTS:
CONTRASTIVE PERSPECTIVE**

Summary of the Doctoral Thesis
Submitted for the Conferment of the Doctoral Degree in Philology
Subfield: Comparative and Contrastive Linguistics

RTU Press 2018

INTRODUCTION

Phonological iconicity as an instance of linguistic iconicity has attracted attention of linguists and philosophers since the first studies on the matter of motivation of linguistic sign were undertaken. However, systematic studies of this phenomenon within the framework of a definite discipline started to be carried out only in the second half of the 20th century, when the discipline of *Phonosemantics* was established. The discipline deals with the development of the theoretical basis for the study of sound iconic language phenomena, providing the tools that allow summarizing, generalizing and classifying the existing findings in the field. As the discipline is constantly evolving, consistent efforts should be made to develop a new research methodology that meets the requirements of the contemporary research community and allows employing modern methods of instrumental research. As the body of knowledge on the phonologically iconic elements of the language is growing, there is a need to unify classifications of the related phenomena, namely, sound symbolic and onomatopoeic words, submorphemic units and phonaesthemes. Moreover, since phonological iconicity is addressed by scholars from different fields of research, the terminological framework is not consistent, which is yet another challenge to be addressed conducting comprehensive cross-disciplinary research in the field.

Onomatopoeic words are constructed according to definite patterns in all languages and their acoustic form is conditioned by different phonotactic principles and constraints and the choice of definite phonemes characteristic of particular languages. The factors that determine this choice concern the language itself, its norms, patterns, and conventions, as well as the cultural background of the language users. Particular sounds and sound clusters may trigger similar or absolutely different associations in relation to meaning among representatives of different cultures or speakers of different languages. Therefore, phonological iconicity is the phenomenon that may be better understood studying it synchronically in the course of contrastive studies. Such issues as the differences in the phonetic composition of sound imitative and sound symbolic words, relationships between the acoustic forms of the signifiers

and associations such words induce in the minds of representatives of different linguistic and cultural backgrounds will be addressed in greater detail in the Doctoral Thesis by contrasting the manifestations of directly and indirectly phonologically iconic units in three working languages: English, Latvian and Russian.

General Overview of the Doctoral Thesis

Topicality of the Research

Nowadays, linguistic iconicity in general and phonological iconicity in particular has become the focus of interest of specialists in many interdisciplinary fields, which have emerged making efficient use of the research methods and principles of such areas as psychology, linguistics, neurology, behavioral studies, neuropsychology, cognitive science, semiotics, advertising and promotion, information technologies, and neurolinguistic programming. Iconicity as an aggregate of universal tools is increasingly applied to transcend national and cultural borders in communication. The interest in the applied use of the research results on various forms of linguistic iconicity is constantly growing promoted by economic, social and communication considerations thus making the theoretical foundation for the applied use of phonological iconicity a very wide and perspective field of research.

Globalization of world manufacturing and consumption, transnational integration of markets and internationalization of entrepreneurial activity have brought about the need for the development of global brands, conditioning the necessity to transfer information across various linguistic communities. Taking into consideration that various linguistic and lingua-cultural communities may be characterized by various degree of linguistic distance, it is rather challenging to create brand names, brand images and advertising slogans perceived and favorably interpreted by speakers of different languages and representatives of different cultures. In essence, marketing specialists have to consider cognitive, semiotic and linguistic features to be inherent in a brand and slogan meaning, which can be common to as many lingua-cultural communities as possible, in order to ensure

successful promotion of commodities. Names of the companies and products, slogans, statements that are aimed to induce certain predictable reaction of a recipient are analyzed from the *phonosemantic* perspective in various scientific, popular-scientific and popular media. Taking into account the globalization tendencies in business, the need for international marketing of products, and growing amount of translation activity, the contrastive study of manifestations of phonological iconicity appears topical as it may yield valuable theoretical and applied results.

The Novelty of the Research is conditioned by the following considerations:

1. The present research is the first attempt to develop a comprehensive framework for contrastive analysis of phonological iconicity in English-Latvian-Russian language combination; the results of this analysis may have high added value in such fields as international marketing, entrepreneurship, and cross-cultural and translation studies;
2. Having considered six different typologies of phonological iconicity, the author develops a new classification of the types of phonological iconicity reconciling the linguistic and semiotic approaches to the categorization of this phenomenon.
3. A special type of phonological iconicity – *contextual phonological iconicity* – is proposed; it is manifested at the suprasegmental level when the purposeful arrangement of non-iconic linguistic units allows communicating meaning on the iconic ground.
4. Having considered the existing inconsistencies in the use of terminology in the English language, the author proposes a detailed conceptual framework to be used in further research on phonological iconicity. This conceptual framework may be further adopted to reconcile the respective field terminology in the Latvian and Russian language.
5. Having analyzed the phonological aspect of authorial rhetoric, the author proposes the guidelines for dealing with manifestations of phonological iconicity in translation of expressive texts if it is required by the *skopos* of translations and translation task.

6. Contrastive analysis of the manifestations of phonological iconicity within the English-Latvian-Russian language combination has been performed, which resulted in the development of a tri-lingual glossary of sound imitative words that may be further used as a tool in student training in such fields as lexicology, contrastive language studies, and translation studies.

The Aims of the Research

- 1) to study phonological iconicity in contrastive perspective as both linguistic and semiotic phenomenon using a cross-disciplinary approach to its analysis and classification;
- 2) to identify and classify universal, relatively universal and language specific properties of sound iconic words and sound clusters in English, Latvian and Russian;
- 3) to identify, describe and develop a definition for the concept of *contextual phonological iconicity*;
- 4) to develop a detailed classification of the types of phonological iconicity to form a comprehensive theoretical basis for the study of this phenomenon in the working languages.

The Tasks of the Research:

- 1) to study the validity and scope of the theory of arbitrariness of linguistic sign in order to provide theoretical foundation for the contrastive study of phonological iconicity in three working languages;
- 2) to reconcile the terminological framework to be used as the basis for further research on various forms of linguistic iconicity and phonological iconicity in particular;
- 3) to consider the challenges occurring in translation of expressive texts if the phonological aspect of the authorial rhetoric should be sustained in translation and to develop the guidelines for dealing with such challenges;
- 4) to analyze the role of phonological iconicity in developing brand names and advertising slogans as a means of causing predictable behavioral responses of the recipients, both intralingually and in the process of localization.

The hypothesis of the research

The variety of expressive resources of the language based on the principles of phonological iconicity are increasingly used in persuasive or manipulative monolingual and multilingual communication practice, which requires addressing phonological iconicity as both linguistic and semiotic phenomenon, thus creating the necessary basis for understanding its psychophysiological foundation, which in its turn allows developing more efficient forms of communication that may successfully transcend linguistic and cultural borders.

The object of research

Sound imitative and sound symbolic systems of the English, Latvian and Russian language

The subject of research

Phonological iconicity in contrastive perspective

Theoretical framework of the research

Theoretical framework of the Doctoral Thesis is based on the works of many prominent authors dedicated to the study of different **types of iconicity** as linguistic, semiotic and phonosemantic phenomena: E. R. Anderson, D. Bolinger, M. Brède, W. Croft, L. de Cuypere, M. Danesi, G. Diffloth, M. Dingemanse, W. Dressler, A. Fischer, O. Fischer, L. Hinton, R. Jakobson, O. Jespersen, D. Kies, K. Masuda, M. Nänny, J. Nichols, W. Nöth, J. Ohala, P. Perniss, Ch. Pierce, E. Sapir, S. Voronin, B. Whorf; **synesthesia**: B. Balla, R. Cytowic, M. Dixon, S. Day, K. Emmorey, L. Marks, M. Sakamoto, A. Utsumi; **translation studies**: M. Baker, A. Chesterman, B. Hatim, J. Lambert, A. Lefevere, I. Mason, Ch. Nord, K. Reiss, Ch. Schäffner, G. Toury, A. Veisbergs, , and many others.

Methodological framework of the research

The main methods of analysis employed by the author of the Doctoral Thesis include both quantitative and qualitative contrastive analyses, including phonosemantic analysis and qualitative evaluation, performed examining the sample of 120 English sound

imitative words and their counterparts in Latvian and Russian, the sample has been designed using *NVivo 11* software query functions extracting all sound imitative words used in the analyzed source text – “Lord of the Rings” by J.R.R. Tolkien; statistical data analysis performed on 117 English sound iconic stems, 118 Latvian sound iconic stems and 85 Russian sound iconic stems; semiotic analysis, content and context analysis, including cognitive pragmatic analysis, text analysis and analysis of authorial rhetoric, considering the manifestations of direct and indirect phonological iconicity analyzing expressive and operative texts, namely, fiction and advertising copy and slogans. The slogans were retrieved from databases *www.adslogans.co.uk* and *textart.ru*, listing slogans in English and Russian, as well as a variety of printed and online resources; the slogans in the Latvian language have been handpicked from authentic texts: online and printed advertisements, billboards and posters, as well as radio and TV commercials.

The theoretical significance of the research

The theoretical significance of the research is determined by the necessity to develop a comprehensive approach to the analysis of phonological iconicity as both linguistic and semiotic phenomenon in contrastive perspective, the necessity to elaborate the classification of the types of phonological iconicity to meet the requirements of the contemporary interdisciplinary research, as well as the need to reconcile the terminological framework in the given field.

The practical significance of the research

1. The guidelines for dealing with the challenges occurring in translation of expressive texts if the phonological aspect of the authorial rhetoric shall be transmitted in translation can be recommended for application within the course on translation theory and practice.
2. The results of analysis of the application of phonological iconicity in composition, promotion, and localization of advertizing and motivational slogans can be used within the courses on sociolinguistics, communication studies, cross-cultural communication, and international marketing.

3. A tri-lingual glossary of sound imitative words compiled within the framework of the following work can be applied by specialists in various fields working within the English-Latvian-Russian language combination.
4. The findings of the present Doctoral Thesis concerning phonological iconicity may be used as a foundation for further investigations on the issue in contrastive perspective in the working languages.

The approbation of research results

Constantly developing and updating the knowledge base, the author of the Doctoral Thesis actively participates in the international networking events dedicated to the research on iconicity, translation studies and other matters within the scope of her research interests. The research findings have been presented at 14 international conferences and symposiums, reflected in 10 publications two of which are included in the core collection of the *ISI Web of Science* database, and one in *ERIH+* database. The research results have been integrated into the curricula of such study courses delivered by the author at the Institute of Applied Linguistics, Riga Technical University, as “Introduction to Linguistics”, “Lexicology and Stylistics”, “Reading and Interpretations of Professional Literature”, and “Cross-Cultural Aspects of the Language”.

CONTENTS OF THE DOCTORAL THESIS

The Doctoral Thesis consists of the Introduction, six parts, Conclusions, Bibliography, and three appendices.

Part 1 “Linguistic Iconicity in Synchrony and Diachrony” provides an overview of the existing body of research on linguistic iconicity in general and phonological iconicity in particular considering both historical approaches to the study of this phenomenon and the contemporary research in the field. In the last 20 years, numerous studies have been published advocating the principle of non-arbitrariness in language and presenting new evidence on the existence of stable recurrent connection between form and meaning at morphological, syntactic, and discursive level (cf. Givón, 1984; Croft, 2003; Haiman, 2008: 35 – 37). Nowadays, the study of iconicity in language has been extended to comprise various other forms of iconicity, including sign language, behavioral and neurological reactions to iconicity. Recent research on the role linguistic iconicity plays in cognitive processes covers a wide range of topics, for example, sound iconic associations as a factor affecting articulation, actions, and behavioral patterns (Vainio et al., 2013, 2016; Rabaglia et al., 2016), iconicity in language acquisition as a factor affecting mnemonic processes (Nygaard et al., 2009; Lockwood et al., 2016; Preziosi and Coane, 2017), and categorization (Lupyan and Casasanto, 2015).

In Latvia, there has been a constant and growing interest in the issues of phonetics and phonology of the Latvian language. There is a significant body of research in the area. A number of the prominent scholars addressing the issue can be mentioned, for example, such researchers as E. Liepa (1979), A. Laua (e.g. 1997), D. Markus (e.g. 1999, 2000; Markus, Bonda 2014) and J. Grigorjevs (e.g. 2000). Contrastive studies dedicated to various forms of linguistic iconicity appeared in the last decade of the 20th century, but the foundation for this research was laid in the 1950s, when the first studies analyzing phonetic systems of the Latvian and English language were published. M. Brēde was the first scholar to address the issues of phonological iconicity in the English/ Latvian language pair and laid the foundation for further search in this field (1997, 1999a;

1999b), which has become the basis for research in the present Doctoral Thesis as well.

Nowadays, linguistic iconicity as a semiotic phenomenon is studied within the semiotic approach to the study of language as a specific instance of iconicity, or one out of three types of signification within the general study of semiotics. Analysis of linguistic iconicity within the general study of semiotics has gone a long way from mere recognition of iconic foundation of onomatopoeia (cf. Jespersen, 1964) to a comprehensive research of various manifestations of iconicity in language and literature (cf. Nänny and Fischer, 2001).

Linguistic iconicity is a phenomenon that can be observed at various levels of language organization, starting with phonological level, at both sub- and suprasegmental level, morphological, lexical, and textual level. Thus, iconicity is pervasive in language, and it may be manifested in a range of forms, which are not always recognized as being primarily iconic because in the course of use they have acquired indexical and symbolic characteristics. Adopting a semiotic approach to the study of linguistic iconicity allows for a wider view on the phenomenon of iconicity traditionally considered as a form-meaning correspondence; it also allows accounting for other, less direct forms of iconicity.

Until recently, most attention in the research in this field was dedicated to the analysis of iconicity at the phonological and lexical levels mainly addressing the issues of onomatopoeia and sound symbolism, however, nowadays, there is a growing volume of research on manifestations of linguistic iconicity at the morphological level, for example, iconicity of grammar addressed within a comprehensive study dedicated to the essence of language (Jakobson, 1965), where statements having caused much discussion was made that addition of a plural inflection (suffix) makes a word longer and thus larger in the perception of the speakers, iconicity of word formation (e.g. Anderson, 1998; Ungerer, 1999; Piller, 1999); iconicity at lexical level (e.g. Klammer, 2001; de Cuypere, 2008); iconicity at syntactic, textual and discursive level (e.g. Dressler, 1992; Whissel, 2000, Perniss et al., 2010).

Part 1 also provides the description of three principles of iconicity: the quantity principle, the markedness principle and the proximity principle.

Having considered the definitions and typologies of phonological iconicity and the related phenomena in order to clarify some concepts and terms in order to avoid possible inconsistency in the application of terms, the following definitions and a classification of the types of phonological iconicity are going to be adopted and used in the present research.

Phonological iconicity is defined as a property of a word that is conditioned by the presence of an inherent, essential, recurrent and relatively stable non-arbitrary connection between the phonemes of a (root) word and the feature of the object-denotant taken as the basis of nomination. *The author of the present Doctoral Thesis categorizes the types of phonological iconicity as follows* (Figure 1).

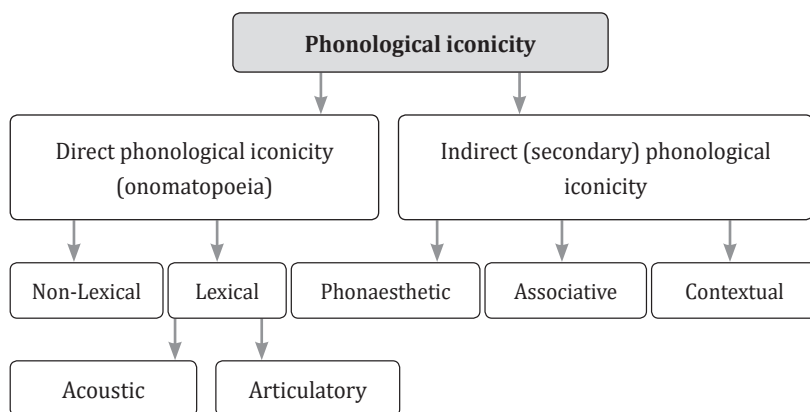


Figure 1. Types of phonological iconicity (© Tatjana Smirnova).

Thus, phonological iconicity is categorized into the direct and indirect forms. Direct phonological iconicity is further subdivided into lexical and non-lexical onomatopoeia. Direct lexical phonological iconicity can be further subdivided into acoustic and articulatory onomatopoeia. Indirect phonological iconicity is subdivided into phonaesthetic, associative, and contextual forms of iconicity. *Phonaesthesia* is conventional association of certain sounds and sound clusters with certain meaning; *associative iconicity* covers

various forms of size, distance, lightness, etc. symbolism, whereas *contextual phonological iconicity* emerges at the suprasegmental level of language organization, it may be characterized by a greater degree of conventionality and context dependence. *Contextual phonological iconicity* is manifested when the purposeful arrangement of non-iconic linguistic units allows communicating meaning on the iconic ground. Having established the conceptual framework for the study of phonological iconicity, the author considers this phenomenon as the object of the phonosemantic analysis in the next part.

Part 2 “Phonosemantic Approach to the Study of Phonological Iconicity” addresses phonological iconicity within the phonosemantic approach, considering the principles, aims, and laws of Phonosemantics. Properties of sound imitative words and their typology are presented. The part also provides insights into the theory of sound symbolism, referred to as indirect phonological iconicity covering such aspects as features, typology, the sound iconic function of sound symbolic words and phonoesthemes. Part 2 is aimed at the establishment of the theoretical framework for the practical analysis of the sound iconic systems of the English, Latvian and Russian languages to be performed in Part 3.

Phonological iconicity is studied within the framework of Phonosemantics in correspondence with its principles and according to its laws. Within the phonosemantic approach, onomatopoeia is seen as a verbal imitation of sounds of the environment by means of a particular language. It has been argued that all sound imitative words are constructed according to one basic principle – in most cases there is a direct transmission of elements of phonation by elements and, consequently, phonemes belonging to the same (psycho)acoustic types as elements of the signified phonation, although the transmission is always characterized by a greater or lesser degree of approximation. Almost all phonemes of an onomatopoeic word are sound iconically valid, and the root of an onomatopoeic word is not structurally-semantically indivisible. The minimal unit of the plane of expression directly related to the minimal unit of the plane of content in onomatopoeia is an acoustic phonemotype. In this respect, an acoustic phonemotype is similar to a morpheme

of non-sound-iconic lexis. The word formation of sound imitative words is a very specific case of modeled word formation.

Sound symbolic words (SSWs) most frequently signify different types of movements, form, size and texture of objects, distance, light phenomena, types of gait, mimics, emotional and physiological states of humans and animals. Sounds in SSWs derive their meaning from direct association between sounds and elements of perception. SSWs representing articulatory movements display very high degree of universality in various languages. Coding of meaning in the process of conceptualization of sound symbolic lexis is associated with the phenomenon of synesthesia, which appears to be one of the most important components of psychophysical foundation of sound symbolism (Jakobson, 1987; Cytowic, 2002). Within cognitive-semiotic systems, various conceptual and linguistic tools may be used to code one and the same emotive content inducing certain synesthetic reactions.

Sound imitative and sound symbolic words enter syntactical and contextual relations with other elements of language and very often acquire specific properties and higher degree of expressiveness being used in combination with other words or structures. Moreover, sound symbolism may appear in text also at higher than lexicological level, i.e. certain symbolic representation of a definite meaning may be realized not through the application of SSWs but through the particular arrangement of units of non-iconic lexis. So, direct and indirect phonological iconicity may appear in text not only at the lexical level, i.e. actualized through the application of SIWs and SSWs, but also at syntactical and supra-segmental level realized through the application of such expressive means of language as assonance, alliteration and rhythmical arrangement of the utterance. Thus comparing sound iconic systems of different languages it is necessary to compare not only sound iconic words but also other means of iconic representation of meaning.

In Part 2, special attention is paid to *contextual phonological iconicity* as a phenomenon that appears at higher levels of language hierarchy, namely, at the syntactical and, what is more important, at the textual level. Symbolic representation of a definite meaning may be realized not through the application of SSWs but through

the particular arrangement of units of non-iconic lexis, which may convey meaning, mood and emotions iconically.

Rhythm is one of the iconic phenomena that can be manifested both linguistically and extra-linguistically. Regular rhythm (or rhythmic parallelism) facilitates the adherence of linguistic units into one whole and thus reinforces interrelation of contextually determined elements. Semantic emphasis appears to be a natural result of phonetic stress, and this category also comprises 'kinetic meanings' of rhythm, which actually are similarly structured successions of sounds emphasizing kinetic meanings appearing in the text, i.e. according to the principle of iconic sign. Rhythm is based on one of the basic principles of iconicity – the quantity principle, that is repetition and parallelism, as rhythm only becomes pronounced when a foot is repeated several times. The appellative force of rhythm is widely employed in marketing, public speaking and motivational discourse. In its iconic capacity, rhythm reinforces the message, makes it recognizable and memorable, it brings order into utterance thus making it more harmonious. A more or less distinct rhythm is present in the majority of successful advertising and motivational slogans.

Part 2 presents several observations with regard to direct and indirect phonological iconicity as manifested in different languages. Sound imitation is a universal phenomenon that displays high degree of consistency in sound/meaning representation patterns across the languages. At the same time, the phenomenon of sound symbolism, although being essentially iconic, may be more or less language and culture specific. The process of ascribing meaning to certain phonoesthemes is governed by convention, conceptual structure of each particular language, and individual aspects of cognitive processing of information determined by subjective perception of the world.

Part 3 “Sound Imitative Systems in English, Latvian and Russian: Contrastive Analysis” is dedicated to the quantitative and qualitative contrastive analysis of sound imitative systems of the working languages, presenting the statistical survey of the cases of onomatopoeia as appearing in the source language text. The survey includes the inventory of sound imitative words

(SIWs) appearing in the text and their corresponding Latvian and Russian counterparts, and the information on the frequency of their appearance in the original text. It should be specified that the data on the corresponding Latvian and Russian onomatopoeic words have not been obtained by means of the quantitative statistical analysis, as it happened in the case with the English SIWs. The corresponding Latvian and Russian SIWs have not been collected by examining translation versions of the source text, as it appeared to be technically complicated due to copyright issues. Parallel text analysis may be performed in future provided both the source text and its translation versions are accessible in the electronic format. The corresponding Latvian and Russian onomatopoeic words have been collected with the help of a bi-lingual dictionary (*Letonika.lv* and *Tilde* for Latvian and *Oxford Russian English Dictionary* and *Large English-Russian Dictionary* for Russian). The quantitative data on the English, Latvian and Russian SIWs are further analyzed to classify the SIWs as instances of *acoustic* or *articulatory* direct phonological iconicity reaching certain conclusions on the similarities and differences of SIWs in the English, Latvian and Russian languages as well as on the specific features of their phonetic construction and phonotactic distribution.

120 English SIWs have been selected studying expressive texts as the source of empirical data. The inventory of SIWs used in the source text is presented followed by the compound table of the Latvian and Russian SIWs that can be considered the counterparts of the English entries. Considering the results obtained in the process of the statistical analysis of the sample of 120 English SIWs and their Latvian and Russian counterparts, certain quantitative observations have been made.

1. 117 English sound imitative stems correspond to 118 Latvian and 85 Russian sound imitative stems.
2. Stems of SIWs display a strong tendency for being monosyllabic – 83 (71 %) in English, 112 (97 %) in Latvian, and 63 (74 %) in Russian.
3. Phonemes most frequently appearing in the initial position of sound imitative stems are the following: **English:** /s/ – 23 items, /k/ – 19 items, /b/ – 15 items; **Latvian:**

/k/ – 23 items, /p/ – 13 items, /s/ – 11 items; **Russian:** /κ/ – 9 items, /s/ – 9 items, /ʃ/ – 8 items, /g/ – 8 items;

4. The most frequent initial phonaesthemes are the following:
English: /sn/ – 7 items, /kl/ – 7 items, /kr/ – 8 items;
Latvian: /kl/ – 10 items, /pl/ – 8 items, /sp/ – 6 items;
Russian: /sk/ – 4 items, /st/ – 3 items, /hr/ – 3 items and /gr/ – 3 items.
5. In the Latvian language, there is a phonoestheme that is characteristic of the entire range of sound imitative words, namely, /-kšk-/ [kʃc], which appears as a terminating sound cluster in 11 (11 %) stems.

There are more sound imitative root-words in the Latvian language than in the English and Russian language. The Latvian language appears to be more productive and receptive of the new coinages than two other working languages. Latvian also displays greater number of alloforms, when the imitated sound pattern may be iconically represented by several related forms (e.g. klakšķēt vs. klikšķēt). There are fewer sound imitative root-words in Russian than in English and Latvian. Although the analysis has been performed considering only a fraction of all SIWs, the fact that the number of the Russian SIWs is smaller than the number of the English and Latvian SIWs in the selection by more than 30% allows maintaining that this is a consistent tendency.

One of the main sound iconically valid elements of the SIWs is a stem vowel sound. In English, Latvian and Russian high front vowels tend to reflect not very loud high sounds and low vowels and diphthongs containing them tend to reflect louder low sounds. The length of the root vowel reflects the length of the reflected sound – long vowels and diphthongs reflect continuous sounds and short vowels reflect short sounds.

Many SIWs in English, Latvian and Russian display a very high degree of similarity in their phonetic structure, however, the morphological structure of sound imitative words varies depending on the language.

Sound imitation is a constantly evolving phenomenon and new sound imitative words are constantly coined by language users. Dictionaries often fail to register them in time, although common language users understand these words even if they do not use them.

This empirical observation may give ground to two conclusions: 1) sound imitative words are truly constructed according to a definite pattern and language users recognize this pattern, and 2) the study and analysis of sound imitative system of any language will never be complete, as new SIWs are constantly emerging in language.

Considering SIWs as a language phenomenon that has to be transferred across the languages, it has been concluded that the loss of meaning and expressiveness in the translation that may result from the fact that there are fewer sound imitative stems in English and Russian than in Latvian may be compensated by lexical and grammatical means, i.e. by means of lexical addition and grammatical transformation.

Part 4 “Phonological Iconicity in Translation” covers the issues pertaining to the field of Translation Studies focusing on the aspects of translation of expressive and operative texts. Iconic language phenomena frequently appear on both word and above-word levels in expressive and operative text and their transfer, reproduction, and localization in the interlingual setting may potentially pose translation challenges. Taking into consideration that authentic and valid conclusions concerning the nature of sound iconic words and phonological iconicity may be achieved only considering these phenomena in operation, i.e. within a linguistic and situational context they appear, it is necessary to characterize these contexts considering the operative aspects of literary and promotional discourse in contrastive perspective.

Contrasting and juxtaposing various linguistic phenomena across the languages if they appear in the syntagmatic context at the textual level most frequently is associated with translation. The contrasted texts may yield most valuable information concerning the operation of the phenomena in question in the same or similar situational context in different languages if these texts are translation versions of the same utterance.

Taking into consideration that the forthcoming analysis will have to deal with translation, Part 4 provides insights into the theory of translation in general, address the issues of sustaining stylistic effects in translation and discuss approaches to translation

of expressive and operative texts. The part also presents a sample contrastive analysis of the localized versions of slogans in the working languages.

Modern translation theory is based on the concept of a target audience oriented approach to translation with the source text being translated with various degrees of adaptation to ensure that the target text fulfils its primary functional purpose conditioned by the translation skopos. The translator is expected to hold responsibility for the translation to be adequate and corresponding to the initiator's and recipient's expectations. Moreover, the translator rendering fiction is to respect the source language presenting not separately its form, content or meaning, but also its mood. Modern translation theory allows various degrees of preservation of the language or its adaptation to the target language. These invariants may occur within the form, meaning, function, content and effect aspects of the source language. There is no conventionally set degree of preservation or adaptation, so the translator has to match this degree with each particular translation taking into consideration the requirements of the initiator and the recipient.

The rendition of the phonetic expressive means used by a particular author, i.e. the transmission of the phonological aspect of the source text author's rhetoric, may pose a translation challenge. Such instances of phonological iconicity occurring at the word level as sound imitative and sound symbolic words may be transferred relatively easily, and in case there is a lack of an equivalent vocabulary certain compensation mechanisms such as explanatory translation or transcription may be applied. The transmission of the contextual phonological iconicity in the text realized at above-word level is complicated because the translator should render the message, style and the aesthetic effect of the translation units of the ST simultaneously and a certain loss of meaning and colouring is inevitable. Thus, the translator that really attempts to preserve the phonetic aspect of the author's rhetoric in the TT to the greatest degree possible will have to find a delicate balance between the amount of preservation of the stylistic colouring of the ST and a possible semantic and stylistic loss.

Translation of operative texts is one of the most challenging tasks a translator may have to deal with. Operative texts tend to

be multifunctional, and ensuring the target text performs these functions without considerable pragmatic loss may not always be possible. In translation of these types of texts it is necessary to take into consideration the fact that content may appear subordinate to form and information value may be reduced to a minimum.

Having linked the review of translation strategies and challenges with the reflections on the selection of the medium for a contrastive analysis of the phenomena in question several conclusions have been made. (1) Context is not necessary when contrasting phenomena at the word level, whereas it should always be considered contrasting the instances of contextual phonological iconicity. (2) The transmission of contextual phonological iconicity is a complicated task which might be challenging or at times not possible to perform.

Part 5 “Phonological Iconicity in Expressive Texts” is dedicated to the analysis of the application of the manifestations of phonological iconicity in expressive texts and discusses the challenges associated with the rendition of phonetic stylistic effects in translation of expressive prose. The part presents a review of the literary work chosen as the medium for the contrastive analysis and its translation versions assessed in terms of functional translation theory. In order to analyze and illustrate the strategies and methods translators might use in order to transmit the phonological aspect of the source text author’s rhetoric from one language to another, the prominent work “The Lord of the Rings” by J. R. R. Tolkien and its translation versions have been selected as the medium for analysis.

The part presents a vast empirical material covering the total of 18 examples of the application of phonological expressive means realized as manifestations of phonological iconicity in the source text accompanied by three translation versions – one in Latvian and two in Russian. The subsequent analysis of the applied translation strategies and the resulting target texts allowed identifying general tendencies in transmission of the phonological aspect of the authorial rhetoric into the two target languages.

Having analyzed manifestations of various forms of direct and indirect phonological iconicity in expressive texts, several general tendencies have been identified. Onomatopoeia is a more universal and less language specific phenomenon. Most English sound

imitative words may be rendered by their Latvian and Russian counterparts, which not only denote the same meaning, but also have a similar phonetic structure. Many sounds in the source and target languages have the same iconic value – a vibrating rumbling noise is imitated by the repetition of the sound [r], a resonating metallic sound is imitated by a nasal sonorant used in the final position of a sound imitative word, the sound cluster [plosive + /r/] is used to represent a noise produced as the result of a short contact between two surfaces and the noise of destruction, the repetition of voiceless fricatives represents hissing. There are sounds that either do not possess the same sound iconic value or are imitated according to conventions of a particular language like, for instance, the sound of dripping or a glottal sound, but on the whole the mechanism of sound imitation is very similar in English, Latvian and Russian. In all three languages sound imitation appears not only at the lexical level, i.e. in the form of sound imitative words, but also at the textual level. The representation of a phonation may be performed by alliteration and assonance of the respective sounds.

Sound symbolism is a phenomenon more prone to convention. The symbolic value of some sounds and sound clusters may be more or less language specific. Moreover, the manifestation of sound symbolism is sometimes arbitrary within the confines of a certain language. There are instances of a relatively constant sound symbolism, but there are also instances of, as it may be called, *ad hoc* or *contextual* sound symbolism, the phenomenon that may appear in the text when certain sounds and sound clusters acquire a certain meaning only in a particular context, i.e. are used metaphorically. Some manifestations of a relatively stable sound symbolism are universal, and thus may be transferred between languages, whereas *ad hoc* sound symbolism is always rather arbitrary and context specific, so an adequate recreation is not always possible.

Rhythm is a universal phenomenon, so the rhythmical arrangement of the utterance applied to convey or reinforce some meaning iconically can be easily recreated in any target language. Occasionally, the failure in an adequate rendering of the message and the stylistic and aesthetic value of the original has been conditioned by an occasional incompatibility of sound iconic systems of the source and target languages. At the same time, another important

factor that has influenced the extent of preservation of phonological iconicity in the target text is the approach to the translation each translator has opted for. It has been concluded that manifestations of phonological iconicity in the source text may potentially be rendered into the target language if it is required by the purpose of translation.

Part 6 “Phonological Iconicity in Operative Texts” deals with the analysis of advertising and motivational slogans in contrastive perspective with the aim to consider the opportunities and limitations in localization of marketing and inspirational messages across the working languages (English, Latvian, and Russian). The slogans included in the sample are created employing at least one instance of phonological iconicity, for example, alliteration, assonance, rhythmical arrangement of the utterance accompanied by other forms of iconic meaning representation; thus, they present a good medium to establish universal, relatively universal and language-specific manifestations of phonological iconicity in operative texts.

The economic tendencies that appeared in the middle of the 20th century characterized by globalization of world manufacturing and consumption have brought about the need for the development of global brands, and have posed new challenges associated with marketing of goods and services on an international scale. Transnational integration of markets and internationalization of entrepreneurial activity call for necessity to transfer information across various linguistic communities, to address wider audiences in a mode that is universally comprehensible and appealing. Taking into consideration that various linguistic and lingua-cultural communities may be characterized by various degree of linguistic distance, it is rather challenging to create brand names, brand images and advertising slogans that will be perceived and favorably interpreted by speakers of different languages and representatives of different cultures. Thus, copywriters and brand managers face a challenge of the development of marketing messages that would influence purchasing decisions of consumers worldwide. In essence, marketing specialists have to consider universal cognitive, semiotic and linguistic features to be inherent in a brand and slogan meaning in order to ensure successful promotion of commodities.

Iconicity as an aggregate of universal tools is increasingly applied to transcend national and cultural borders in communication. Expressive resources of the language based on the principles of phonological iconicity can be employed to perform a variety of functions, including communicative, appellative, expressive and phatic. That makes them a perfect tool in persuasive or manipulative communications, specifically in the composition of operative texts. The role of phonetic stylistic devices in developing brand names and advertising slogans has been recognized by marketers; the phenomena are consciously employed to influence the recipient's behavior. Both direct and indirect phonological iconicity is extensively employed in the composition of brand names and there is a growing number of experimental studies dedicated to this issue. The characteristics of the brand that are most frequently communicated using indirect *phonoaesthetic* iconicity include femininity/masculinity, lightness/brightness, and softness/harshness. *Associative* iconicity (size symbolism) is also frequently employed.

The potential of various forms of iconicity as means to communicate messages across languages and cultures has been appreciated in numerous studies; however, to date the interest has been mainly focused on universal appealing power of graphic and pictorial iconicity. Comprehensive study of the mechanisms of iconic representation of semantic and emotive content can contribute to the understanding of the processes underlying conceptualization of sensations and emotive experiences, especially in the interlingual setting.

In case marketing or inspirational messages have to be translated, or localized, to appeal to different linguistic communities, the aspects of iconic representation of meaning should be considered in contrastive perspective taking into account culture-bound assumptions. Coding of information is subject to conventions, which can be national, local, family, some may be formal and institutionalized, some may pertain to culture and thus may be manipulated. The challenges associated with the interlingual transfer of manifestations of phonological iconicity are conditioned by the differences in conceptualization and verbalization of emotive content, which is governed by the conceptual structure of a particular language.

Suprasegmental synesthetic metaphors rarely display high translatability, especially across languages from different language families. Rhythm is the only iconic element that is easily reproducible in the process of interlingual translation. At the same time, synesthetic metaphors based on conscious arrangement of certain sounds and sound clusters, i.e. communicated by means of alliteration, assonance, and consonance, are often neutralized or omitted in translation. Therefore, the effect communicated by application of instances of phonological iconicity in the source language is generally lost.

Having analyzed the application of iconic resources of the language in all working languages it has been concluded that in English these resources are employed more extensively, and the effect of their application is more explicit and traceable. It may be explained by the fact that the marketing industry promoting goods and services in the Latvian and Russian language speaking environments is in the developing stage, however, this opens a wider market potential for the research in this area. Further analysis of the methods guiding how rhythm, onomatopoeia, alliteration and assonance and synesthetic metaphors can be employed in composing operative texts both intralingually and interlingually can facilitate the development of efficient and universally appealing marketing and inspirational campaigns reaching the audiences on the global scale.

CONCLUDING REMARKS

The last decades have been characterized by the re-emergence of interest in the issues of iconicity in language and literature, and the number of experimental and instrumental studies addressing the nature of iconicity, relationships among various forms of iconicity, and, especially, iconicity in cognitive modeling has been growing. Many prominent scholars addressed the issues of phonological iconicity and such manifestations of this type of linguistic iconicity as onomatopoeia and sound symbolism in relation to questions connected with the genesis of the language, etymology, expressiveness of speech and motivation of a linguistic sign.

Linguistic iconicity is a phenomenon observed at various levels of language organization, starting with phonological level, at both sub- and suprasegmental level, morphological, lexical, and textual level. Three principles of iconicity: the quantity principle, the markedness principle and the proximity principle have been considered analyzing the phenomena used as the object of the research in the present Doctoral Thesis.

Within the framework of the given Doctoral Thesis the author has arrived to the conclusions, which can be of theoretical and practical significance for *linguists*, focusing on the analysis of the iconicity phenomenon; *terminologists* and *terminographers*, being responsible for the harmonization and unification of terms; and *translators*, dealing with the challenges caused by the use of the phonologically iconic elements in different languages.

Conclusions

- Phonologically iconic elements of the language enter syntactical and contextual relations with other linguistic elements and often acquire specific properties and higher degree of expressiveness when used in combination with other words or structures. Having considered the major influence of context on the realization of the phonological iconicity in text, the author has proposed a new type of phonological iconicity – *contextual phonological iconicity* – that emerges at the suprasegmental

level of language organization, is characterized by a greater degree of conventionality and context dependence. Contextual phonological iconicity is manifested when the purposeful arrangement of non-iconic linguistic units allows communicating meaning on the iconic ground.

- The author of the Doctoral Thesis has considered contrasting sound iconic systems of the working languages, above-word level iconic representation of meaning, since phonological iconicity may appear in text also at higher than lexicological level. It means that certain symbolic representation of a definite meaning may be realized not through the application of iconic words but through the particular arrangement of units of non-iconic lexis.
- Having reviewed six classifications of the types of phonological iconicity, the author proposes a comprehensive classification to be used in further research. The classification allows considering phonologically iconic phenomena at suprasegmental, word, and above-word level focusing on the nature of their nomination and signification irrespective of the level they occur.

The potential of various forms of phonological iconicity as means to communicate messages across languages and cultures has been appreciated in numerous studies; however, to date the interest has been mainly focused on universal appealing power of graphic and pictorial iconicity. Comprehensive study of the mechanisms of iconic representation of semantic and emotive content can contribute to the understanding of the processes underlying conceptualization of sensations and emotive experiences, especially in the interlingual setting.

- Having performed both statistical and contrastive analysis of the English, Latvian and Russian sound imitative words (SIWs), several observations have been made. The greatest number of sound imitative stems has been recorded in the Latvian language. There are fewer sound imitative stems in Russian than in English, however, the Russian sound imitative stems are more productive. Many SIWs in English, Latvian, and Russian display a very high degree of similarity in their phonetic structure, however, the morphological structure of

sound imitative words varies depending on the language. The loss of meaning and expressiveness in the translation that may result from incompatibility among sound imitative systems of the working languages can be compensated by lexical and grammatical means, i.e. by means of lexical addition and grammatical transformation.

- Having linked the review of translation strategies and problems with the reflections on the selection of the medium for a contrastive analysis of the phenomena in question several conclusions may be made. (1) Context is not necessary when contrasting phenomena at the word level, whereas it should always be considered contrasting the instances of contextual phonological iconicity. (2) The transmission of contextual phonological iconicity is an extremely complicated task, which might be challenging to perform. Manifestations of phonological iconicity in the source text may be rendered into the target language if it is required by the purpose of translation.
- The rendition of the phonetic expressive means used by a particular author, i.e. the transmission of the phonological aspect of the source text author's rhetoric may pose a translation challenge. Such instances of phonological iconicity as directly and indirectly phonologically iconic words, or sound imitative and sound symbolic words, may be transferred relatively easily, and in case there is a lack of an equivalent vocabulary certain compensation mechanisms such as explanatory translation or transcription may be applied.
- The transmission of phonological iconicity in the text is complicated because the translator should render the message, style and the aesthetic effect of the translation units of the source text simultaneously and a certain loss of meaning and coloring is inevitable. Thus, the translator that really attempts to preserve the phonetic aspect of the authorial rhetoric in the target language to the greatest degree possible will have to find a delicate balance between the amount of preservation of the stylistic coloring of the source text and a possible semantic and stylistic loss.
- Having analyzed the application of iconic resources of the manipulative language in three working languages it can be

concluded that in English these resources are employed more extensively, and the effect of their application is more explicit and traceable. It may be explained by the fact that the marketing industry promoting goods and services in the Latvian and Russian language speaking environments is in the developing stage, since it emerged relatively recently, however, this opens greater market potential for creation of the added value consciously applying iconic resources of the language.

Recommendations for further research

In further research, it may be expedient to compile a tri-lingual corpus of sound iconic words and texts where such words are used may give an opportunity to study this phenomenon both *synchronically*, that is, to compare how these words are used in different genres to see what effects their usage is aimed to communicate, and *diachronically*, in order to register language change. The author suggests that diachronic analysis may be performed comparing manifestations of linguistic iconicity in folklore and fiction.

Operative texts present a good media for phonosemantic analysis due to controlled reaction of recipients they are aimed to induce, their non-spontaneous character and distinct stylistic marking. The author of the Thesis considers that further analysis of the methods guiding how rhythm, onomatopoeia, alliteration and assonance and synesthetic metaphors can be employed in composing operative texts both intralingually and interlingually can facilitate the development of efficient and globally appealing marketing and inspirational campaigns reaching the audiences on the global scale.

There is a great market potential for the applied research on the application of manifestations of phonological iconicity in operative texts in the Latvian language. Instrumental research using the methods of cognitive, neuro- and psycholinguistics into the way how certain sounds and phonaesthemes are perceived by the speakers of the Latvian language and whether certain phonetic composition of brand names and slogans may have a predictable effect on the purchasing behavior of the recipients deserves attention. The author of the Doctoral Thesis considers that the results of such research conducted on a sufficiently large sample may be further commercialized.

THESES

1. Phonologically iconic elements of the language enter syntactical and contextual relations with other linguistic elements and often acquire specific properties and higher degree of expressiveness when used in combination with other words or structures. A new type of phonological iconicity – *contextual phonological iconicity* – is proposed. It emerges at the suprasegmental level of language organization and is characterized by a greater degree of conventionality and context dependence.
2. A new comprehensive classification of the types of phonological iconicity has been proposed based on the analysis of six classifications of the related phenomena. The classification allows considering phonologically iconic phenomena at suprasegmental, word, and above-word level focusing on the nature of their nomination and signification irrespective of the level they occur.
3. The greatest number of sound imitative stems has been recorded in the Latvian language. There are fewer sound imitative stems in Russian than in English, however, the Russian sound imitative stems are more productive. Many SIWs in English, Latvian, and Russian display a high degree of similarity in their phonetic structure, however, the morphological structure of sound imitative words varies depending on the language. The loss of meaning and expressiveness in the translation that may result from incompatibility among sound imitative systems can be compensated by lexical and grammatical means.
4. The transmission of the phonological aspect of the source text author's rhetoric may pose a translation challenge. Such instances of phonological iconicity as directly and indirectly phonologically iconic words, or sound imitative and sound symbolic words, may be transferred relatively easily, and in case there is a lack of an equivalent vocabulary certain compensation mechanisms such as explanatory translation or transcription may be applied.
5. Having analyzed the application of iconic resources of the manipulative language in three working languages it can be concluded that in English these resources are employed more extensively, and the effect of their application is more explicit and traceable. It may be explained by the fact that the marketing

industry promoting goods and services in the Latvian and Russian language speaking environments emerged relatively recently, however, this opens greater market potential for creation of the added value consciously applying iconic resources of the language.

REZULTĀTU APROBĀCIJA / APPROBATION OF RESULTS

I. Publikācijas / Publications

1. Smirnova, T. Sound of a Slogan: Appealing to Audiences in the Global Market. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2016, Vol. 36, pp. 125–130. ISSN 1877-0428. Available at: doi:10.1016/j.sbspro.2016.12.049 (Web of Science)
2. Smirnova, T. Synesthetic Metaphors: Aspects of Intralingual and Interlingual Translation. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2016, Vol. 231, pp. 40–45. ISSN 1877-0428. Available at: doi:10.1016/j.sbspro.2016.09.069 (Web of Science)
3. Smirnova, T. Terminoloģijas jautājumi fonosemantikas nozarē. *Terminrade Latvijā senāk un tagad*. Rīga: Zinātne, 2016, 114.–120. lpp. ISBN 978-9934-549-25-0
4. Smirnova, T., The Sound of a Slogan: Phonetic Stylistic Devices in Operative Texts. *Vārds un tā pētīšanas aspekti*, 15 (2). Liepāja: LiePA, 2011, 302.–311. lpp. ISSN 1407-4737
5. Iljinska, L., Platonova, M., Smirnova, T. Serving Two Masters: Following the Norms Normalizing Deviations. *Pragmatic Aspects of Translation, Translation, Quality* : international scientific symposium. Riga: University of Latvia, 2014, pp. 40–55.
6. Smirnova, T. How to Translate a Dream: Pragmatic Aspects of Promotional Text Translation. *Vertimo Studijos*, 5. Vilnius: Universito Leidykla, 2012, p. 90–100. ISSN 2029-7033 (ERIH+)
7. Smirnova, T. Sound Symbolism in Phonosemantic Perspective. *Vārds un tā pētīšanas aspekti*, 14 (2). Liepāja: LiePA, 2010, 312.–322. lpp. ISSN 1407-4737
8. Smirnova, T. Onomatopoeia in Contrastive Perspective. *Vārds un tā pētīšanas aspekti*, 13 (2). Liepāja: LiePA, 2009, 278.–287. lpp. ISSN 1407-4737
9. Smirnova, T. Phonetic Stylistic Effects in Translation. *Lost and Found in Translation*: international scientific conference 5th Symposium on Pragmatic Aspects of Translation Riga: University of Latvia, 2009, pp. 212–231. ISBN 978-9984-30-166-2

10. Smirnova, T. Linguistic Iconicity in Rendition of Expressive Texts: Lost in Translation? *Vārds un tā pētišanas aspekti*, 12 (2). Liepāja: LiePA, 2008, 198.–208. lpp. ISSN 1407-4737

II. Referāti nolasīti starptautiskajos zinātniskajos konferencēs, simpozijos un kongresos / Reports delivered at the international conferences, symposiums, and congresses

1. Smirnova, T. Iconic Function of Rhythm in Promotional and Literary Texts: Contrastive Perspective. 3rd international scientific conference *Meaning in Translation: Illusion of Precision*, Riga, Latvia, 15–17 May, 2018.
2. Smirnova, T. Localizing Manifestations of Linguistic Iconicity in Multimodal Promotional Discourse. 4th International Conference of Translation Studies *Translation: Likeness, Sameness and Match*, Vilnius, Lithuania, 5–6 Oct, 2017.
3. Smirnova, T. Iconic Function of Rhythm in Promotional and Literary Texts. International scientific conference *Iconicity in Language and Literature*, Brighton, UK, 6–8 Apr 2017.
4. Smirnova, T. Linguistic Iconicity: New Approach to Multimodality. International scientific conference *Vārds un tā pētišanas aspekti*, Liepāja, Latvija, 1–2 Dec, 2016.
5. Smirnova, T. Terminoloģijas jautājumi fonosemantikas nozarē. Conference dedicated to the anniversary of LZA Terminological Commission, Riga, Latvia, Nov, 11, 2016.
6. Smirnova T. Linguistic Aspects of Branding: Case for Linguistic Iconicity. International scientific conference *Languages for Life: Educational, Professional and Social Contexts*. Vienna, Austria (ALA 2016), 19–22 Jul, 2016.
7. Smirnova T. Metaphoric Potential of Linguistic Iconicity. 11th international scientific conference *Metaphor in the Arts, in Media and Communication*, Berlin, Germany (RaAM), 1–4 Jul, 2016.
8. Smirnova T. Synesthetic Metaphors. International scientific conference *Meaning in Translation: Illusion of Precision*, Riga, Latvia 11–13 May, 2016.
9. Smirnova, T. Sound of a Slogan: Appealing to Global Audiences. International scientific conference *Communication in*

- Multicultural Society*, Moscow, Russia (NRNU MEPHI), 6–8 Dec, 2015.
10. Smirnova, T. Promotional LSP Texts: Marketing for Professionals. International scientific conference *20th European Symposium on Languages for Special Purposes*, Vienna, Austria, 8–10 Jul, 2015.
 11. Iļinska, L., Platonova, M., Smirnova, T. Serving Two Masters: Following the Norms Normalizing Deviations. International scientific symposium *Pragmatic Aspects of Translation, Translation, Quality*, Riga, Latvia, 2014.
 12. Smirnova, T. The Sound of a Slogan: Pragmatic Aspects of Promotional Text Translation. International scientific conference *6th Lodz Symposium New Developments in Linguistic Pragmatics*, Lodz, Poland, 26–28 May, 2012.
 13. Smirnova, T. Phonetic Stylistic Effects in Translation. International scientific conference *5th Symposium on Pragmatic Aspects of Translation : Lost and Found in Translation*, Riga, Latvia, 2009.
 14. Smirnova, T. Sound Symbolism in Phonosemantic Perspective. 14th international scientific conference *Vārds un tā pētīšanas aspekti*, Latvija, Liepāja, 2009.
 15. Smirnova, T. Onomatopoeia in Contrastive Perspective. 13th international scientific conference *Vārds un tā pētīšanas aspekti*, Latvija, Liepāja, 2008.
 16. Smirnova, T. Linguistic Iconicity in Rendition of Expressive Texts: Lost in Translation? 12th international scientific conference *Vārds un tā pētīšanas aspekti*, Latvija, Liepāja, 2007.

LITERATŪRA / REFERENCES

- Anderson, E. R. 1998. *A Grammar of Iconism*. Cranbury, NJ: Associated University Presses.
- Baker, M. 2011. *In Other Words: A Coursebook on Translation*. London, New York: Routledge.
- Balla, B. 2012. *Symbolism, Synesthesia and Semiotics, Multidisciplinary Approach*. USA: Xlibris Corporation.
- Bolinger, D. 1950. Rime, Assonance, and Morpheme Analysis. *Word*, 6, 117–136. Doi:10.1080/00437956.1950.11659374
- Brēde, M. 1997. Means of Phonetic Expression in the SL and TL. *The First Riga Symposium on Pragmatic Aspects of Translation*. Riga: LU.
- Brēde, M. 1999a. Phonosemantic Approach to Text Analysis (English-Latvian). *Valoda* : Daugavpils Humanitārās fakultātes IX Zinātniskie lasījumi, 6–11.
- Brēde, M. 1999b. Sound Imitative Systems in Source and Target Language. *The Second Riga Symposium on Pragmatic Aspects of Translation*, 29–38.
- Chesterman, A. 1997. *Memes of Translation: The Spread of Ideas in Translation Theory*. Amsterdam: Benjamins.
- Croft, W. 2003. Typology. *Encyclopedia of Cognitive Science*. L. Nadel (ed.), vol 4, 434
- Cytowic, R. E. 2002. *Synesthesia. A Union of the Senses*. USA: The MIT Press. 440. London: Nature Publishing Group.
- Danesi, M. 1995. Iconicity of Metaphor. Marge E. Landsberg (ed.). *Syntactic Iconicity and Linguistic Freezes: The Human Dimension*. Berlin: Mouton de Gruyter, 265–284.
- Day, S. 1996. *Synesthesia and Synesthetic Metaphors*. *PSYCHE*, 2. Available: <http://www.daysyn.com/Day1996.pdf>
- De Cuypere, L. 2008. *Limiting the Iconic: From the Metatheoretical Foundations to the Creative Possibilities of Iconicity in Language*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Diffloth, G. 2006. *i: big, a: small*. L. Hinton, J. Nichols, J. J. Ohala (eds.). *Sound Symbolism*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 107–114.
- Dingemanse, M., Damián, E. B., Lupyan, G., Christiansen, M. H. 2015. Arbitrariness, iconicity and systematicity in language. *Monaghan Trends in Cognitive Sciences*, Oct, 2015, 19 (10), 603–615. Available: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2015.07.013>
- Dixon, M. J., Smilek, D., Duffy, P. L., Zanna, M. P., Merikle, P. M. 2006. The Role of Meaning in Grapheme – Colour Synaesthesia. *Cortex*, 42, 243–252.

- Dressler, W. 1992. Marked and Unmarked Text Strategies within Semiotically Based NATURAL Textlinguistics. *A Publication of The Summer Institute of Linguistics and The University of Texas at Arlington*, 5–16.
- Emmorey, K. 2014. Iconicity as structure mapping. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 369, 20130301. Doi: 10.1098/rstb.2013.0301
- Fischer, A. 1999. *What, if anything, is Phonological Iconicity?* M. Nanny, O. Fischer (eds.). *Form Miming Meaning: Iconicity in Language and Literature*. Amsterdam: John Benjamins, 123–134.
- Fischer, O., Nanny, M. 2001. Introduction: *veni, vidi, vici*. O. Fischer, M. Nanny (eds.). *The Motivated Sign. Iconicity in Language and Literature*, 2. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 1–14.
- Givón, T. 1984. *Syntax: A functional-typological introduction*, Vol. 2. Amsterdam: Benjamins Publishing Company.
- Grigorjevs, J. 2000. Latviešu valodas patskaņu sistēmas akustisks apraksts. *Linguistica Lettica*, 7. Rīga: LU Latviešu valodas institūts, 19–60.
- Hatim, B., Mason, I. 1997. *Discourse and the Translator*. Singapore: Longman.
- Haiman, J. 2008. In defense of iconicity. *Cognitive Linguistics*, 19, 35–48.
- Hinton, L., Nichols, J., Ohala, J. 2006. Sound-symbolic processes. *Sound Symbolism*. USA: CUP, 1–12.
- Jakobson, R. 1965. Quest for the Essence of Language. *Diogenes*, 13, 21–37.
- Jespersen, O. 1964. *Language. Its Nature, Development and Origin*. USA: The Norton Library.
- Kies, D. 1990. *Three Principles Underlying Iconicity in Literature: The Poetics of Nonsense in Children's and General Literature*. Available: <http://papyr.com/hypertextbooks/grammar/iconicity.htm>
- Klamer, M. 2001. Expressives and Iconicity in the Lexicon. F. K. Erhard Voeltz, C. Kilian-Hatz (eds.). *Ideophones*. Amsterdam: John Benjamins, 165–181.
- Lambert, J. 2016. Translation Criticism, an Unproblematic Issue? From Concepts to Positions to Goals. L. Ilyinska, M. Platonova (eds.). *Meaning in Translation: Illusion of Precision*. UK: Cambridge Scholars Publishing, 3–25.
- Laua, A. 1997. *Latviešu literārās valodas fonētika*. Rīga: Zvaigzne ABC.
- Lefevere, A. 1992. *Translation History Culture*. London: Routledge.
- Liepa, E. 1979. *Vokālisma un zilbju kvantitāte latviešu literārajā valodā*. Rīga: Zinātne.
- Lockwood, G., Hagoort, P., Dingemanse, M. 2016. How iconicity helps people learn new words: Neural correlates and individual differences in sound-symbolic bootstrapping. *Collabra*, 2, 1–15. Doi:10.1525/collabra.42

- Lupyan, G., Casasanto, D. 2015. Meaningless words promote meaningful categorization. *Language and Cognition*, 7, 167–193.
Doi:10.1017/langcog.2014.21
- Markus, D. 1998. Zilbe baltu valodās: teorija un prakse. *LZA Vēstis*, 1., 2., 3. nr.
- Markus, D. 2000. Skanīguma jeb sonoritātes princips latviešu valodas zilbēs. *Linguistica Lettica* : LZA korespondētājloceklim Laimdotam Ceplītim veltīts piemiņas krājums. Rīga: Latviešu valodas institūts, 9–18.
- Markus, D., Bonda, D. 2014. *Ievads fonoloģijā*. Rīga: Zinātne.
- Masuda, K. 2007. The Physical Basis for Phonological Iconicity. E. Tabakowska, C. Ljungberg, O. Fischer (eds). *Insistent Images* [Iconicity in Language and Literature, 5]. Amsterdam: John Benjamin, 57–71.
- Marks, L. E. 1978. *The Unity of Senses. Interrelations among the Modalities*. USA: Academic Press, Inc.
- Nord, C. 1997. A Functional Typology of Translation. A. Trosbry (ed.). *Text Typology and Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 43–66.
- Nöth, W. 2001. Semiotic Foundations of Iconicity in Language and Literature. O. Fischer, M. Nänny (eds.). *The Motivated Sign* [Iconicity in Language and Literature, 2]. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 17–28.
- Nygaard, L. C., Cook, A. E., Namy, L. L. 2009. Sound to meaning correspondences facilitate word learning. *Cognition*, 112, 181–186.
Doi:10.1016/j.cognition.2009.04.001
- Peirce, C. S. 1931–1958. *Collected Papers*, 4 Vols. C. Hartshorne, P. Weiss, A. Burks (eds.). Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Perniss, P., Thompson, R. L., Vigliocco, G. 2010. Iconicity as a general property of language: Evidence from spoken and signed languages. *Frontiers in Psychology*, 1 (227), 1–15. Doi: 10.3389/fpsyg.2010.00227
- Piller, I. 1999. Iconicity in Brand Names. M. Nänny, O. Fischer (eds.). *Form Miming Meaning: Iconicity in Language and Literature*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 325–344.
- Preziosi, M. A., Coane, J. H. 2017. Remembering that Big Things Sound Big: Sound Symbolism and Associative Memory. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 2. Doi:10.1186/s41235-016-0047-y
- Rabaglia, C. D., Maglio, S. J., Krehm, M., Seok, J. H., Trope, Y. 2016. The sound of distance. *Cognition*, 152, 141–149. Doi:10.1016/j.cognition.2016.04.001
- Reiss, K. 1989. Text types, Translation Types and Translation Assessment. A. Chesterman (ed.). *Readings in Translation Theory*. Finland: Loimaan Kirjapaino Oy, 105–114.

- Sakamoto, M., Utsumi, A. 2009. Cognitive Effects of Synesthetic Metaphors Evoked by the Semantic Interaction. *Proceedings of CogSci*, 1592–1598.
- Sapir, E. 1929. A Study in Phonetic Symbolism. *Journal of Experimental Psychology* 12 (3), 225–239.
- Schäffner, C. 2004. Metaphor and translation: some implications of a cognitive approach. *Journal of Pragmatics*, 36 (7).
Available: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2003.10.012>
- Toury, G. 1995. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Ungerer, F. 1999. Diagrammatic Iconicity in Word-Formation. M. Nänny, O. Fischer (eds.). *Form Miming Meaning: Iconicity in Language and Literature*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins, 307–324.
- Vainio, L., Tiainen, M., Tiippana, K., Rantala, A., Vainio, M. 2016. Sharp And Round Shapes of Seen Objects Have Distinct Influences On Vowel And Consonant Articulation. *Psychological Research*, 81, 827–839.
Doi: 10.1007/s00426-016-0778-x
- Veisbergs, J. 2016. Translationese, Translatiorese, Interference. L. Ilyinska, M. Platonova (eds.). *Meaning in Translation: Illusion of Precision*. UK: Cambridge Scholars Publishing, 25–53.
- Whissell, C. 2000. Sound Symbolism in Shakespeare's Sonnets: Evidence of Dramatic Tension in the Interplay of Harsh and Gentle Sounds English Language and Literature Studies. *English Language and Literature Studies*, 7 (4), 1–10. Available: <http://doi.org/10.5539/ells.v7n4p1>
- Whorf, B. L. 2012. *Language, Thought and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. USA: MIT Press.
- Воронин, С. 1982. *Основы фоносемантики*. Ленинград: ЛГУ.

