

В. А. Горбач

УДК 81'38:070

Кафедра медыялінгвістыкі і рэдагавання, факультэт журналістыкі, Беларускае дзяржаўнае ўніверсітэт, Мінск, Беларусь

ФРЭЙМАВЫЯ СТРУКТУРЫ МЕТАНІМІІ Ў МЕДЫЯМАЎЛЕННІ

У артыкуле разглядаюцца фрэймавыя структуры метаніміі ў медыятэкстах, тлумачацца асноўныя віды семантычнай сувязі па сумежнасці.

Ключавыя словы: фрэйм, метанімія, віды пераносаў, семантычная сумежнасць, медыятэкст.

Узор цытавання: Горбач В. А. Фрэймавыя структуры метаніміі ў медыямаўленні // София: электрон. науч.-просветит. журн. 2021. № 2. С. 33–37.

V. Horbach

Department of stylistics and literary editing, faculty of journalism, Belarusian State University, Minsk, Belarus

FRAME STRUCTURES OF METONYMY IN THE MEDIA LANGUAGE

The article discusses the frame structures of metonymy in media texts, explains the main types of semantic communication by adjacency.

Keywords: frame, metonymy, types of hyphenation, semantic adjacency, media text.

For citation: Horbach, V. (2021). Frame structures of metonymy in the media language. Sophia, 2, 33–37 (in Russ.).

Аўтар:

Вольга Аляксандраўна Горбач – кандыдат філалагічных навук, дацэнт кафедры медыялінгвістыкі і рэдагавання факультэта журналістыкі БДУ.
gorbach_olga@mail.ru

Author:

Volha Horbach – PhD in philology, associate professor of the department of stylistics and literary editing of the faculty of journalism, BSU.



Працэс газетнага і аўдыявізуальнага тэкстаўтварэння знаходзіцца ў прамой залежнасці ад асаблівасцей функцыянавання мовы СМІ. Акрамя канкрэтнай інтралінгвістычнай зададзенасці інфармацыйных матэрыялаў існуе яшчэ і дадатковы змест, які ўвасабляе ўстаноўкі інфарманта ў пэўнай галіне грамадскай дзейнасці. Даволі часта ў маўленчай сітуацыі прэвалюе ацэначны фактар выказвання, і гэта адлюстроўваецца разнастайнымі моўнымі сродкамі,

сярод якіх адпаведную сігніфікатыўную насычанасць атрымліваюць тропы. Так, метанімія з'яўляецца спецыфічным рэпрэзэнтантам розных працэсаў чалавечай дзейнасці, паводле якіх утварае сістэму і прама залежыць ад змен у навакольнай рэчаіснасці. Метанімічны працэс у медыямаўленні ўяўляе цікавасць не толькі адносна ўнутранай структуры, але і адносна экстралінгвістычнага забеспячэння, што выразна прасочваецца ў фрэймавай уніфікацыі метаніміі.

Фрэймавыя (у ранейшай тэрміналогіі – тэматычныя) структуры ў класіфікацыі метанімічных пераносаў выходзяць за межы асацыятыўнага разумення моўнага зместу ў канкрэтных формах і тым самым (на шматлікіх прыкладах) адлюстроўваюць дыферэнцыйную пабудову грамадства. Тэматычная арганізаванасць метаніміі разглядаецца на ўзроўні суадносін паміж фактамі рэчаіснасці і моўным праяўленнем у шматлікіх працах айчынных і замежных навукоўцаў (напрыклад, у даследаваннях Я. Л. Гінзбурга, А. А. Някрасавай, Г. С. Храмых, А. І. Яфімава, Л. П. Яфрэмава і інш.). Так, паводле Л. П. Яфрэмава, метанімія падзяляецца на тэматычныя групы: 1) прасторавыя (лакальныя); 2) часавыя (тэмпаральныя); 3) прычынна-выніковыя (каузальныя); 4) атрыбутыўныя; 5) матэрыял – выраб; 6) частка – цэлае [3, с. 62].

Семантычную сумежнасць на ўзроўні паэтычнага маўлення разглядае А. А. Някрасава. Даследчыца кваліфікуе троп адпаведна з лексіка-граматычным прынцыпам суадносін паміж паняццем і значэннем слова: 1) метанімія прадметная; 2) метанімія якасці; 3) метанімія слоўна-асацыятыўная [6, с. 115]. На яе думку, метанімія – гэта «праекцыя» якой-небудзь часткі на цэлае, якая не называецца, але маеца на ўвазе. Такім чынам, А. Някрасава не вылучае асобны троп – сінекдаху, а дае агульнае класіфікацыйнае азначэнне для метаніміі.

Некаторыя мовазнаўцы пры аналізе полісеміі ў беларускай мове вылучаюць прасторавую, субстанцыянальную, лакатыўную, саматычную і тэмпаральную метанімію. Паводле В. Д. Старычонка, у межах тэмпаральнай сумежнасці выдзяляюцца «часавыя разнавіднасці тыпу “пэўны час сутак – напрамак свету – мясцовасць (краіна), размешчаная ў гэтым напрамку”, “пэўны час (месяц, пара году) – звязаныя часам абрады, рытуалы і іх атрыбуты”, “свята (урачыстасць (абрад) – тое, што з гэтым святам суадносіцца (абрадавыя прадметы, песні, прадукты харчавання і іншае”, “час, перыяд – людзі, якія жывуць на працягу гэтага перыяду”, “час – узрост чалавека ў гэты перыяд”, а таксама каузальныя і тэмпаральныя метаніміі» [7, с. 15–17].

У лінгвістыцы класіфікацыя метанімічных пераносаў уяўлялася, напрыклад, як субстантыўная сумежнасць. У свой час Я. Л. Гінзбург прапанаваў разглядаць метанімію па суадноснасцях тыпу: 1) расліна – месца, дзе расце ці культывуецца; 2) рэчыва – прастора, якую займае; 3) функцыянальнае аб'яднанне асоб – памяшканне, якое займаюць; 4) асоба – час, у якім яна функцыянуе; 5) прадмет адзення ці абутку – чалавек у гэтым адзенні ці абутку; 6) частка цэла – частка пасцелі, дзе яна знаходзіцца; 7) страва – тое, дзе яна знаходзіцца; 8) артэфакт – месца, дзе ён выкарыстоўваецца; 9) літаратурны герой – той, хто яго ўвасабляе; 10) паўнамоцтвы – тыя, хто імі надзяляюцца і г. д. [2, с. 96]. Дакладная перадача сумежнасці ў даследчыка вызначалася пераканаўчымі прыкладамі, якія абгрунтоўвалі правільнасць яго назіранняў.

А. С. Кубракова паводле семантычнай сумежнасці мадэлюе ўніфікацыю метаніміі наступным чынам: «Назвы могуць пераносіць: 1) з ёмішча на змесціва; 2) з матэрыялу на выраб з яго; 3) з месца на сукупнасць жыхароў ці падзею, што звязана з ім; 4) з дзеяння на яго вынік, месца ці суб'ект, аб'ект дзеяння; 5) з формы перадачы зместу

ці з яго матэрыяльнага ўвасаблення на сам змест; 6) з навуковай дысцыпліны, галіны на прадмет навукі; 7) з сацыяльнай падзеі на яе ўдзельнікаў; 8) з сацыяльнай арганізацыі на сукупнасць супрацоўнікаў; 9) з цэлага на частку і наадварот; 10) з эмацыянальнага стану на яго прычыну; 11) з імя аўтара на назву яго твора» [5, с. 300–301].

Аднак у галіне навукі, што стаіць на сумежжы лінгвістыкі, псіхалогіі, логікі і журналістыкі, раней не практыкавалася вывучэнне сігніфікатыўнай аб’яднанасці, тэматычнай уніфікаванасці маўленчага факта як фрэйма паводле шматстайнасці праяўлення сацыяльнага вопыту ў напрамку моўна-камунікатыўнага ўзаемадзеяння суб’екта і аўдыторыі. Такім чынам, сёння выразна бачны класіфікацыйныя рысы метаніміі як своеасаблівай сігніфікатыўнай акрэсленасці розных сфер грамадскай дзейнасці, якая можа рэалізоўвацца ў пэўных відах фрэймаў.

У публіцыстычным маўленні ўсе прыклады выкарыстання семантычнай сумежнасці падзяляюцца на групы слоў, якія ўдакладняюць, канкрэтызуюць ці развіваюць тыповыя і актуальныя тэмы паведамленняў. На экстралінгвістычным узроўні выбар тэмы (ці фрэйма як сродку арганізацыі вопыту) абумоўліваецца паводле шырыні праблематыкі, цікавасці і даступнасці фактаў для вялікага кола чытачоў, сацыяльнай накіраванасці матэрыялаў. Інтралінгвістычны ўзровень базіруецца на паняцці семантычнага поля, якое ўключае набор дэфініцый, што складаецца з асноўнага паняцця і сукупнасці лексем, праз якія ўяўляецца тая ці іншая тэма. Тэма рэалізуецца ў высокачастотных прыкладах метанімічных канструкцый. Гэта дае падставы для вызначэння фрэймавай уніфікацыі метаніміі. Яна раскрываецца паводле спецыфікі выбару тэмы, яе лексічнай аформленасці, частотнасці выкарыстання ў газетных матэрыялах. У фрэймавай структуры семантычнай сумежнасці ўваходзіць набор кампанентаў-слотаў ці вузлоў – будаўнічых блокаў, якія вылучаюцца адносна відаў асацыятыўных пераносаў. Аднак змест кожнага з іх адрозніваецца ўласцівымі ім прыметамі, што тлумачаць пэўную тэму (фрэйм). Такім чынам, выбар фрэймаў ва ўніфікацыі метаніміі прама прапарцыянальны функцыянальнай (дзейснай) напоўненасці структурных кампанентаў сацыяльнага жыцця грамадства, паколькі «фрэйм узнаўляе ідэальны малюнак аб’екта ці сітуацыі, якая з’яўляецца кропкай адліку для інтэрпрэтацыі сітуацыі, якую адсочваюць» [1, с. 111].

Слушна заўважае У. І. Канькоў, што сёння медыямаўленне ўтылітарна, бо «ўпісана ў практычную дзейнасць грамадства» і сучасны «медыятэкст як маўленчае дзеянне з’яўляецца раўнапраўным складнікам другога, немаўленчага жыцця» [4, с. 60]. Уключэнне ў кола даследчых зацікаўленняў вербальных праяўленняў розных сфер жыцця грамадства (палітыкі, культуры, эканамікі і інш.) абумоўліваецца частотнасцю актуалізацый канкрэтных тэм у СМІ. Медыятэкст, такім чынам, «фрагментуе рэчаіснасць ці ўказвае пры гэтым на той ці іншы фрагмент рэчаіснасці», што «дазваляе ўздзейнічаць на свядомасць аўдыторыі і кіраваць ёй» [4, с. 71]. Гэта адбываецца на трапеічнасці слова, яскравым сведчаннем чаго з’яўляюцца шматлікія прыклады метаніміі ў медыямаўленні.

Фрэймавыя структуры метаніміі ў тэкстах СМІ можна класіфікаваць паводле дыкурснага аналізу ў адпаведнасці з актуальнасцю, сацыяльнай зададзенасцю, праблематыкай тэм і цікавых фактаў у функцыянальнай дзейнасці грамадства. Стандартызацыя фрэймаў у метаніміі прэзентуецца ў медыятэкстах у сферах палітыкі, эканамікі, навукі, адукацыі, культуры, рэлігіі, прыроды, спорту і інш. Адзначаныя сферы грамадства, рэалізаваныя праз віды фрэймаў у метаніміі, дазваляць дэталёва даследаваць

шматлікія прыклады пераносаў па сумежнасці, якія вылучаюцца пры авалодванні індывідуумам моўнай рэчаіснасцю.

Напрыклад, фрэйм «палітыка» ў тэматычнай уніфікацыі метаніміі, на нашу думку, з'яўляецца найбольш тыповым і частотным, у яго структуры вылучаюцца слоты «знешняя палітыка», «унутраная палітыка», якія распадаюцца на шматлікія кампаненты, сярод якіх самымі значнымі па колькасці з'яўляюцца лексіка-семантычныя групы, што адлюстроўваюць працэсы ў сферы ваеннай і праваахоўнай дзейнасці. Усе слоты спалучаны паміж сабой на аснове семантычнай звязкі ў змесце слова «бяспека». Асацыятыўныя сувязі паміж вузламі рэалізаваны на перыферыі, што вызначаецца ў найбольш частотных метанімічных пераносах у тэкстах СМІ: *краіна – улада, установа – супрацоўнікі, месца – насельніцтва, падзея – удзельнікі, падзея (дзеянне) – вынік*. Семантычнае поле, утворанае на аснове замены зместу адных слоў на іншыя, прыводзіць да больш дэталёвага разумення фрэйма «палітыка».

Тэматычная ўніфікацыя метаніміі ў фрэйме «эканоміка» распадаецца на слоты, якія маюць наступныя азначэнні ці змestавыя паняцці: «інфармацыйныя тэхналогіі», «прамысловасць», «банкаўскія паслугі», «маркетынг» і інш. Іх рэалізацыя праз семантычную сумежнасць у журналісцкім маўленні найбольш часта назіраецца ў метанімічных пераносах: *установа – супрацоўнікі, дзеянне – вынік, месца – насельніцтва, матэрыял – прадукт дзейнасці, падзея – вынік*, якія ўдакладняюць, канкрэтызуюць інфармацыю, але і разам з тым ствараюць дадатковы кантэкст, што раскрываецца паводле вобразнасці і імпліцытнасці ў працэсе тэкстаўтварэння.

У тэматычнай уніфікацыі метаніміі адзначаны фрэйм усведамляецца ў медыямаўленні праз адлюстраванне працэсаў у культурнай дзейнасці грамадства і сукупнасці яго дасягненняў. Кагнітыўнае напаўненне фрэйма «культура» ўключае факты матэрыяльнай і духоўнай культуры, сістэму сацыяльных нормаў і інстытутаў, духоўныя каштоўнасці, адносіны людзей да прыроды, паміж сабой.

У межах фрэйма «культура» вылучаюцца слоты «духоўная культура», «матэрыяльная культура», якія аб'ядноўваюцца ў публіцыстычных тэкстах паводле метанімічных сумежнасцей: *установа – супрацоўнікі, месца – насельніцтва, дзеянне – вынік, іншая дзеянне, будынак – людзі ў ім, чалавек – часткі цела, мастацкі твор – яго ўспрыманне, музычны інструмент – выканаўца музыкі, асоба чалавека – мастацкі вобраз*.

Такія віды пераносу здзяйсняюць функцыю метаніміі як спецыфічнага рэпрэзентанта пры апісанні з'яў, працэсаў, якія звязаны з захаваннем, перадачай і тыражыраваннем культурных каштоўнасцей. Метанімічны працэс, закладзены ў фрэйме «культура», стварае не толькі тыповыя мадэлі ў медыямаўленні, але вельмі часта з'яўляецца паказчыкам журналісцкай словатворчасці, індывідуальна-аўтарскага падыходу да выбару выразных сродкаў мовы, што дазваляе гаварыць пра разнастайнасць вобразных сродкаў тэкстаўтварэння.

У цэлым, адзначаныя віды пераносаў на прыкладах структурнай арганізацыі фрэймаў «палітыка», «эканоміка», «культура» перадаюць спецыфіку семантычнай сумежнасці. Метанімія кагнітыўна ўплывае на адрасатаў, можа рэалізаваць сябе ў крэалізаваных тэкстах як феноменальны вербальна-візуальны сродак, уласцівы навуковым, справавым, мастацкім, публіцыстычным і рэкламным тэкстам, з'яўляецца запатрабаванай формай вобразнага пераканання, а таксама трансфарматарам патрабаванняў асобнага чалавека, калектыву або ўсяго грамадства.

БІБЛІАГРАФІЧНЫЯ СПАСЫЛКІ

1. *Беляевская, Е. Г.* Когнитивные основания изучения семантики слова / Е. Г. Беляевская // Когнитивные исследования в языковедении и зарубежной психологии: хрестоматия. – Барнаул: Изд-во Алм. ун-та, 2001. – С. 105–114.
2. *Гинзбург, Е. Л.* Конструкции полисемии в русском языке. Таксономия и метонимия / Е. Л. Гинзбург. – М.: Наука, 1985. – 223 с.
3. *Ефремов, Л. П.* Метонимическое обозначение человека названиями носильных вещей / Л. П. Ефремов // Известия АН КазССР. Сер. Общественная. – 1967. – № 1. – С. 61–71.
4. *Коньков, В. И.* Медиаречь: содержание понятия и принципы анализа / В. И. Коньков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediarech-soderzhanie-ponyatiya-i-printiru-analiza>. – Дата доступа: 15.07.2021.
5. *Кубрякова, Е. С.* В поисках сущности языка / Е. С. Кубрякова. – М.: Знак, 2012. – 208 с.
6. *Некрасова, Е. А.* Метонимические переносы в связи с некоторыми проблемами лингвистической поэтики / Е. А. Некрасова // Слово в русской советской поэзии / отв. ред. В. П. Григорьев. – М.: Наука, 1975. – С. 111–131.
7. *Старычонак, В. Д.* Многазначнасць слова ў беларускай мове: У 3-х кн. Кн. 1. Асноўныя тыпы полісеміі, кірункі семантычнай дэрывацыі / В. Д. Старычонак. – Мінск: Колорград, 2017. – 273 с.