

Секция «Лингвистика: Когнитивные и лингвокультурные аспекты иноязычной коммуникации»

Метафтонимия как механизм репрезентации знаний в дискурсе

Научный руководитель – Мишланова Светлана Леонидовна

Ремянникова Дарья Олеговна

Аспирант

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Факультет современных иностранных языков и литератур, Пермь, Россия
E-mail: dasharemyannikova94@mail.ru

В настоящий момент особое внимание уделяется изучению языковых явлений в рамках когнитивной лингвистики, утвердившейся в языкознании в течение последних десятилетий. Когнитивный подход способствует рассмотрению языковых форм как производных концептуализации мира человеческим сознанием, а их значений как определённых структур знаний. Такой подход к изучению языковых явлений предоставляет нам возможность более глубокого понимания процессов вербализации человеком окружающей его действительности, а также возможность проникнуть в механизм создания нашим сознанием новых слов, необходимых для фиксации изменений, происходящих в реальной картине мира.

Среди вопросов, изучаемых когнитивной лингвистикой, особое место занимает метафора как способ познания и категоризации окружающей действительности, как основополагающая мыслительная операция, в результате которой одна когнитивная область осмысливается в терминах другой [п4]. Однако не только метафора способствует познанию окружающего мира, метонимия, подобно метафоре, является когнитивным инструментом, с помощью которого строится познание мира.

Как известно, метафора, в большей степени, и метонимия, в меньшей, находились в центре внимания исследователей, начиная со времен Аристотеля. На протяжении веков представители разных школ и направлений лингвистики внесли весомый вклад в изучение данных феноменов, и к настоящему времени накоплен богатейший опыт исследования данных феноменов (Р.О. Якобсон, Н.Д. Арутюнова, Л.М. Алексеева, С.Л. Мишланова). Тем не менее, открытым остается вопрос о соотношении метафоры и метонимии.

Ряд лингвистов настаивает на строгом разграничении данных феноменов, в то время как другие предпринимают попытки объяснить их частичное наложение. Впервые термин «метафтонимия» был предложен Л. Гуссенсом в 1990 г. для обозначения сложных процессов взаимодействия метонимии и метафоры в естественном языке [п3]. В данном исследовании метафтонимия понимается нами как цепочка метафор или метонимий. Метафорические и метонимические цепочки представляют собой взаимодействие между метафорами/метонимиями, при котором область-цель одной метафоры/метонимии становится областью-источником для каждой последующей.

Цель настоящего исследования заключается в разработке методики критического анализа метафтонимии и ее апробации на примере рекламных слоганов ресторанов быстрого питания, поскольку источником образования такого комплексного лингвистического феномена, как метафтонимия может служить рекламный слоган, которому присуща максимальная компрессия и сложный план содержания.

В отличие от принятого в риторике подхода к отдельному описанию языковых феноменов мы подходим к анализу метафтонимии интегративно, объединяя сразу несколько методов [п2, п5]. Разработанная нами методика критического анализа метафтонимии (*critical metaphonymy analysis*) включает в себя последовательные этапы: определение метафорического или метонимического фокуса; определение идеи; определение переносного сравнения; определение переносной аналогии; определение соответствий компонентов

области-источника и области-цели, составляющих концептуальные пересечения; определение идеологической и риторической мотивации метафорического или метонимического выражения [n1].

Результаты исследования показали, что предлагаемый нами критический анализ метафтонимии позволяет посмотреть на метонимию и метафору не просто как на вторичную номинацию, а как на различные способы репрезентации знаний в дискурсе.

Источники и литература

- 1) Ремянникова Д.О., Мишланова С.Л. Критический анализ метафтонимии в рекламных слоганах // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Гуманитарные науки, М., 2018. №6. С. 157 – 164.
- 2) Хахалова С.А. Метафора: техника и идеология // Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. 2011. №2. С. 126 – 131.
- 3) Goossens L. *Metaphtonymy: the Interaction of Metaphor and Metonymy in Figurative Expressions for Linguistic Action*. Philadelphia, 1995.
- 4) Lackoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. London, 2003.
- 5) Steen G.J. *Finding Metaphor in Grammar and Usage*. Philadelphia, 2007.