

УДК 811.111

## МЕТОНІМІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СМИСЛОВОЇ КОМПРЕСІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Романюха М.В., к. філол. н., доцент,  
доцент кафедри перекладу  
*Дніпровський державний технічний університет*

У статті проаналізована контекстна реалізація метонімії як інструмента смислової компресії на матеріалі текстів сучасного медіадискурсу різноманітної тематики. Проаналізовані контексти охоплюють різні шари лексичної системи англійської мови.

**Ключові слова:** смислова компресія, метонімія, медіадискурс, гра слів, лінгвокультура.

В статье проанализирована контекстная реализация метонимии как инструмента смысловой компрессии на материале текстов современного медиадискурса различной тематики. Проанализированные контексты охватывают различные слои лексической системы английского языка.

**Ключевые слова:** смысловая компрессия, метонимия, медиадискурс, игра слов, лингвокультура.

### Romaniukha M.V. METONYMY AS AN INSTRUMENT OF MEANING COMPRESSION IN ENGLISH LINGUISTIC CULTURE

The paper researches into contextual presentation of metonymy as an instrument of meaning compression, based on texts belonging to modern media discourse of various topics. The contexts analyzed cover different layers of lexical system of the English language.

**Key words:** meaning compression, metonymy, media discourse, play on words, linguistic culture.

**Постановка проблеми.** У рамках когнітивної лінгвістики (М. Freeman, М. Johnson, G. Lakoff, М. Turner, Z. Kovecses, G. Fauconnier), спрямованої на з'ясування механізмів взаємодії між мовою й мисленням, метафора та метонімія є ключовими механізмами інтерпретації знань і пізнання [21, с. 142]. Так само, як і метафора, метонімія допомагає нам осмислювати інформацію завдяки низці усталених стандартних моделей зв'язків між поняттями THE PRODUCT FOR THE PRODUCER, THE PLACE FOR THE EVENT, PART FOR THE WHOLE, INSTRUMENT FOR ACTION та ін. [17, с. 145]. Але метафора й метонімія настільки близькі за принципом утворення, що іноді буває важко їх розрізнити.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Нині в межах когнітивної лінгвістики все частіше обговорюються особливі випадки взаємодії цих двох ментальних операцій. Однією з перших і найбільш відомих робіт із питання взаємодії метафори та метонімії в англійській була робота Л. Гусенс [14], що стала стимулом для дослідження закономірностей взаємодії цих ментальних операцій. Л. Гусенс пропонує використовувати термін *metaphtonymy* для позначення двох типів взаємодії метафори й метонімії: метафора від метонімії та метонімія в метафорі.

А. Барселона висловлюється більш категорично, наполягаючи на потенційній мето-

німічній мотивації всіх когнітивних метафор [7, с. 32]. Варто дотримуватися більш поміркованої тези про метонімічне підґрунтя лише деяких когнітивних метафор [19, с. 95]. Е. Дейнан доводить, що взаємодія метафори й метонімії має градацію і являє собою шкалу, на одному боці якої знаходяться «чисті» метафори, а на іншому – «чисті» метонімії. Посередині – випадки поєднання метонімії та метафори.

**Постановка завдання.** Мета статті – прослідкувати специфіку вербальної репрезентації метонімії як інструмента смислової компресії на тлі масмедійного дискурсу, тому що саме тут метонімія реалізує свій потенціал надзвичайно потужно. Джерелами фактичного матеріалу для цього дослідження слугували тексти різноманітних жанрів медіадискурсу: новинна стаття, реклама, інтерв'ю. Тематика медіаповідомлень була досить широкою, у цілому обрано тексти, зорієнтовані на культуру, суспільні процеси та комунікацію англійськомовної спільноти.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Медіадискурс як простір реалізації смислової компресії невинно досліджується завдяки його фундаментальному впливу на суспільство, динаміці мовних змін і традиції його вивчення в європейській, зокрема в британській і голландській лінгвістиці (А. Белл, Н. Феркло, Дж. Хартлі, Р. Фоулер, Т. ван Дейк).



Медіадискурс розглядаємо як тематично сфокусовану когнітивно-мовленнєву діяльність, соціокультурно обумовлену інституційними нормами ЗМІ й зафіксовану у вигляді медіатексту. Феномен медіатексту являє собою складне комунікативне, соціальне й полісеміотичне утворення, яке сприяє формуванню та модифікації концептуальної картини світу читача [6, с. 81]. Поширення терміна в науковому середовищі було підготовлене низкою робіт британських дослідників мови засобів масової інформації, наприклад, книгою відомого дослідника медіадискурсу А. Белла "Approaches to Media Discourse".

Характерні риси медіадискурсу проявляються на основі соціолінгвістичного підходу до типологізації дискурсів. Протиставляючи інституційний дискурс персональному, В. Карасик цілком слушно підкреслює трафаретність інституційних дискурсів, тобто «комунікацію в своєрідних масках». Людина як автор дискурсу є агентом певного соціального інституту та використовує у своїй діяльності загальні стратегії подання інформації, когнітивні моделі, стереотипні жанри, мовленнєві звороти та ін.

Під соціальним інститутом ми розуміємо фундаментальну низку норм і цінностей як основу соціального та культурного буття суспільства, яка зумовлена суспільним розподілом праці та призначена для задоволення особливих потреб суспільства. Фундаментом медіадискурсу є соціальний інститут засобів масової інформації, а журналісти виступають його агентами задля забезпечення інформаційного потоку та формування суспільної думки.

Інформаційний потік сьогодні є настільки потужним, що велика кількість інформації в текстах присутня лише імпліцитно, журналісти розраховують на обізнаного читача й тому вдаються до механізмів смислової компресії. Є. Менджеричька відзначає, що для адекватного розуміння інформації необхідним є збіг так званих когнітивних баз (фонових знань) учасників комунікації в мовному співтоваристві [3, с. 52]. Іншими словами, правильне тлумачення медіаповідомлень вимагає глибокої інформованості адресата, яка дозволить інтерпретувати імпліцитні смисли. Якщо комунікація відбувається на межі різних культур, ці імпліцитні смисли набагато складніше інтерпретувати, адже представникові іншого лінгвокультурного простору необхідно підключити не тільки знання мови, але й знання про реальність, історію, побут та інші аспекти буття англomовної культури.

Метонімію вважають центральним механізмом невираженої інформації. Носіями метонімії можуть бути аббревіатури, власні імена, лексичні зрощення, цитації, найрізноманітніші натяки, парцеляція, еліпс, алюзії, неологізми, перифрази, каламбури, модифікація фразеологізму та ін. [4, с. 40]. Лише цей факт вимагає від читача високої лінгвокультурної компетенції. Отже, не можна не погодитися, що метонімія в медійному тексті являє собою значну перепону в міжкультурній комунікації [4, с. 46].

З погляду синтаксичних аспектів презентації метонімії відзначимо, що надзвичайно широке використання іменників у позиції означення до іменників породжує насичене інформаційне повідомлення. З одного боку, така тенденція до компресії значення продиктована обмеженням місця на газетній сторінці, а з іншого боку, створює неабиякі труднощі для читача, який має відтворити характер зв'язків між поняттями. Відзначається, що цільова аудиторія медійного тексту – люди, які цікавляться діяльністю уряду, підприємництвом, освітою, медіа й іншими темами, зазвичай мають досить високу швидкість мислення й лінгвістичне чуття для розпізнавання таких зв'язків [8, с. 180].

Метонімія, як і метафора, фіксує досвід існування людини в просторі, але в дещо іншому аспекті, приміром, у причинно-наслідковому. Завдяки влучності та прозорості ознаки, яка покладена в основу переносного значення, багато метонімії закріпилися в словнику та стали узуальними означеннями. Вони не викликають труднощів під час інтерпретації, наприклад, *tight-lipped*, *high-brow*, *thick-skinned*, *white knuckle* та подібні.

Широкі можливості для пізнання англomовної лінгвокультури дають також оказіональні метонімічні слововживання. Вони є більш складними для інтерпретації за рахунок ефекту обманутого очікування. Використання метонімії в цілому є природним відбиттям аналітичності англійської мови – особливого виду світосприйняття, особливого способу формулювання повідомлення завдяки синтаксису, окремим службовим словам (прійменникам, модальним дієсловом та ін.), специфічному розташуванню слів одне відносно іншого, а не завдяки видозміненню слів.

Наприклад, у нижченаведеному фрагменті добре відомі слова, які ми навряд будемо шукати в словнику, розташовані таким чином, що викликають здивування та певне мисленнєве напруження. Після дієслова *thrive* із при-

йменником *through* за очікуваннями читача має бути вказівка на період часу, наприклад, іменники *period, time, term, years* і подібні. За рахунок еліптичного згортання ця інформація представлена імпліцитно в словах *presidents and prime ministers*:

*"The United States and Britain have enjoyed a special relationship stretching back decades – one that has thrived through more than a dozen presidents and prime ministers from different political parties. Yet within a week of my arrival as the new American ambassador it had been declared dead"* [22].

Метонімічне стягнення смислу спостерігається й за рахунок ресурсів англійського словотвору – закінчення *-er*, яке сигналізує про процес субстантивзації – переходу слова до класу іменників на позначення людини-діяча. У прикладі метонімія походить від числівників *five* і *nine*, вони вказують на вільні години від основної роботи, що їх енергійні люди можуть використати для додаткового заробітку:

*"Often snap-packers don't even use any of their precious time off, choosing instead to head out on a micro adventures straight after work on a Friday, returning just in time for that glorious Monday morning commute. These weekend warriors are rapidly growing in number, and are affectionately known as "Five to Niners." It's incredible how easy nowadays, with all the affordable short-notice flights and hostel beds available!"* [15].

У наступному фрагменті для позначення клієнтів кінотеатрів старшого віку використовується метонімічний перифраз *silver screeners*, який насправді містить у собі дві метонімії та гру слів: 1) прикметник *silver* у значенні *сідий* на позначення більш старших кіноманів; 2) словосполучення *silver screeners* на позначення тих, хто дивиться в блакитний екран, утворене шляхом конверсії від фразеологізму (*silver screen*); 3) у наведеному стилістичному контексті прикметник *silver* можна тлумачити як гру слів (одночасна реалізація значень *сідий* і *блакитний*):

*"Event cinema", such as live-streamed ballet and opera, "is particularly valued" by older people, says Phil Clapp of the UK Cinema Association and, while a comfortable experience has always been part of the deal in independent cinema, comfort levels have been rising dramatically as "silver screeners" attend in greater numbers"* [20].

Метонімію як конденсований смисл можна також розглядати в рамках теорії інтертексту-

альності й теорії прецедентності як її нещодавнього відгалуження (Ю. Караулов, В. Красних та ін.) Прецедентний текст, на думку Ю. Караулова, характеризується значущістю для тієї чи іншої мовної особистості в пізнавальному й емоційному планах, надособистісним характером, тобто відомістю широкому оточенню людини та постійним зверненням до нього в дискурсі певної мовної особистості [1, с. 216]. Очевидно, необхідність звернення до аналізу таких відомих явищ пов'язана з їхнім високим смисловим навантаженням.

В. Красних і співавторами запропоновано більш містке визначення терміна «прецедентні феномени» – добре відомі членам того чи іншого соціуму феномени, які входять до когнітивного простору комунікантів [2, с. 63]. Актуальні для лінгвокультурної спільноти мовні одиниці, які відсилають до прецедентних феноменів, відбивають певну закріплену в масовій свідомості сукупність смислів, що несуть ціннісну орієнтацію та виступають важливими елементами концептуальної картини світу. Автори пропонують розрізняти прецедентний текст, прецедентне висловлювання, прецедентну ситуацію та прецедентне ім'я [2, с. 65]. Безумовно, метонімія досить ёмко презентує культурні знання англійської лінгвокультури й слугує потужним інструментом її пізнання. Приміром, у фрагменті нижче обговорюється зміст однієї із серій британської кінострічки «Чорне дзеркало», присвяченої викриттю недоліків цифрової комунікації:

*"Fifteen Million Merits*

*In 1984, Apple ran a famous advert that implied the Mac might save mankind from a nightmarish Orwellian future. But what would a nightmarish Orwellian future that ran on Apple software actually look like? Probably a bit like this. Fifteen Million Merits, co-written with my wife Konnie Huq and starring Daniel Kaluuya (The Fades) and Jessica Brown-Findlay (Downton Abbey), takes place in a world in which the population is apparently doomed to a life of meaningless toil enlivened only by continual entertainment and distraction courtesy of omnipresent gizmos and screens"* (The Guardian, December 1, 2011)

Для опису уявного світу героїв нової серії «Чорного дзеркала» режисер вирішив спиратися на зміст антиутопії британського письменника Джорджа Оруела «1984», де завдяки телетехнологіям авторитарний керівник здійснював жорсткий контроль над громадянами. Для ерудованого читача якісної преси прецедентним, вочевидь, є не лише ім'я головного



героя – авторитарного Великого Брата, але й автора художнього твору.

У текстах медіадискурсу подекуди відчувається різниця в комунікативній поведінці жінок і чоловіків. Приміром, С. Роман розмірковувала про комунікативну діяльність чоловіків і жінок європейського суспільства в соціолінгвістичному розумінні. З аналізу використання англійської мови деякі феміністки часто роблять висновок, що мови, подібні до англійської за впливовістю, були створені чоловіками й дотепер залишаються під контролем чоловіків [18, с. 103]. Якщо прийняти таку феміністичну позицію, що мова витворена чоловіками, тоді виходить, що наша історія, філософія, уряд, законодавство та релігія – це результати того, як сприймають і організують простір для життя саме чоловіки.

Під час розрізнення культур за ознаками маскуліності чи фемініності у «чоловічих» культурах на перше місце ставлять такі якості, як напористість, конкуренція, матеріальний статок. У культурах із жіночими цінностями громадяни прагнуть до високої якості життя, гармонійних міжлюдських відносин, піклування про слабких [16, с. 175]. Комунікативну поведінку чоловіків характеризують словесне позерство, суперечки, виклик. Жінки не шанують агресію, їхні розмови більше тяжіють до співпраці та до пошуків взаєморозуміння [18, с. 126]. Приміром, у нижченаведених двох лексичних одиницях для вказівки на чоловічі якості – сміливість, відповідальність, рішучість, азарт – використано назви інтимних частин тіла чоловіка, причому перша з них стилістично нейтральна, а друга є вулгаризмом, за яким у Оксфордському словнику закріплено переносні значення *сміливість* або *впевненість*:

*“To have the trusticles – having the balls to trust someone in a difficult situation, when the failure of that trust would result in injury or financial loss”* [23];

*“If you walk through the bar area and down the stairs to the rocks, you will find a small paved area to put your things and you can climb up the rock face to the left and jump a decent 7 meters down into the beautiful cool ocean below. If you have some serious balls, there is an 18 meter jump further to the left”* [15].

Смислова компресія розкриває для читача також специфіку офісної корпоративної культури й обладнання. Приміром, новоутворення *watercooler moment* позначає найцікавіший епізод у телевізійному шоу чи серіалі, який наступного дня клерки будуть обговорювати в

офісі під час паузи. Звичайно, образ кулера для води використаний тут як символ будь-якого місця на роботі, де співробітники можуть трохи відволіктися й перепочити. Тим не менше, кулер для води як елемент офісного обладнання є для неангломовного читача інструментом пізнання корпоративної культури англо-американської спільноти. Популярність цього елемента офісного обладнання тепер поширюється й в Україні.

Метонімія може розкривати читачеві-іноземцю й більш буденні факти життя англомовної спільноти. Приміром, така подія, як *brown bag seminar*, апелює до досвіду американських студентів і працевлаштованих громадян, які беруть із собою обід у коричневому пакеті з переробленого паперу. Семінар під такою назвою вказує на його неформальний характер, адже обговорення проходить під час такого обіду. Образ коричневого пакета з обідом став ознакою дещо розкутої поведінки на зустрічі й уже не завжди позначає легкий обід:

*“Brown Bag is an informal weekly seminar for students to learn about the research currently going on around Cornell Computer Science. Each week a faculty member will give a presentation about one or more of their research projects. Students from all areas are encouraged to attend! Food and drink are provided”* [24].

Метонімічні слововживання можуть з’являтися в різних сегментах лексичної системи англійської мови. Це часто відбувається й на периферії, у шарі новоутворень і okazіоналізмів. Один із них – це новотвір *brickberry* (простіший телефон, який ми вимушені використовувати, якщо зламався постійний). Ця новоутворена одиниця містить у собі гру слів, до якої дуже схильна молодь – користувачі Інтернету. Спостерігаємо обігрування власної назви *Blackberry* – виробника одного з перших комунікаторів і популярних смартфонів. У структуру назви було вписано іменник *brick* (*цеглина*), він використовується в частотних метонімічних означеннях на позначення фізичного виміру підприємства (*bricks and clicks, bricks and mortar business*).

**Висновки з проведеного дослідження.** У якості висновків варто зазначити, що метонімія в медіадискурсі є відображенням аналітичного характеру англійської мови, інституційних обмежень медіатексту за об’ємом, загальної тенденції до економії мовних засобів і гри слів. Окрім цього, метонімія у своїй текстовій реалізації нерідко поєднується з іншими стилістичними прийомами і є потужним інструментом пізнання англомовної лінгвокультури.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Караулов Ю. Русский язык и языковая личность / Ю. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
2. Красных В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации / В. Красных, Д. Багаева, Д. Гудков, И. Захаренко // Вестник МГУ. – Сер. 9. Филология. – М. : Наука, 1997. – № 3. – С. 62–75.
3. Менджерицкая Е. Термин «дискурс» и типология медиадискурса / Е. Менджерицкая // Вестник МГУ. Серия Журналистика. – М. : Наука, 2006. – № 2. – С. 50–55.
4. Овсянников В. Точка зрения переводчика : лекции по университетскому переводоведению : [учебн. пособие] / В. Овсянников. – Запорожье : Просвіта, 2010. – 448 с.
5. Остапчук І. Тропи та тропеїзація масмедійного дискурсу : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І. Остапчук. – Львів : ЛНУ ім. І.Франка, 2016. – 230 с.
6. Романюха М. Метафорична вербалізація концептосистеми ECONOMY в сучасному англомовному медіадискурсі : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / М. Романюха. – Одеса : Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова, 2011. – 196 с.
7. Barcelona A. On the Plausibility of Claiming a Metonymic Motivation for Conceptual Metaphor / A. Barcelona // *Metaphor and Metonymy at the Crossroads*. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2000. – P. 31–58.
8. Biber D. Compressed noun-phrase structures in newspaper discourse: the competing demands of popularization vs. economy / D. Biber // *New Media Language*. – Routledge, 2003. – 224 p.
9. Black Mirror: San Junipero explained. Interview on Netflix [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://collider.com/black-mirror-san-junipero-explained-netflix-interview>.
10. Black mirror: Charlie Brooker predicting Donald Trump love story [електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/on-demand/0/black-mirrors-charlie-brooker-predicting-donald-trump-love-story/>.
11. Deignan A. A Corpus Linguistic Perspective on the Relationship between Metonymy and Metaphor / A. Deignan // *Style*, spring 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.findarticles.com>.
12. Free English dictionary and thesaurus [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.en.oxforddictionaries.com>.
13. Goossens L. Metaphonymy: the Interaction of Metaphor and Metonymy in Expression of Linguistics Action / L. Goossens, P. Pauwels, B. Rudzka-Ostyn, A. Simon-Vanderbergen // *By Word of Mouth: Metaphor, Metonymy and Linguistic Action in a Cognitive Perspective*. – Amsterdam : John Benjamins, 1995. – P. 159–174.
14. Hostels Worldwide [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hostelworld.com>.
15. Jandt F. An Introduction to Intercultural Communication. Identities in a Global Community / F. Jandt. – SAGE : California State University, San Bernardino, 2010. – 374 p.
16. Kövesces Z. Metaphor: a Practical Introduction / Z. Kövesces. – Oxford : Oxford University Press, 2002. – 285 p.
17. Romaine S. Language in Society. An Introduction to Sociolinguistics / S. Romaine. – Oxford University Press, 2000. – 268 p.
18. Semino E. A cognitive-stylistic approach to mind style in narrative fiction / E. Semino // *Cognitive stylistics. Language and cognition in text analysis*. – Amsterdam : John Benjamins, 2002. – P. 95–122.
19. Silver screeners – the generation helping cinema blossom [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2016/sep/23/silver-screeners-the-generation-helping-cinema-blossom>.
20. Simpson P. Stylistics: A Resource Book for Students / P. Simpson. – London : Routledge, 2004. – 264 p.
21. The special relationship still lives on between Britain and the US [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/sep/07/special-relationship-britain-us>.
22. Urban Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.urbandictionary.com>.
23. Brown Bag Seminar [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cs.cornell.edu/~jshi/brownbag/>.