

## РЕЧЕВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

# Иконичность: история возникновения понятия, виды и принципы

## Iconicity: History of the Concept, Types and Principles

DOI: 10.12737/24873

Получено: 11 октября 2016 г. / Одобрено: 15 октября 2016 г. / Опубликовано: 17 апреля 2016 г.

**Т.А. Ленкова**

Канд. филол. наук, доцент,  
Рязанский государственный университет  
имени С.А. Есенина,  
Россия, 390000, Рязань, ул. Свободы, 46,  
e-mail: talenk@yandex.ru

**T.A. Lenkova**

Ph.D. (Philology), Associate Professor,  
Ryazan State University named for S.A. Yesenin,  
46, Svobody str., Ryazan, 390000, Russia,  
e-mail: talenk@yandex.ru

**Аннотация**

Статья посвящена иконичности, понятию, имеющему некоторую историю в рамках семиотики и когнитологии и завоевывающему свои позиции в изучении сравнительно нового феномена как «семиотически осложнённый текст», особенно в области медиалингвистики. В работе предпринята попытка обобщить имеющиеся знания не только отечественных исследователей, но и зарубежных, а также проанализировать научную литературу последних десяти лет. Статья охватывает широкий круг проблематики, связанной с иконичностью, – от многообразия вариантов определения данного термина до рассмотрения видов и принципов иконичности.

**Ключевые слова:** иконичность, икона, принципы иконичности, виды иконичности, антииконизм, интериконичность.

Предлагаемая статья посвящена такому неоднозначному феномену в лингвистике, как «иконизм», или «иконичность». Заявленные термины вошли в научный обиход сравнительно недавно, а именно в XX в., и связывают их появление с именами таких исследователей, как Ч. Пирс, Р.О. Якобсон, Ю.М. Лотман, Дж. Хайман. Однако над вопросом соотношения формы и содержания в языке человек задумывался еще в глубокой античности, попытки решения данной задачи мы можем найти в трудах Платона и Сократа. Уже древние философы рассуждали о том, является ли форма для содержания естественной оболочкой или она закреплена за содержанием по соглашению, т.е. конвенциональна.

Понятие «икона» тесно связано с одной из лингвистических отраслей — семиотикой.

Первичное теоретическое обоснование семиотика получила в трудах американских философов Ч. Пирса и Ч. Мориса. Почти одновременно с Пирсом необходимость выделения такой дисциплины обосновал и Ф. де Соссюр, который исходил из того, что данная дисциплина должна изучать роль знаков внутри общества. Он рассматривал знак как двустороннее психическое образование, соединяющее по-

**Abstract**

The article is devoted to such ambiguous phenomenon in linguistics as “iconicity”. The term went into use recently, in the 20th century, its emergence is connected with the names of Ch. Pearce, R.O. Jacobson, Yu.M. Lotman, J. Hyman. However, we can find attempts to define it in Plato’s and Socrates’ works. Ancient philosophers argued whether the form for contents is a natural cover or whether it is assigned to contents under an agreement. The concept “icon” is closely connected with semiotics which has now traversed to media linguistics, while some contemporary theorists of journalism consider such new tendencies as an iconomaniye and an iconofobiya. Iconicity in its various manifestations is studied by psychology and neurobiology. The article presents and analyzes a variety of definitions of the term as well as the types and principles of iconicity.

**Keywords:** iconicity, icon, principles of an iconicity, types of an iconicity, antiiconicity, intericonicity.

нятие (означаемое) и акустический образ (означающее). Это двустороннее образование создается не для индивида, а лишь для коллектива.

Вклад Ф. де Соссюра, в мыслях и идеях которого находили вдохновение лингвисты XX в., неоспорим, хотя время идет, и появляются новые взгляды на интересующую нас проблематику. Так некоторые исследователи, например А. Кибрик, напоминают о несколько негативной роли Соссюра, говоря, что «последние десятилетия XX в. характеризуются постепенным “прозрением” лингвистики, освобождающейся от соссюровской догмы и обнаруживающей множество свидетельств неадекватности зафиксированного в ней представления о языковой действительности» [3]. По мнению российского исследователя, «если между значениями и выражающими их формами существуют имплицативные отношения, а именно, если внешняя форма языковых выражений в определенной степени мотивирована их значениями, то у исследователя появляется мощнейший инструмент реконструкции (непосредственно ненаблюдаемых) значений по их (наблюдаемой) форме. С точки зрения мотивированности / немотивированности связи между значением и фор-

мой, иконы и индексы противопоставлены символам» [3].

Ч. Пирс выделял три типа знаков, одним из которых является иконический. Пирс определил его как знак, обладающий известным натуральным сходством с объектом, к которому он относится. То есть его действие основано на фактическом подобии означающего и означаемого (например, фото человека и сам человек). Определение иконического знака развил Ч. Моррис, предположив, что этот знак несет в себе некоторые свойства представляемого объекта. Иконами являются фотографические портреты, звукоподражательные слова, звуковые эффекты, имитирующие реальные звуки в кино и на радио и т.д. При этом иконические знаки невозможны для абстрактных понятий: нет материальной формы — нечего копировать. Иконические знаки менее конвенциональны, поскольку их форма является отражением физических характеристик референта. Для того чтобы связать форму такого знака с соответствующим ей референтным объектом, нет необходимости «заучивать» отношения между ними — они очевидны любому человеку.

Все многообразие знаковых средств, используемых в семиотике и культуре в целом, составляет ее семиотическое поле. В составе этого поля можно выделить шесть основных типов знаков и знаковых систем:

- естественные знаки, под которыми понимаются вещи и явления природы;
- функциональные знаки — предмет становится функциональным знаком, если связь между ним и тем, на что он указывает, возникает в процессе человеческой деятельности и основывается на способе его употребления человеком;
- иконические знаки и символы;
- конвенциональные знаки служат обозначением предмета по условию, по договору;
- вербальные знаковые системы — естественные языки;
- знаковые системы записи; важнейшие — письмо, система записи знаков естественного языка, устной речи. К этому типу знаковых систем относятся, например, нотная грамота, способы записи танца.

Иконические знаки и символы — это принципиально иной класс знаков по сравнению с естественными и функциональными. Иконические знаки — это знаки-образы, имеющие сходство с тем, что они обозначают. Это знаки в полном смысле слова. Если для предметов, выступающих в качестве естественных и функциональных знаков, знаковая функция является побочной и выполняется ими как бы «по совместительству», то для иконических знаков эта функция является главной и основной. Они, как

правило, искусственно создаются такими, чтобы их внешний вид отражал облик обозначаемых ими вещей. Особое место среди иконических знаков занимают символы.

Обратимся теперь непосредственно к термину «иконичность» и к тем его формулировкам, которые приняты сегодня в научной литературе. Так, самое простое определение иконичности (англ. *iconicity* от греч. *eikon* «копия») — отношение подобия между знаком и объектом, на который данный знак указывает.

А. Кибрик определяет иконичность как свойство языкового знака, проявляющееся в наличии между его двумя сторонами, означающим и означаемым, некоторого материального (изобразительного, звукового и т.п.) или структурного подобия [3].

Иконизм — один из способов представления внеязычного содержания в языковом знаке [1].

Х. Бусманн [7, с. 316] определяет иконичность как степень схожести между иконкой и реферируемым объектом.

Иконичность в отношении графической иллюстрации может пониматься как соответствие изображения реальности. Под иконичностью креолизованного текста А.М. Волоскович предлагает понимать его соответствие изображению [2]. Вообще в современном медиатексте востребованы такие формы интертекстуальности, как интериконичность и интердискурсивность. Интериконичность — это отсылка к тексту-источнику не вербального, а визуального характера, визуализированная интертекстуальность востребована не только в комиксах, карикатурах, рекламе, но и в креолизованных текстах.

В научной литературе мы встречаем, по крайней мере, два равнозначных термина: «иконизм» и «иконичность», в последние десятилетия сущность этих понятий занимает многих исследователей. Так, появилось достаточно много работ, посвященных видам и принципам иконичности.

Рассматривая иконы в качестве особого типа семиотических единиц, Ч. Пирс выделяет иконы образов как уподобление знаков наблюдаемым физическим («простым») свойствам своих референтов (фотографии); иконы метафор — как уподобление знака и объекта, существующих параллельно друг другу; иконы диаграмм — как уподобление знака и объекта по структуре [4].

Понятие иконичности получило дальнейшее развитие в когнитивной грамматике, где данное свойство связывается с общими когнитивными способностями к экономии усилий, обобщению и ассоциативному мышлению. В современной лингвистике иконичность выходит за рамки отдельного слова и начинает применяться не только к знакам, но и к языку в целом.

Утверждается, что структура языка (например, синтаксис) мотивирована структурой мира и уподобляется ей (не случайно такую иконичность вслед за Ч.С. Пирсом называют диаграмматической) [11; 17; 22].

Иконические знаки делятся на изобразительные (или образы) и диаграммы. К первым относятся оноματοпоэтические слова, ко вторым — знаки, сущность которых состоит в том, что сходство между означаемым и означающим касается только отношений между частями. Диаграмматическим является тот знак, отношения между частями которого аналогичны отношениям между частями некоей вещи, обозначенной им: наглядная схема вовсе не должна иметь чувственного сходства с объектом; достаточно, чтобы была аналогия между частями той и другой, т.е. здесь отношения сходства более абстрактны.

Вычлняются степени иконичности: образ — диаграмма — метафора. От образа к метафоре степень иконичности уменьшается. Для языка в целом и в особенности для грамматики наиболее важна диаграмматичность.

В истории науки было два варианта иконичности: сильный, или радикальный, и слабый, или умеренный. Первый понимает иконичность как психофизиологическое предусловие вербальной коммуникации (античная теория *rhysēi* с ее постулатом «Имя вещи подобно самой вещи»). Поскольку были получены научные данные, что иконическими кодами пользуются и животные, стало ясно, что у человека должны быть более абстрактные коды.

Сильный иконизм уступает место умеренному, когда говорят о «мере иконичности» в языке: признается, что в естественном языке иконичность относительна, а абсолютной она может быть только при конструировании искусственного языка, имеет глубокие нейробиологические, когнитивные и коммуникативные основания. Семиологическая база иконичности в языке — это диаграммное отражение некоторого аспекта структуры реального мира в структуре языка — предложение = картина действительности, знак явно представляет собой некое подобие обозначаемого. На уровне словообразования протяженность знака отражает иконически его семантическую сложность. Максимально иконичное кодирование имеет место во флективной системе.

Морфологическая маркированность отражает семантическую или когнитивную маркированность. Иконические отношения возникают там, где семантически менее маркированная категория не получает специального маркера, а семантически более маркированная получает (или у семантически маркированной категории маркер содержит большее число фонем, чем у немаркированной): единственное число и множественное, именительный падеж и косвенные

и т.д. Естественно, что аналитизм номинации и категоризации — это антииконизм или антииконическое кодирование. Другое дело — аналитизм грамматики, т.е. свойство аналитичности, которое проявляется у форм числа и рода имени.

Дж. Хайман выделяет две разновидности иконизма — изоморфизм и иконическую мотивированность [12]. Иконический изоморфизм — это свойство языка постоянно стремиться к идеальному состоянию, при котором одна форма соответствовала бы только одному значению. Этот тип иконичности объясняет тот факт, что при заимствованиях одна из конкурирующих форм либо исчезает, либо приобретает собственное значение. К нарушению изоморфизма обычно относят полисемию, омонимию, синонимию, нулевые знаки. При этом отмечается, что многозначность не противоречит данному свойству, так как все значения многозначного слова сводимы к единому инвариантному значению.

Иконическая мотивированность, по Дж. Хайману, означает, что отношения между частями знаков копируют отношения между частями референтов. Эта разновидность иконичности реализуется в трех принципах: количественный, следования и дистанции.

Сущность *количественного* принципа заключается в том, что формальная сложность соотносится с концептуальной, или маркированные формы соответствуют маркированному содержанию и значению [19]. Иными словами, чем больше формы, языкового материала в распоряжении реципиента, тем больше содержательных ассоциаций может у него возникнуть. Типичный пример — намеренно долго произносить гласные, чтобы выразить особую важность того, о чем рассказывается.

Также этот принцип могут иллюстрировать прибавки морфем множественного числа, всевозможные словообразовательные редупликации — *blitzschnelleilig*, *stockfinsterdunkel*; сюда же относятся «наслоения» уменьшительно-ласкательных суффиксов, слов-определений — чем больше любви, тем больше словообразовательных элементов, например, *mein Bärchenlein*, *mein Süßbärchen*.

Хайман полагает [12], что информационный посыл тем длиннее, чем вежливее регистр преподносимой информации. Отказ от формальной сложности приводит к редуцированию значения, деинтенсификации.

Принцип *иконической дистанции* заключается в изображении концептуальной дистанции объектов по отношению к говорящему. Если предметы воспринимаются в тесной взаимосвязи, то знаки, символизирующие их, располагаются в непосредственной близости друг от друга, если же связь между предметами осознается слабо, то возрастает дистанция

между знаками, обозначающими их [18, с. 11]. Другими словами, грамматическая дистанция обуславливает концептуальную дистанцию [8, с. 130]. По Хайману [12], концептуальная близость появляется там, где есть семантическая или физическая общность, концепты взаимно влияют друг на друга, неразделимы и представляют собой перцептивное единство. Действие принципа иконической дистанции чаще всего иллюстрируют примерами из синтаксиса.

*Ich sehe ihn im Hof spielen* (прямое восприятие события говорящим) и *Ich beobachte, wie das Kind im Hof spielt* (опосредованное восприятие события говорящим).

Принцип иконического следования означает существование отношений подобия между пережитыми нами событиями и линейным следованием обозначающих их знаков [18]. Это означает буквально следующее: в сложных существительных, например, порядок следования составных частей имени существительного детерминирован не грамматически, а, скорее, прагматически (самый главный по значению элемент идет первым) или обуславливается стилистической просодией (самый длинный элемент стоит в конце) [10]. В целом ряде немецких сложных существительных составные элементы нельзя переставить или поменять местами без потери значения, например, *Kindersoldaten* (солдатики, детские игрушки) — *Soldatenkinder* (солдатские дети).

В немецком языке много, однако, исключений. Так, например, в сложном существительном *Hosenrock* воспринимается сначала элемент *Rock*, а потом *Hose*, т.е. данное существительное не может являться примером, иллюстрирующим принцип иконического следования.

Дж. Хайман в 1980 г. писал не только об иконической мотивированности и принципах ее выражения, но и о так называемой простой иконичности [11, с. 515]. Простая иконичность возникает тогда, когда сигнификант полностью перенял свою звуковую, визуальную или пластическую форму у сигнификата [20]. Сапир [21] предлагает понимать под фонологической иконичностью отношение между звуком языка и реферируемым миром. Однако данный термин может ввести в заблуждение, поскольку «перекрывает» большой спектр феноменов, таких как фонемные кластеры и уровень просодии [9, с. 108].

Масуда подразделяет фонологическую иконичность на прямую и косвенную [16]. Прямая иконичность может быть лексической и нелексической, а косвенная делится, в свою очередь, на ассоциативную и фоноэстетическую. Прямая фонологическая иконичность определяется Масудой [16, с. 5] как репрезентация естественного, существующего в природе звука с помощью языкового звука путем прямого

звукоподражания, но речь не идет об ономотопее. В случае с ономотопеей мы имеем дело с «естественной мотивацией» [7], когда же мы обращаемся к прямой фонологической иконичности, то ни в коем случае не подразумевается банальное калькирование, звукоподражание, речь идет об осознанном, целенаправленном словообразовании, которое простирается от простейшей имитации звука до звуковой символики [7; 15]. Нелексическая прямая фонологическая иконичность использует фонетические характеристики языка, чтобы сымитировать звук, не задаваясь целью спродуцировать узнаваемые вербальные структуры [5; 9]. Подобного рода иконичность очень часто используется в комиксах. Лексическая прямая фонологическая иконичность, напротив, стремится соответствовать фонетическим правилам каждого конкретного языка, но в данном случае можно говорить лишь о частичной иконичности, так как один и тот же акустический знак может быть совершенно по-разному интерпретирован в языковом воплощении, а каждое звукоподражательное слово основывается на истории языка и определенного рода договоренностях [9]. Отсюда возникают возможные ошибочные толкования и переводы. Пример прямой фонологической иконичности — слова, обозначающие действие и образованные от звуков, издаваемых животными, людьми — *miauen*, *wauwauen*, *niesen*. Сюда же относятся междометия, обозначающие во многих языках примерно одно и то же, например, удивление или восторг «*ax!*»

Наряду со звуковой имитацией следует упомянуть и звуковую символику, которая связана непосредственно с косвенной фонологической иконичностью. Референтом в данном случае является не акустический звук, а, например, некое ощущение, чувство, качество (размер, цвет, форма), при этом связь между языковым знаком и реферируемым объектом косвенная, метафорическая. Бусманн утверждает, что отношения между языковым звуком и объектом надындивидуальные, даже универсальные [7]. По мнению исследователя, высокие, артикулируемые впереди звуки, например [i], ассоциируются у подавляющего большинства реципиентов с чем-то маленьким, светлым и острым. В противоположность этому глубокие низкие звуки, такие как [a], например, напоминают что-то большое, темное и глухое. Надо сказать, что изучению звуковой символики было уделено много внимания, прежде всего, в психологических исследованиях. Так, например, в 1929 г. Сепир [21, с. 225], в 1947 г. Кёлер [14] проводили эксперименты, в ходе которых испытуемым предлагалось приписать искусственно придуманным словам некие значения. В результате 80% участников опыта Сепира сказали, что *mil* обозначает объект небольшого размера, а *mal* —



нечто большое. Испытуемые Келера обозначили *takete* как тонкий предмет заостренной формы, *maluma* стало словом, подходящим для названия крупного и круглого предмета. Следует отметить, что исследования, проводимые на естественных языках, не дали столь однозначных результатов. Масуда [16, с. 26] объясняет это тем, что в естественных языках образ звука и значение слов зависят от многих факторов, искусственно придуманных слов, слов-нонсенсов это не касается.

Определенные звуки и звуковые комбинации способны вызывать у людей определенные представления, ассоциации.

Как упоминалось ранее, наряду с ассоциативной фонологической иконичностью выделяют также фоноэстетическую, которая может рассматриваться одновременно как подвид морфологической иконичности [9, с. 113]. Термин «фоноэстем» предложили использовать Хозенхольдер [13, с. 83] и Болингер

[6]. Фоноэстем — субморфемный звуковой кластер, относящийся к одному определенному значению, и основывается на ассоциации с простым звуковым значением в других словах. Фоноэстетическая иконичность зависит от языка. Дресслер [10, с. 269] говорит о том, что так называемые «эхо-слова» в высшей степени иконичны: *Zickzack*, например.

Современная семиотика далеко ушла в изучении знака. В настоящее время изучение знака и знаковых систем распространилось на медиалингвистику. Некоторые теоретики журналистики, особенно за рубежом, заговорили о таких новых тенденциях, как икономания и иконофобия. Несомненный интерес к изучению иконичности во всех ее проявлениях выказывают психология и даже нейробиология. Одним словом, мы стоим еще в самом начале познания сути иконичности, раскрытия тайн этого явления следует искать в будущем.

## Литература

1. Брусенская Л.А. Словарь лингвистических терминов [Текст] / Л.А. Брусенская, Г.Ф. Гаврилова, Н.В. Малычева. — Ростов н/Д: Феникс, 2005. — 256 с.
2. Волоскович А.М. Типы иконичности в тексте: инструкции и комментарии к произведениям живописи [Текст] / А.М. Волоскович // Вестник МГЛУ. — 2011. — Вып. 14. — С. 16–25.
3. Кибрик А. Иконичность. 2001 [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/IKONICHNOST.htm](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/IKONICHNOST.htm)
4. Пирс Ч.С. Элементы логики. *Grammatica Speculativa* [Текст] / Ч.С. Пирс // Семиотика: Антология / сост. Ю.С. Степанов. — Екатеринбург: Деловая книга, 2011. — 702 с.
5. Attridge D. Peculiar Language: Literature as Difference from the Renaissance to James Joyce. London: Methuen, 1988. Pp. 75–82.
6. Bolinger D.L. Forms of English: Accent, Morpheme, Order. Tokyo: Hokuon, 1965. Pp. 3–35, 447–448.
7. Bußmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. 2.völlig neu bearbeitete Aufl. Stuttgart, 1990. 316 S.
8. Croft W. Modern Syntactic Typology. In: Shibatani, Masayoshi / Bynon Theodora (eds.): Approaches to Language Typology. Oxford: Clarendon Press, 1995. Pp. 85–144.
9. De Cuypere L. Limiting the Iconic. From the metatheoretical foundations to the creative possibilities of iconity in language. Amsterdam/Philadelphia: J. Benjamins. 2008. 286 pp.
10. Dressler W.U. Word-formation in natural morphology. In: Štekauer, Pavol / Lieber, Rochelle (Hrsg.): Handbuch of Word-Formation. Dordrecht: Springer, 2005. 298 S.
11. Haiman J. The iconicity of grammar: isomorphism and motivation. *Language*. 1980. No. 56 (3). Pp. 515–540.
12. Haiman J. Natural Syntax: Iconicity and Erosion. — Cambridge: CUP, 1985. pp. 515–540.
13. Householder F.W. On the problem of sound and meaning, an English phonestheme. *Word* 2, 1946. Pp. 83–84.
14. Köhler W. Gestalt Psychology: An Introduction to New Concepts in Modern Psychology. New York/NY: New American Library, Mentor, 1947. 222 pp.
15. Lewandowski Th. Linguistisches Wörterbuch. Neue bearbeitete Auflage. Heidelberg–Wiesbaden: Quelle & Meyer, 1985. S. 251–281.
16. Masuda K. A Phonetic Study of Sound Symbolism. PhD dissertation. University of Cambridge, 2002. P. 46.

17. Nänny M., Fischer O. Form Miming Meaning. Amsterdam: John Benjamins, 1999. 443 pp.
18. Pöirings R., Schmitz U. Sprache und Sprachwissenschaft: eine kognitiv orientierte Einführung. Tübingen: Narr, 2003. 281 S.
19. Pusch C.D. (2001 / online 2008): Ikonizität. In: HSK 20, 369–384. URL: <http://www.romanistik.uni-freiburg.de/pusch/Download/ikonizitaet.pdf>, 1–18/
20. Römer Ch. Ikonische Kodierung bei der Phraseologisierung von Verbphrasen. 2006. URL: [www.personal.uni-jena.de/~xcr/v2/Dateien/File/.../aufsatz.pdf](http://www.personal.uni-jena.de/~xcr/v2/Dateien/File/.../aufsatz.pdf)
21. Sapir E. A study in phonetic symbolism // *Journal of Experimental Psychology*. 1929. No. 12. Pp. 225–239.
22. Tabakowska E., Ljungberg Ch., Fischer O. Insistent Images. Amsterdam: John Benjamins, 2005. Pp. 209–225.

## References

1. Brusenskaya L.A., Gavrilo G.F., Malycheva N.V. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of linguistic terms]. Rostov on Don: Feniks Publ., 2005. 256 p.
2. Voloskovich A.M. Tipy ikonichnosti v tekste: instruktsii i komentarii k proizvedeniyam zhivopisi [Types of iconicity in the text: instructions and comments to the works of art]. *Vestnik MGLU* [Bulletin of Moscow State Linguistic University]. 2011, 1. 14, pp. 16–25.
3. Kibrik A. *Ikonichnost'* [Iconicness]. 2001. Available at: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/IKONICHNOST.htm](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/IKONICHNOST.htm)
4. Pirs Ch.S. Elementy logiki. *Grammatica Speculativa* [Logic elements. *Grammatica Speculativa*]. *Semiotika: Antologiya* [Semiotics: Anthology]. Ekaterinburg: Delovaya kniga Publ., 2011. 702 p.
5. Attridge Derek (1988): Peculiar Language: Literature as Difference from the Renaissance to James Joyce. London: Methuen. Pp. 75–82.
6. Bolinger, Dwight L. (1965): Forms of English: Accent, Morpheme, Order. Tokyo: Hokuon. Pp. 3–35, 447–448.
7. Bußmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft. 2.völlig neu bearbeitete Aufl. Stuttgart, 1990. – 316 S.
8. Croft W. (1995): Modern Syntactic Typology. In: Shibatani, Masayoshi / Bynon, Theodora (eds.): Approaches to Language Typology. Oxford: Clarendon Press. S. 85–144.
9. De Cuypere L. (2008): Limiting the Iconic. From the metatheoretical foundations to the creative possibilities of iconity in language. Amsterdam/Philadelphia: J. Benjamins. 286 pp.

10. Dressler W.U. (2005): Word-formation in natural morphology. In: Štekauer Pavol / Lieber, Rochelle (Hrsg.): *Handbuch of Word-Formation*. Dordrecht: Springer. 298 S.
11. Haiman J. (1980): The iconicity of grammar: isomorphism and motivation. *Language* 56 (3), pp. 515–540.
12. Haiman J. *Natural Syntax: Iconicity and Erosion*. Cambridge: CUP, 1985. Pp. 515–540.
13. Householder F.W. (1946): On the problem of sound and meaning, an English phonestheme. *Word* 2, pp. 83–84.
14. Köhler W. (1947): *Gestalt Psychology: An Introduction to New Concepts in Modern Psychology*. New YorkNY: New American Library, Mentor. 222 pp.
15. Lewandowski Th. (1985): *Linguistisches Wörterbuch*. Neue bearbeitete Auflage. Heidelberg–Wiesbaden: Quelle & Meyer. S. 251–281.
16. Masuda K. (2002): *A Phonetic Study of Sound Symbolism*. PhD dissertation. University of Cambridge. Pp. 46.
17. Nänny M., Fischer O. *Form Miming Meaning*. — Amsterdam: John Benjamins, 1999. — 443 pp.
18. Pörings R., Schmitz U. (2003): *Sprache und Sprachwissenschaft: eine kognitiv orientierte Einführung*. Tübingen: Narr. 281 S.
19. Pusch C.D. (2001 / online 2008): Ikonizität. In: HSK 20, 369–384. [<http://www.romanistik.uni-freiburg.de/pusch/Download/ikonizitaet.pdf>, 1–18].
20. Römer Ch. (2006): Ikonische Kodierung bei der Phraseologisierung von Verbphrasen. [www.personal.uni-jena.de/~xcr/v2/Dateien/File/.../aufsatz.pdf](http://www.personal.uni-jena.de/~xcr/v2/Dateien/File/.../aufsatz.pdf).
21. Sapir E. (1929): A study in phonetic symbolism. In: *Journal of Experimental Psychology*, 12, pp. 225–239.
22. Tabakowska E., Ljungberg Ch., Fischer O. *Insistent Images*. Amsterdam: John Benjamins, 2005. Pp. 209–225.