

## ЭВФЕМИСТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ МЕТОНИМИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

### EUPHEMISTIC FUNCTION OF METONYMY IN THE ENGLISH ECONOMIC DISCOURSE

*S. Orlova  
E. Kuznetsova*

*Summary.* a distinctive feature of economic discourse is not only the abundance of terminology, clichés, indices, but also the use of meliorative communicative strategy, which manifests itself in a stable need for the use of euphemisms in the explanation of negative economic realities. The implementation of the euphemistic softening function contributes to the fact that metonymic ambiguity is a marker of implicit meaning. There are several types of metonymic transfer (local, causal, attributive, temporal, partitive). The analysis of euphemisms in the English language media has shown that the most productive is the partitive type of metonymy, but the restoration of the link between the tabooed denotate and euphemism may be difficult due to the implicitness and compression of euphemistic metonymy.

*Keywords:* economic discourse, euphemism, euphemism, metonymy, implicitness.

**Орлова Светлана Николаевна**

*К.филол.н., доцент, Российский университет дружбы  
народов  
topsv@yandex.ru*

**Кузнецова Елена Владимировна**

*Старший преподаватель, Российский университет  
дружбы народов*

*Аннотация.* Отличительной чертой экономического дискурса является не только обилие терминологии, клише, индексов, но и использование мелиоративной коммуникативной стратегии, которая проявляется в устойчивой потребности в употреблении эвфемизмов при объяснении и осмыслении негативных экономических реалий. Реализация эвфемистической функции смягчения способствует тому, что метонимическая недоговоренность представляет собой маркер имплицитного смысла. Существует несколько разновидностей метонимического переноса (локальный, каузальный, атрибутивный, темпоральный, партитивный). Анализ эвфемизмов в англоязычных СМИ показал, что наиболее продуктивным является партитивный тип метонимии, однако восстановление связи между табуированным денотатом и эвфемизмом может быть затруднено вследствие имплицитности и компрессии эвфемистической метонимии.

*Ключевые слова:* экономический дискурс, эвфемия, эвфемизм, метонимия, имплицитность.

**И**ндикатором различных языковых тенденций и изменений, а также инструментом для воздействия на реципиентов, внедрения некоторой экономической лексики и знаний служат, прежде всего, печатные и электронные издания, средства массовой информации. Экономический дискурс характеризуется открытостью, которая выражается в неизбежности пересечения экономического дискурса с дискурсами многих других областей жизни и деятельности современного человека, и определенной абстрактностью, но не только по причине частого присутствия терминов: использование общеупотребительных слов литературного языка часто приобретает абстрактный характер. Терминологическая насыщенность экономического дискурса дополняется большим количеством имен собственных, эпонимов, прецедентных имен, наличием большого количества аббревиатур.

Экономическому дискурсу присущи характеристики как институционального, так и лично-ориентированного типа дискурса [Карасик, 2002; Кузнецова, 2015]. При этом, если институциональные признаки давно фигурируют в лингвистических описаниях как общепризнанные и типовые, то признаки личностной ориентированности (вплоть до юмора и просторечий) приобретают

все большую популярность и все большее разнообразие [Малюга, Чернышева, 2017].

Тематическая вариативность экономического дискурса является относительно стабильной (в сравнении с политическим). Открытость, то есть способность интегрироваться в любой тип дискурса, а также доступность — в связи с широкой степенью распространения экономики в различные области человеческой деятельности — являются его достаточно важными характеристиками. Отличительной чертой экономического дискурса является обилие терминологии, клише, индексов и т.п. И, наконец, использование мелиоративной коммуникативной стратегии, которая проявляется в устойчивой потребности в употреблении эвфемизмов (иногда даже уже «стертых») при объяснении и осмыслении экономических реалий и событий, обозначающих что-либо негативное для реципиента.

Метонимия — употребление названия одного предмета или явления вместо названия другого на основании внешней или внутренней связи (смежности) между ними. Многие исследователи замечают, что метонимия не несет в себе такой образности и экспрессии, как метафора. Осуществлению эвфемистической функции

смягчения способствует тот факт, что метонимическая недоговоренность представляет собой маркер имплицитного смысла [Масленникова, 1999:22], выступая как одно из проявлений тенденции к компрессии речи. Метонимия выделяет в явлении свойство, которое по своему характеру может замещать остальные. Как пишет Н. А. Некрасова, языковые метонимии образуются чаще всего в результате элиминации стержневых компонентов словосочетаний, что приводит к абсолютному использованию зависимого компонента и семантической конденсации им управляющего компонента [Некрасова, 2003:10–11]. Использование приема метонимии вносит в текст элемент недосказанности и тем самым порождает двусмысленность толкования, что позволяет скрыть неприятный для читателя смысл и избежать употребления недопустимых слов и выражений.

Существует несколько разновидностей метонимического переноса (локальный, каузальный, атрибутивный, темпоральный, партитивный). Рассмотрим, как они представлены в экономическом дискурсе на материале современной англоязычной прессы.

#### Локальный тип

Локальный тип метонимии отражает в сознании говорящих объективные пространственные связи между определенными предметами и явлениями и основывается на упоминании территории вместо объекта, страны или столицы вместо ее правительства, руководства. Интересно отметить, что в экономическом дискурсе словосочетание «world crisis» (мировой кризис) может использоваться для обозначения экономического явления рецессии на уровне отдельной страны, что представляет собой пример локального типа метонимии.

Заголовок к статье «*World facing worst financial crisis in history, Bank of England Governor says*» содержит информацию о том, что мир переживает наисложнейший экономический этап. Подзаголовок статьи дает читателю более полную информацию об этом этапе: «The world is facing the worst financial crisis since at least the 1930s “if not ever”, the Governor of the Bank of England said last night». Однако текст статьи описывает состояние только британской экономики и содержит перечисление тех мер, которые предприняло правительство для ее поддержки: «Sir Mervyn King was speaking after the decision by the Bank’s Monetary Policy Committee to put £75 billion of newly created money into the economy in a desperate effort to stave off a new credit crisis and a UK recession». Эвфемизм, который использует автор, позволяет «сгладить» негативное представление о британском правительстве и его действиях в отношении борьбы с влиянием мирового кризиса.

#### Каузальный тип

Каузальный тип метонимического переноса обусловлен причинно-следственной связью между понятиями смежных объектов. Причина и следствие образуют в сознании непрерывное единство, отражающееся в виде ассоциаций между ними, которые через отношения со смежным элементом позволяют выделить характерные признаки определяемого элемента. Данный тип метонимии часто обозначается как металепис (состоит в том, что умозаключение об имплицитной причине (антецеденте) делается на базе эксплицитного следствия (консеквента) и наоборот [Масленникова, 1999:30–31]).

В статье под заголовком «*Clicks and stones*» (Щелчок мышки и камни) автор использует «*click*» для обозначения чрезмерного увлечения онлайн-покупками. Эвфемизм образуется по каузальному типу метонимического переноса: щелчок мыши — совершение покупки. В подзаголовке дается расшифровка данного переноса и интернет торговля именуется эксплицитно: «*Many retailers are being too slow in reinventing themselves for the age of online shopping*», а в микроконтексте статьи объясняется причина эвфемизации: «After a panic at the turn of the millennium about the impact on their industry of online shopping, bricks-and-mortar stores settled into making only modest alterations to their business model or, ostrich-like, trying to ignore it».

В целом, данный вид метонимии является нехарактерным для экономического дискурса. Это можно объяснить достаточно сложным механизмом интерпретации подобного метонимического переноса.

#### Темпоральный тип

Темпоральный тип метонимии основан на временной связи между смежными понятиями. В сознании говорящего объект ассоциируется с каким-либо временным параметром, существующим в конкретный период времени. В ЗК экономического дискурса он также редко проявляется, поскольку требует привлечения фоновых знаний читателя.

Например «*1929 all over again?*» содержит упоминание 1929 года — начало кризиса в Соединенных Штатах, когда 24 октября 1929 года началась невиданная паника на Нью-Йоркской фондовой бирже, курс акций стремительно покатился вниз и его падение продолжалось более трех лет. Текст статьи проясняет дату, упомянутую в заглавии: «Just how bad is the current American recession? Barely a day goes by when some form of all-time record is not smashed by one troublesome economic indicator or another. Be it foreclosure levels, job losses or businesses going bankrupt, if the US economy were a

patient it would definitely be on the sick-list». Темпоральный тип метонимии в заголовке позволяет автору вуалировать подлинный денотат, данная речевая стратегия способствует заинтересованности реципиента в дальнейшем знакомстве с текстом.

### Атрибутивный тип

Атрибутивная метонимия возникает между понятиями характерного признака объекта и самим объектом, обладающим этим признаком. В сознании говорящего существует ассоциация, которая лингвистически выражается переносом обозначения признака на предмет или явление, который обладает этим признаком. Эвфемизм, основанный на этом типе метонимии, может имплицитно выражать характеристику действий, намек на лица, их осуществляющих, доминирующее негативное качество людей.

Такой тип метонимического переноса достаточно редко встречается в заголовках экономического дискурса. Британские печатные СМИ используют эвфемизм «inactive», либо «economically inactive» для обозначения лиц, не имеющих постоянной работы. Метонимия основана на выделении их характеристики — «неактивный», которая характеризует их экономический статус. Например: «Eight million people 'economically inactive'». Эвфемизм получает более полную освещенность в тексте: «The number of people who are neither in work nor seeking employment reached 8.08 million in the last three months of last year, the highest on record».

### Партитивный тип (синекдоха)

Партитивный тип метонимии, или синекдоха, возникает на месте употребления названия части объекта вместо целого, частного вместо общего или наоборот на основании их ассоциаций в сознании говорящего. Для эвфемистических замен в британских заголовках более распространенной является именно синекдоха. Иногда связь между табуированным денотатом и эвфемизмом достаточно сложно поддается восстановлению благодаря имплицитности и компрессии эвфемистической метонимии.

Показателен в этом отношении пример эвфемистического выражения «credit crunch» («кредитный кризис»). Изначально это словосочетание означало «ограничение кредита», «надлом в области кредитования» и имело отношение исключительно к проблемной ситуации, связанной с введением лимита на предоставление кредитов. Постепенно выражение стало все более популяризироваться и приобрело значение «кредитный кризис», а затем и «финансовый кризис». Данное выражение очень часто употребляется в заголовках

как британской, так и австралийской прессы, на данный момент оно идиоматизируется, становится устойчивым сочетанием. Сами носители языка, впрочем, достаточно четко понимают, что именно подразумевается под данным выражением, но склонны употреблять его. Возможно, это связано с функцией эвфемизма вуалировать, сглаживать истинное значение слова, причем не только для реципиента, но также для самого себя. Приведем примеры заголовков экономических рубрик, содержащих рассмотренный эвфемизм. Британские газеты используют его практически повседневно, это самый популярный эвфемизм последних лет, ознаменовавших периодом экономического кризиса и необходимостью регулярно освещать события, с ним связанные: «More on credit crunch myths», «Speculating on the credit crunch».

Интересно то, что этот эвфемистический оборот так прочно вошел в язык за последние несколько лет, что британцам достаточно использовать его часть в экономическом контексте, чтобы понять его значение: «Crunch time», «Public finances: One crunch after another».

Более того, выражение стало производным для оборотов, обозначающих также «кризис»: «Credit gloom sends banks slipping and Rock sliding» и его «действие»: «Where is the crunch crunching?».

Дешифровка эвфемистического потенциала следующего эвфемизма «to say goodbye» возможна только в контексте: «Golden hellos make it too easy for overpaid directors to say goodbye» Значение эвфемизма очевидно непосредственно из заголовка. Текст статьи лишь поясняет его на конкретных примерах (упоминаются управляющие крупными компаниями, которым изначально выплачивается крупная сумма в качестве аванса, а возможность быть впоследствии уволенным не представляется им слишком угрожающей). Словосочетание «to say goodbye» основано на метонимическом переносе значения с целого действия на его часть, то есть является синекдохой (увольнение, уход с должности — прощание с сотрудниками).

Отметим, что метонимия требует привлечения больших фоновых знаний и является более сложным механизмом передачи имплицитного смысла. Данное свойство речи чрезвычайно важно для профессионального и делового общения, так как его участникам, ограниченным этикетом и конвенциональными нормами, нередко приходится проявлять осторожность в выборе уместных вербальных средств, особенно если необходимо выразить недовольство или покритиковать партнера и при этом не пожертвовать коммуникативной эффективностью дискурса [Леденева, 2017; Малюга, 2007; Пономаренко, Харьковская, 2014]. С помощью эвфемизмов об-

щего значения в языке и обществе возникают различные речевые штампы, неоднозначные выражения. Они заслуживают особого внимания как объект межкультурного взаимодействия деловых партнеров, так как данные средства далеко не всегда имеют переводные аналоги в разных языках [Малахова, 2017]. Использование подобных субститутов позволяет коммуниканту намерен-

но создать размытость понятия и, таким образом, маскировать нежелательные денотаты. Автору текста в таких случаях необходимо следить за тем, чтобы соблюдалась грань между сглаживанием, вуалированием какого-либо понятия и соблюдением постулата истинности преподносимой информации, иначе читатель воспримет текст как неправдивый либо не поймет его.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Масленникова А. А. Скрытые смыслы и их лингвистическая интерпретация: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. д. филол. наук. — СПб., 1999. — 22 с.
2. Некрасова Н. А. ИмPLICITность равноуровневых синтаксических конструкций в русском и английском языках: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. -Ростов-на-Дону, 2003. — 7 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
4. Кузнецова К. В. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования и его основные аспекты // Вопросы прикладной лингвистики. Выпуск 2 (18). М.: РУДН, 2015. С. 72–79.
5. Леденева С.Н. О факторах коммуникативной эффективности текста // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2017. Том 23. № 2. С. 97–101. ISSN: 2542–0445
6. Малахова В.Л. О сложностях научного перевода с английского языка на русский (на примере текстов экономической тематики) / В. Л. Малахова // Вопросы прикладной лингвистики. 2017. № 26. С. 21–39.
7. Малюга Е. Н. Функционально-прагматические особенности речевого поведения британских и американских участников межкультурной деловой коммуникации: Монография. М.: РУДН, 2007. 194 с.
8. Малюга Е.Н., Чернышева М. В. Вербальные средства выражения юмора в американском экономическом дискурсе // Вопросы прикладной лингвистики. 2017. № 2 (26). С. 89–98.
9. Пономаренко Е.В., Харьковская А. А. Риторическое воздействие как фактор межнационального делового общения // Язык и коммуникация в современном поликультурном социуме: сборник научных трудов. — М.: Трансарт, 2014. — С. 111–117.

© Орлова Светлана Николаевна (topsv@yandex.ru), Кузнецова Елена Владимировна.  
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Российский университет дружбы народов