

2. Бачевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики: Підручник. – К.: Видавничий центр "Академія", 2004. – 344 с.
3. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекцій по англ. филологии. – Тамбов: Изд. Тамбов. ун-та, 2000. – 123 с.
4. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Сб. работ / Составление В.В. Петрова: Пер. с англ. яз. под ред. В.И. Герасимова: Вступ. ст. Ю.Н. Караулова, В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
5. Ермоленко С.Я., Бирик С.П., Тодор О.Г. Українська мова. Короткий словник лінгвістичних термінів / За ред. С.Я. Ермоленко. – К.: Либідь, 2001. – 224 с.
6. Луньова Т.В. До питання про епістемологічні основи використання поняття "фрейм" у сучасних лінгвокогнітивних дослідженнях // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики: Зб. наук. праць / Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К.: Київський нац. ун-т імені Т. Шевченка, Логос, 2008. – Вип. 13. – С. 195-202.
7. Минский М. Фреймы для представления знаний: Пер. с англ. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.
8. Нечуй-Левицький І.С. Зібрання творів у десяти томах. Прозові твори. – К.: Наукова думка, 1965-1968 рр.
9. Седов К.Ф. Ссора // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007. – С. 259-268.
10. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К.: Брама, Изд. Вовчок О.Ю., 2004. – 336 с.
11. Селиванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
12. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике. – Вип. XXIII. Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – С.52-92.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ілона Романюк – аспірантка кафедри української філології Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К.Д. Ушинського.

Наукові інтереси: комунікативна лінгвістика.

МЕТОНІМІЯ В ДИСКУРСИВНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ МЕТАФОРИКИ АНГЛОМОВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ТЕКСТУ

Марина РОМАНЮХА (Запоріжжя, Україна)

В статье рассмотрена актуальная проблема определения границ исследовательского корпуса при изучении метафоры англоязычного медиадискурса, объяснена необходимость включения в корпус сращенных метафор-метонимических высказываний

The article studies the relevant issue of defining the scope of research corpus in the field of metaphoric language of media, it is argued that the utterances combining metaphor and metonymy should be included in the corpus

Останні десятиліття позначені виправданим зростанням наукового інтересу до різних аспектів метафорики медіадискурсу, наприклад вивчення прагматики політичної комунікації (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, А.П. Чудинов, І.М. Кобозева і др.). Вивчення економічної метафори в англомовному медіадискурсі є не менш актуальним завданням сучасної лінгвістики та було намічено в роботі [2: 42]. При формуванні корпусу дослідницького матеріалу актуальним є визначення його меж стосовно семантики. Таким чином, метою даної роботи є обґрунтувати залучення метонімічних висловлювань до загального корпусу метафор медіадискурсу.

На перший погляд може здатися, що метонімія належить до найбільш вивчених питань сучасної лінгвістики. Однак це не зовсім так. Як відомо, при декодуванні метонімічних зворотів необхідно встановити природу зв'язку між буквальним та образним значенням слова: „metonymy ... has primarily a referential function, that is, it allows us to use one entity to stand for another” [10: 36]. Широко відомі моделі типових переносів, або „метонімічні формули” [5: 14], наприклад, NAME FOR A PRODUCT, PRODUCER FOR A PRODUCT, THE PLACE FOR THE EVENT, CONTROLLER FOR CONTROLLED і т.д. У мовному втіленні відбувається синтаксична компресія, яка на думку Ш. Баллі „є результатом недосконалості людського розуму, що виражається в поверхневому сприйнятті та недостатньому аналізі”. Метонімія за Ш. Баллі є „помилкою в аналізі сприйняття” [1: 222].

У сфері економіки та бізнесу актуалізуються, наприклад, такі формули метонімічного переносу: ANIMAL FOR THE COUNTRY (kangaroo bonds); PROFESSION FOR THE COUNTRY (matador bond, samurai bond, geisha bond); DISH FOR THE COUNTRY (sushi bond). Так, sushi bonds, samurai bonds не мають нічого спільного зі стравою або воїном, вони не вказують на приховану схожість, вони лише несуть стійку асоціацію за суміжністю з країною – у цьому випадку Японією. Так, кенгуру живуть тільки на одному континенті, тому

для позначення австралійських акцій видобувних компаній та біржовиків, що на них спекулюють, було обрано назву тварини *kangaroo*:

Network Rail, the publicly-owned UK railway infrastructure operator, yesterday placed its first kangaroo bonds, or debt securities in Australian dollars. (Financial Times, July 13, 2005)

Слід звернути особливу увагу на одиниці *dragon bond*, *dragon market*. На перший погляд вони задовольняють метонімічній формулі ANIMAL FOR A COUNTRY, але необхідно підключити до аналізу лінгвокраїнознавчу інформацію про Схід. Дракон на Сході є символом могутності. У кінці 80-х на та початку 90-х років на фоні масштабної економічної кризи країн басейну Тихого океану помітно динамічно розвивалася економіка групи країн, а саме Індонезії, Малайзії, Філіппін та Таїланду. Тобто в даному випадку ми маємо справу не з метонімією, а з метафорою, в основі якої лежить порівняння з драконом – символом могутності.

Характер метонімічних відносин в наступному уривку викликає дещо більш конкретизовані образи (ноги, гаманці, руки) та може бути представлений формулою CAPITAL FOR THE OWNER (хоча й непоширеною):

A few years ago, it would seem frivolous, even among the enemies of the big oil companies, to doubt their supremacy. With feet stuck in some of the best reserves, their wallets stuffed with cash and their hands on the best technology, no one doubted that private capital was leading the global oil industry. (The Times Online, September 21, 2005)

В результаті спостережень за мовленнєвою образністю медійного тексту особливої значущості набуває проблема розрізнення ментальних операцій метафори персоніфікації та метонімії, особливо якщо це стосується економічних формацій, керованих людьми. Так, відомо, що метафора персоніфікації полягає в поєднанні антропоморфного предикату (найчастіше) та неантропоморфного суб'єкту: „where something inanimate is treated as if it has human qualities or is capable of human actions” [9: 7]. В роботі І.М. Кобозевої, присвяченій метафориці сучасного політичного дискурсу [4: 138-141], поставлено актуальне питання про розрізнення метонімії та метафори персоніфікації СУСПІЛЬСТВО ЦЕ ОСОБА.

При розумінні наступних двох виділених фрагментів може виникнути певна спокуса трактувати їх як приклади персоніфікації. Розглянемо перший уривок:

He was taking advantage of rules that, since 2000, have allowed U.S. companies to sell food and agricultural products to Cuba. And he's far from alone. The U.S. shipped \$438 million in such goods there last year. "We have a lot of commodities that Cuba wants," Johnson says. And somehow, Cuba scrapes together enough cash to pay for them. (Businessweek, March 10, 2008)

Очевидно, що пошук грошей здійснюється кожним громадянином країни тому семантичні відносини в виділеному реченні цілком задовольняють поширеній в медійному тексті метонімічній формулі COUNTRY FOR ITS PEOPLE, предикат *scrape together* вжито в його прямому значенні по відношенню до громадян країни.

Перейдемо до наступного фрагменту, в якому вгадується відома метонімічна формула WHOLE FOR THE PART, тобто синекдоха:

Politically inspired barriers to trade are a blight on the world. The market clamours for more cereals, yet Ukraine, once touted as Europe's bread basket, is missing an opportunity to exploit its advantage. (The Times Online, March 12, 2008)

Зрозуміло, що приписування предикату *clamour* поняттю ринок можливе тільки за умов образного сприйняття підмета та його розгортання до *the buyers at the market* – тобто встановлення „тієї релевантної в даній ситуації підмножини членів організації, яка вповноважених виконувати відповідні дії” [4: 139], іншими словами віднайдення того суб'єкта, по відношенню до якого предикат буде доречним в буквальному сенсі. В вищенаведеному фрагменті зерно *вимагають* покупці на ринку.

У випадку персоніфікації або уособлення суб'єкт не може бути замінений перифразом або розгорнутий так, щоб предикат був вжитий по відношенню до нього у буквальному сенсі.

Метафора персоніфікації на думку багатьох вчених є фундаментальною основою пізнання світу. Тому не випадково відбувається інтуїтивний вибір саме метафори персоніфікації при поясненні метафори взагалі дитині, як на це звернув увагу М. Блек

[3: 155]. Антропоморфічний тип метафори на думку С.Ульмана є семантичною універсалиєю для більшості існуючих мов [6: 277-278]. Саме через типовість та певну надлишковість у мові та мовленні ця метафора є найменш рельєфною, найменш помітною у суспільно-політичному дискурсі [4: 139].

Народження нової економічної формації (тут: Білорусі) та її розвиток у метафоричному переосмисленні є рухом живої істоти, хоча й не швидким. В наступному фрагменті міститься вербалізація метафоричної моделі DEVELOPMENT IS MOVEMENT:

A new system is crawling from the Soviet wreckage (The Times Online, October 16, 2004)

Якщо звернутися до перевірки на 'метонімічність' та спробувати віднайти такий перифраз підмета, по відношенню до якого предикат *is crawling* був би органічним, то ці пошуки закінчатимуться невдачею. Очевидно, що сутність *new system* тут є недискретною, тобто предикат не відноситься ні до кожного з представників системи, ні до певної підмножини цього угруповання. Будь-який перифраз буде надто багатослівним та громіздким, крім того він буде близитися до енциклопедичного тлумачення, ніж до іносказання.

Аналогічна ситуація спостерігається в наступному уривку. Спроби виділити групу суб'єктів чи сутностей в складі Росії, які за своїми функціями могли б спотикатися, є абсурдними:

These positive trends coexist with many signs that Russia is stumbling on the path toward free-market democracy – so much so that some U.S. and European legislators and human-rights groups want to kick it out of the G-8. (Time, July 02, 2006)

Поняття *head hunter* у спеціальних дослідженнях нерідко йменується метафорою, однак, це тільки частково вірно. Виходячи з відомого словникового тлумачення, *head hunter* є агентством з працевлаштування, де *head* репрезентує метонімічний зв'язок між розумовими здатностями людини та головою, тоді як *hunter* очевидно є метафорою:

At the top level of the executive search ladder, a head-hunter's talents will extend well beyond the ability to simply fill a gap. Most senior search consultants have a track record in business and a great deal of experience of matching companies and candidates. (The Sunday Times, April 13, 2003)

Виходить, що вищенаведений фрагмент містить граничний випадок – нашарування тропів. Проблема конвергенції або інтеграції цих двох тропів не знайшла широкого висвітлення в вітчизняних та російських наукових дослідженнях. Однією з перших та найбільш впливових робіт з питання злиття метафори та метонімії була робота Гусенс [8], проведена на матеріалі образних сталих висловів англійської мови, що стосуються людського мовлення. Дослідження питання було продовжено в роботі [7: 63-71] на набагато більш широкому фактичному матеріалі та дозволило розширити дещо непрозору класифікацію зрощень, яка і на думку авторів є умовною. Висунута теза про існування випадків конвергенції метафори та метонімії є найважливішим висновком для нашого дослідження: „... rather than attempting to distinguish discrete categories, it is more useful to think of there being a continuum from metaphor to metonymy” [7: 63].

Є велика спокуса прийняти наступне виділене висловлювання за персоніфікацію, якби підмет у цьому реченні не виконував референційної функції по відношенню до керівництва:

Bank of England walks a tightrope between inflation and recession

For months the Bank and the nine members of its Monetary Policy Committee charged with setting interest rates have been forced to juggle pressures from two opposing but equally serious threats to the economy. (The Times Online, April 11, 2008)

Очевидно, що в вищенаведеному фрагменті словосполучення Банк Англії вжито метонімічно, можливим референтом цього вислову є *керівництво Банку*, але жоден перифраз цього словосполучення не дозволяє предикату *to walk a tightrope* бути приписаним до нього у буквальному сенсі. Безсумнівно, ідіома *walk a tightrope* має метафоричне підґрунтя. Виходить, що суб'єкт вжито в метонімічному сенсі, а предикат – в метафоричному.

Дещо по-іншому репрезентовано нашарування ментальних операцій метонімії та метафори в наступному прикладі. Висловлювання *to get back on one's feet* використовується, коли мова йде про одужання після хвороби. Дійсно, людина встає з ліжка після одужання, це яскравий приклад причинно-наслідкового типу метонімічного вислову. У випадках, якщо цей

вислів вживається по відношенню до абстрактної сутності, наприклад економіки, мова йде про метафору з метонімічним підгнуттям:

"The Plaid-Labour (Welsh assembly) government must commit to increasing the skills of the workforce and ensuring that Wales is a place to do business – they must do this now to get the Welsh economy back on its feet," she said. (BBC.co.uk, 19 March 2008)

Даний тип метонімічних відносин прийнято називати металеписом – різновид метонімії, який полягає в заміні логічно попереднього поняття на логічно наступне або супутнє та навпаки.

Не дивлячись на ускладнений характер семантичних зв'язків між значеннями слів, вважаємо за необхідне включати приклади зрощення до загального корпусу прикладів, адже вони гіпотетично можуть задовольнити актуальним метафоричним моделям медіа дискурсу. Наприклад, антропоморфна метафорична модель, до якої можна віднести вищенаведений приклад, є найбільш частотною в зазначеному типі дискурсу.

Механістична метафора руху, заявлена в наступному прикладі, не є єдиним образним засобом в виділеному фрагменті. Розглянемо це слововживання, в якому наявне зрощення метафори та металепису:

The company enjoyed a second straight quarter of double-digit sales growth in the UK. Stacey Cartwright, finance director, said: "The UK is a small proportion of sales, but we do like to see the home market firing on all cylinders". (The Times Online, July 13, 2006)

Насправді, метонімічний характер образності тут також базується на причинно-наслідкових зв'язках: за наївними уявленнями більшості людства двигун, який працює на всіх циліндрах, тобто якщо паливо горить в усіх циліндрах, а не, скажімо, тільки в трьох, працює плавно та на всю можливу потужність. Задіяння усіх циліндрів є причиною плавного руху транспортного засобу, вживання цього вислову по відношенню до показників рівня продажу є метафоричним, адже відбувається порівняння абстрактної сутності з матеріальною, тобто з механізмом.

Виходить, що всі випадки вживання цієї ідіоми в економіці будуть метонімічно-метафоричними. У відношенні до цього питання необхідно зайняти обережну позицію. Так, випадки зрощення не містять ні метафору, ні метонімію в чистому вигляді, але при дослідженні метафорики медіадискурсу включення змішаних типів образності є актуальним, адже дозволяє в повному обсязі описати актуальні метафоричні моделі сучасного англомовного медіадискурсу.

В результаті проведеної роботи вважаємо необхідним включення метонімії, зрощених з метафорами до загального корпусу фактичного матеріалу. Проблема класифікації типових зрощень метафори та метонімії є недостатньо розробленою та заслуговує окремого дослідження.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Балли Ш. Французская стилистика. Пер. с фр. К.А. Долинина. – М.: Иностранная литература. – 1961. – 395с.
2. Баранов А.Н. Метафорические модели как дискурсивные практики // Известия АН СССР. СЛЯ. – т.63, №1. – 2004.
3. Блек М. Метафора // Теория метафоры: сборник /Под общ. ред. Н.Д. Арутюновой, М.А. Журиной. – М.: Прогресс. – С.153-173.
4. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестник МГУ. – Серия 9. Филология. – 2001. – №6. – С132-148.
5. Москвин В.П. Русская метафора: Очерк семиотической теории. – М.: ЛЕНАНД. – 2006. – 184с.
6. Ульманн С. Семантические универсали // Новое в лингвистике. – М.: Прогресс, 1970. – С. 274–281.
7. Deignan A. Metaphor and corpus linguistics. – John Benjamins Publishing Company: Amsterdam/ Philadelphia. – 2005. – 235p.
8. Goossens L. Metaphtonymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions of linguistics action /In L. Goossens, P. Pauwels, B. Rudzka-Ostyn, A. Simon-Vanderbergen, By Word of Mouth: Metaphor, Metonymy and Linguistic Action in a Cognitive Perspective 159-174). Amsterdam: John Benjamins. – 1995. P159-174.
9. Knowles M., Moon R. Introducing metaphor. – Routledge: New York. – 2006. – 180p.
10. Lakoff, George and Johnson, Mark. Metaphors We Live by. – Chicago and London: The University of Chicago Press. – 2003. – 276 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Марина РОМАНЮХА – аспірант кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови ЗНУ.
Наукові інтереси: когнітивна метафора медіа дискурсу.