

Elīna Veinberga

METONĪMIJAS UN METAFORAS: DROŠĪBAS JOSTAS UN NUMURZĪMES TĒLI

Ieskats drošības jostas vēsturē

Mūsdienās drošības josta ir neatņemama mašīnas sastāvdaļa. Pats pirmais drošības jostas izgudrotājs nav precīzi nosakāms, bet viena no pirmajām daudzfunkcionālajām drošības jostām izgudrota jau 19. gadsimta beigās. Iedziļinoties drošības jostas vēsturē, var rast ziņas par dažādiem izgudrotājiem, kā arī izpētīt pirmos reģistrētos patentus.

2009. gada presē var konstatēt vairākus rakstus, kuri apgalvo, ka zviedru autoražotājs *Volvo* svin drošības jostas 50 gadu jubileju un ka šobrīd pierasto, katrā automašīnā izmantoto trīspunktu drošības jostu izgudrojis *Volvo* inženieris Nils Ivars Bolins (*Nils Ivar Bohlin*). Taču tiek apgalvots, ka *Volvo* patiesībā neizgudroja ne pašu drošības jostu, ne arī bija pirmie, kas to ievietoja mašīnā, un jostas trīspunktu dizains arī nebija viņu izdomāts [Google Patent Search 2013¹; The Man Who Saved a Million Lives: Nils Bohlin – Inventor of the Seatbelt 2009²]. Drošības jostas vēsture atklāj, ka ceļš pie mūsdienu dizaina bijis pakāpenisks, katram izgudrotājam atklājot dažādus drošības jostas aspektus un tehniskās detaļas.

Izgudrotājs un inženieris sers Džordžs Keilijs (*Sir George Cayley*), kas dzimis Anglijā, Jorkšīrā, 1773. gadā un uzskatāms par vienu no lidošanas celmlaužiem, 19. gadsimta sākumā, lidojot ar planieri, izmantoja nosacītu drošības jostu, tomēr pirmais daudzfunkcionālas drošības jostas patents izsniegts Edvardam Kleghornam (*Edward J. Claghorn*) no Ņujorkas 1885. gada 10. februārī. [sk. Clunk, Click – an Invention that's Saved Lives for 50 Years 2009³ un GPS 2013]⁴. Patentā teikts, ka

¹ Turpmāk tekstā – GPS 2013.

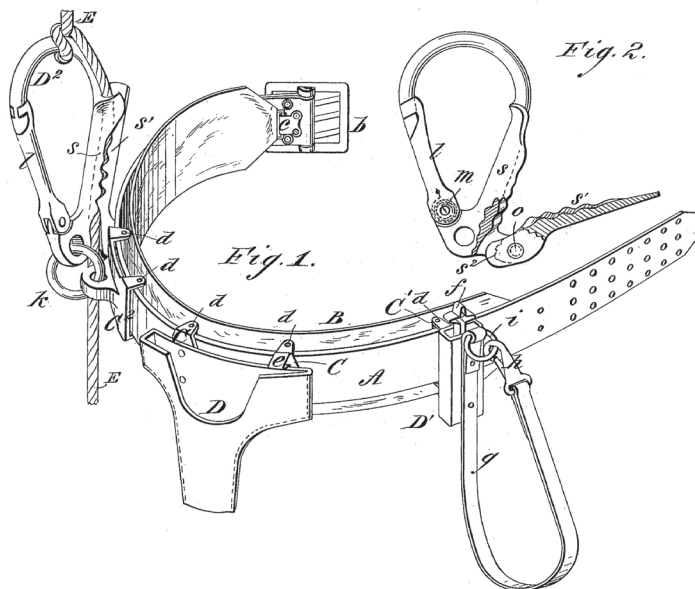
² Turpmāk tekstā – The Man Who 2009.

³ Turpmāk tekstā – Clunk, Click 2009.

⁴ Latvijas Republikas Patentu valdes mājaslapā, sadaļā “Rūpnieciskā īpašuma objektu dokumentācija” teikts, ka dažādu valstu patentu dokumenti ir pieejami vairākās brīvpieejas datubāzēs: *Espacenet*, *Patentscope*, *Google Patent Search*, *DEPATISnet*, *Free Patents Online* u. c. [Latvijas Republikas Patentu valde 2013]. Tika izmantota *Google Patent Search* datubāze visērtākā

josta domāta, lai cilvēku droši noturētu noteiktā vietā. Var uzskatīt, ka mūsdienu automašīnas drošības jostu galvenais uzdevums ir tieši tāds pats.¹

E. Kleghorna drošības josta paredzēta tūristiem, jūrnikiem, krāsotājiem, zemniekiem, ugunsdzēsējiem, telegrāfa darbiniekiem un citiem cilvēkiem, kuru darbs vai citas aktivitātes saistītas ar instrumentu nešanu, kāpjot augšā vai lejā un darbošanos augstumā [GPS 2013]. Jāteic, ka ar mašīnas drošības jostu tai ir visai attāla līdzība. Tā izskatās šādi (sk. 1. attēlu):



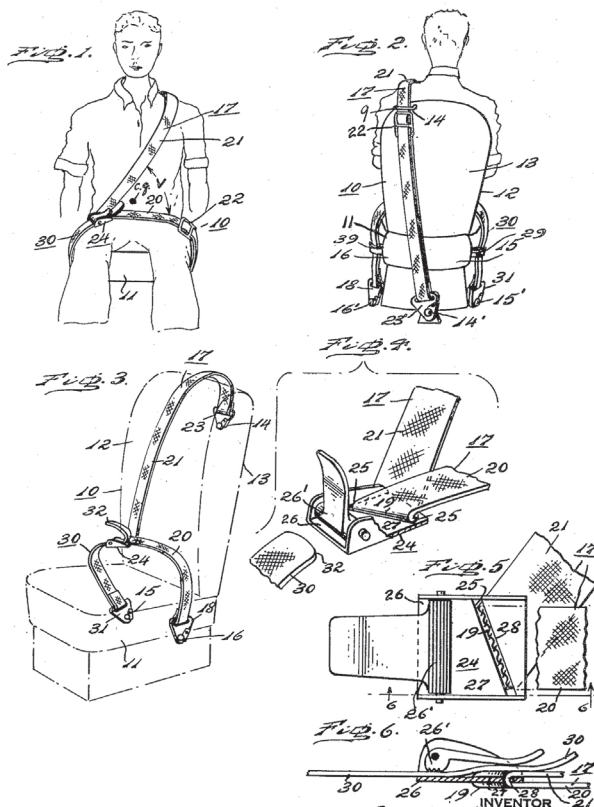
1. att. Kleghorna drošības josta.

Attēls no *Google Patent Search* [Kleghorna drošības josta 2014].

Pirmā trīspunktu drošības josta patentēta 1955. gadā Grisveltam u. c. (*Griswold et al*) [GPS 2013]. Lai gan nav īsti zināms, vai šī josta vēlāk tika izmantota reālos automobiļos, attēlā redzams, ka tā līdzinās jostai, ko pazīstam šodien, tikai – atšķirībā no mūsdienu drošības jostas – tās sprādze atrodas vidū, nevis malā (sk. 2. attēlu):

lietojuma dēļ. *Google Patent Search* datubāzē atrodami patenti ir autentiski; atrastajiem patentiem ir dotas saites vai nu uz *Espacenet* – Eiropas Patentu pārvaldi [European Patent Office 2013], vai ASV Patentu un preču zīmju pārvaldi [sk. The United States Patent and Trademark Office (USPTO) 2013].

¹ Jāpiemin, ka angļu valodā ir divi vārdu savienojumi – *seat belt* un *safety belt*. Abus terminus tulko kā drošības josta, lai gan *seat belt* burtiskais tulkojums būtu sēdekļa josta. Attiecībā uz automašīnu parasti lieto terminu *seat belt*. E. Kleghorna izgudrojuma nosaukums ir *safety belt*; tāds pats nosaukums ir arī N. Bolina drošības jostai.

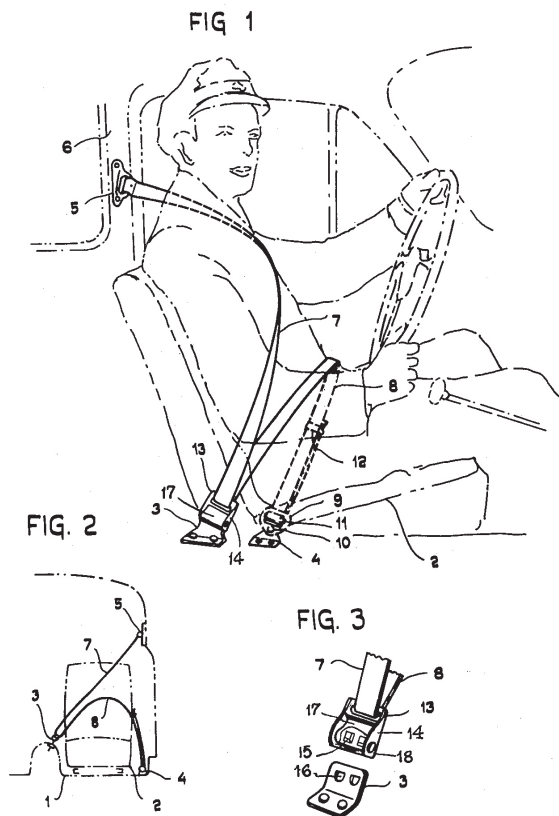


2. att. Grisvelta drošības josta.

Attēls no *Google Patent Search* [Grisvelta drošības josta 2014].

Amerikāņu autoražotājs Nešs (*Nash*) piedāvāja automobiļus ar drošības jostām jau 1949. gadā, bet 1955. gadā daži *Ford* auto modeļi bija aprīkoti ar drošības jostām, bet auto īpašniekam bija izvēle – iegādāties auto ar drošības jostu vai bez tās [The Man Who 2009]. Acīmredzot nebija daudz auto īpašnieku, kuri vēlējās drošības jostas, tāpēc nevar vēl runāt par drošības jostu masveida izplatību.

1958. gadā Roberts Maknamara (*Robert McNamara*) no citas zviedru autoražotāju firmas *SAAB* aprīkoja automašīnu ar divpunktu drošības jostu kā standarta modeli. *Volvo* nopelns bija tas, ka Nils Bolins iesniedza patentu par “Piemērotiem mašīnas iemītnieku ierobežošanas sistēmu pamatiem” (*Basics of Proper Restraint Systems for Car Occupants*). N. Bolins novietoja drošības jostas sprādzi sānos. Viņš izprata cilvēka dabu un atzina, ka cilvēki ir pārāk slinki, lai papūlētos un glābtu paši savu dzīvību. N. Bolins agrāk bija strādājis par *SAAB* lidmašīnu konstruktoru. Viņš strādāja pie kaujas lidmašīnu katapultējamo sēdekļu pilnveidošanas [GPS 2013; The Man Who 2009, Clunk, Click 2009]. Šeit apskatāma N. Bolina patentētā josta (sk. 3. attēlu):



3. att. Nila Bolina drošības josta.
Attēls no *Google Patent Search* [Nila Bolina drošības josta 2013].

N. Bolins stāstīja, ka lidmašīnu piloti bija gatavi darīt jebko, lai avārijas gadījumā būtu drošībā, bet ikdienā cilvēki, kas pārvietojas ar automašīnām, negrib ne mirkli justies neērti [sk. *The Man Who* 2009; *Clunk, Click* 2009]. Šis apgalvojums diemžēl joprojām ir patiess, un dažādi automobiļu drošības pētījumi pierāda, ka ļoti bieži smagas avārijas notiek tieši tad, kad jāveic neliels attālums un cilvēki nepiesprādzējas. Slinkajai cilvēka dabai ir nepieciešami citi ierobežojumi, piemēram, naudas sods par drošības jostas nelietošanu vai nepārtrauktas sociālās kampaņas ar spilgtiem tēliem, lai cilvēkus pārliecinātu sargāt savu dzīvību.

Pēc pirmā drošības jostas patenta izsniegšanas paiet diezgan ilgs laiks – 15 gadi, līdz pirmoreiz vēsturē, 1970. gadā Austrālijā, Viktorijas štatā, pieņem likumu par drošības jostu obligātu lietošanu priekšējā sēdekli. Likumu pieņemšana par drošības jostu lietošanu pamazām notika arī citās valstīs – 1975. gadā Zviedrijā, 1979. gadā Francijā, 1983. gadā Lielbritānijā, 1985. gadā ASV, Ņujorkas štatā

u. tml. [sk. Clunk, Click 2009; The History of Seat Belt Development 2008–2011; GHSA Issues: Occupant Protection 2015; Seatbelt History: How Belting Up Became Law. The Royal Society for the Prevention of Accidents (RoSPA) 2015]. Pirmie likumi parasti tika pieņemti par drošības jostu obligātu lietošanu priekšējā sēdekļī, tātad sākotnēji tika uzskatīts, ka aizmugurējā sēdekļī drošības jostas nav nepieciešamas. 1991. gadā Lielbritānijas valdība pieņēma likumu, ka drošības jostas ir obligāti jālieto aizmugurējā sēdekļī [BBC News: Millions 'not Wearing Seatbelts' 2008]. Tātad bija pagājuši astoņi gadi kopš likuma par drošības jostu obligātu lietošanu priekšējā sēdekļī.

Eiropas Savienībā Direktīva par drošības jostu lietošanu pieņemta tikai 1991. gadā, un sākumā tā attiecās tikai uz transporta līdzekļiem, kas sver līdz 3,5 tonnām, turpretim 2003. gadā jau pieņemta Direktīva par drošības jostu lietošanu visos transporta līdzekļos, kā arī par bērnu sēdeklišu lietošanas normām [sk. EUR-Lex – 31991L0671 – LV 2013].

Drošības jostas tēls reklāmas diskursā

Šobrīd Latvijā autovadītājus soda par drošības jostu nelietošanu un nepiesprādzētu pasažieru pārvadāšanu [Ceļu satiksmes drošības direkcija¹ 2010–2015]. Jāpiesprādzējas ir gan priekšējā, gan aizmugurējā sēdekļī, bērniem jābūt bērnu sēdeklišos vai uz paliktņiem, kas atbilst viņu svaram un augumam. Ir veikti daudzi un dažādi pētījumi par drošības jostām, un ir pierādīts, ka drošības jostas palielina izredzes izdzīvot [CSDD 2010–2015]. Tomēr cilvēki ļoti bieži izvēlas nepiesprādzēties, it īpaši, ja jāveic īss ceļa posms, tāpēc tiek izvērstas plašas sociālās kampaņas, lai pievērstu cilvēku uzmanību šai problēmai un mainītu viņu domāšanu. Reklāmās bieži izmantoti negaidīti tēli un spilgti stilistiskās izteiksmes līdzekļi (sk. 4. attēlu):

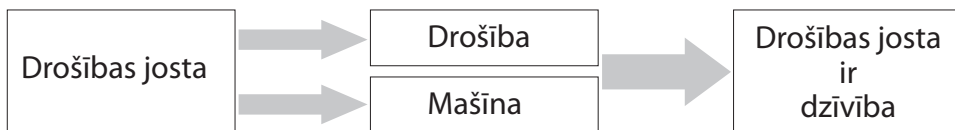


4. att. Dzīvība.

(Raksta autorens fotografēta reklāma Rīgā 2009. gada 6. augustā.)

¹ Turpmāk tekstā – CSDD.

Veidojas šāda metonīmiska ķēde¹ (sk. 5. attēlu):



5. att. Ilustrācija DROŠĪBAS JOSTA IR DZĪVĪBA I.
(Raksta autore veidots attēls.)

Metonīmiskā ķēde, mijiedarbojoties vizuālajam tēlam un verbālajam tekstam, rosina **konceptuālo metaforu**² – DROŠĪBAS JOSTA IR DZĪVĪBA.

Nākamajā reklāmā izmantots tas pats **metonīmiskais** drošības jostas tēls, mijiedarbībā ar citiem tēliem (sk. 6. attēlu):



6. att. Drošības josta – mašīna.
Attēls no CSDD [sk. Drošības josta – mašīna 2010].

¹ Metonīmiskās ķēdes iesaista vairāk nekā vienu konceptuālo pārbīdi (*conceptual shift*), kad var būt iesaistīti vairāki konceptuālie domēni (*conceptual domains*), jo viens metonīmiskais elements ved pie cita metonīmiska elementa, kā rezultātā veidojas metonīmiska struktūra [Hilpert 2007].

² Konceptuālā metafora no lingvistiskās metaforas atšķiras ar to, ka metafora nav valodas princips, bet tā vispirms pastāv domāšanā. Kognitīvā lingvistika pirmajā plānā izvirza metaforu kā domāšanas principu. Metaforiska domāšana bieži motivē lingvistisko nozīmju rašanos [Lakoff and Johnson [1980] 2003; Gibbs [1994] 2002; Kövecses 2002; Kalve 2012 u. c.].

Aplūkojot attēlu, tas šķiet visai nelogisks, bet, izlasot verbālo vēstījumu: “Ja Tev šķiet, ka priekšējais krēsls avārijas brīdī aizsargā no trieciena, turi to virs galvas un palūdz, lai Tev uzmet virsū automašīnu”, tas liekas vēl absurdāks. Stilistiski varētu runāt par vizuālo **hiperbolu** jeb stilistisku pārspīlējumu, jo liekas neticami, ka cilvēks, būdams pie pilna prāta, varētu rīkoties tā, kā redzams attēlā. Reklāmas vēstījums pauž domu, ka saprātīgi un garīgi veseli cilvēki automašīnā piesprādzējas gan priekšējā, gan aizmugurējā sēdekļi, jo nepiesprādzēties ir tikpat absurdi, kā rīkojas attēlā redzamais puisis.

Nākamais attēls ir tās pašas sociālās kampaņas “Redzi jostu – sprādzējies!”¹ ietvaros (sk. 7. attēlu):

Šajā attēlā puisis ir izlēcis no lidmašīnas ar automašīnas priekšējo sēdekli, un verbālais teksts vēsta: “Ja priekšējais krēsls spētu pasargāt no trieciena, tad izpletlēcēji lēktu ar krēsliem!”

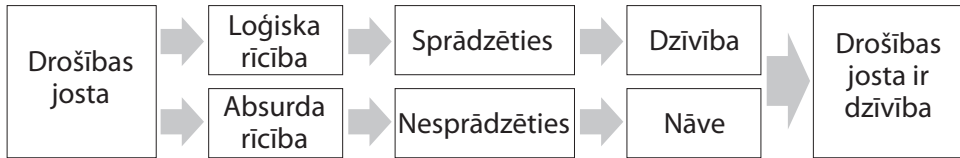


7. att. Drošības josta – izpletnis.
Attēls no CSDD [Drošības josta – izpletnis 2010].

izpletņlēcēji lēktu ar krēsliem.” Šis reklāmas vēstījums pausts, izmantojot metonīmisko tēlu – drošības jostu un vizuālo **hiperbolu**, attēlojot absurdu situāciju. Ir skaidrs, ka šāda neracionāla rīcība nekādā gadījumā neveicina dzīvības saglabāšanu, tieši otrādi – ved drošā nāvē. Iespējams izvirzīt arī **antitēzi** – dzīvība un nāve kā loģiskas vai absurdas rīcības rezultāts.

¹ Kampaņa uzsākta 2008. gadā [CSDD 2010–2015].

Grafiski to var attēlot šādi (sk. 8. attēlu):



8. att. Ilustrācija DROŠĪBAS JOSTA IR DZĪVĪBA 2
(Raksta autore veidots attēls.)

Metonīmiskais tēls – drošības josta, mijiedarbojoties vizuālajam attēlam un verbālajam tekstam, rosina antitēzes: loģiska un absurda rīcība, piesprādzēties vai nepiesprādzēties, kuru rezultāts ir vai nu dzīvība, vai nāve, kas beigās atkal noved pie konceptuālās metaforas – DROŠĪBAS JOSTA IR DZĪVĪBA.

Šī ilustrācija un tās skaidrojums attiecināms arī uz nākamo attēlu (sk. 9. attēlu):



9. att. Drošības josta – vilciens.
Attēls no CSDD [Drošības josta – vilciens 2010].

Jauns tēls šajā attēlā ir vilciens un jautājuma – atbildes forma verbālajā diskursā: “Jautājums: Vai priekšējais krēsls aizsargā aizmugurē sēdošos avārijas brīdī? Atbilde: Jūs esat mēģinājis ar krēslu apturēt vilcienu?” Šādi absurdi jautājumi un vēl absurdākas atbildes bieži raksturīgas anekdotēm. Var runāt arī par vizuālu **satīru**, kas izsmej cilvēku naivumu un absurdu rīcību. Šo reklāmu stilistiskajās izpausmēs saskatāma gan vizuāla metonīmiska tēla ilgtspēja, gan idejas **reiterācija** jeb atkārtojums, kas veido tēla kohezīvo potenciālu.¹ Šāds drošības jostas metonīmiskā tēla lietojums ir diskursīvs – tas parādās daudzu reklāmu verbālajā un vizuālajā diskursā vienas reklāmas kampaņas satvarā. Diskursīvais lietojums parāda metonīmisko tēlu nozīmi domāšanā un konceptualizācijā.

Svarīgi piebilst, ka 2015. gadā drošības jostas tēls vēl joprojām tiek izmantots jaunā CSDD kampaņā “Dzīvības josta”, tātad šis tēls ir ilgtspējīgs un noturīgs (sk. 10. attēlu):



10. att. Dzīvībasjosta.
Attēls no CSDD [Dzīvībasjosta 2015].

Zīmīgi, ka šajā attēlā vārds “Dzīvībasjosta” ir rakstīts kopā, tātad veidojot jaunu konceptu, kas pilnībā atbilst iepriekšminētajai konceptuālajai metaforai DROŠĪBAS JOSTA IR DZĪVĪBA. Vizuālajā aspektā jārunā par alūziju uz sirdsdarbības monitora signālu, kuru dzīvē var novērot kādas nopietnas operācijas laikā vai tad, kad cilvēks ir nonācis reanimācijā. Verbālajā tekstā tiek uzsvērts, ka ir jāpiesprādzējas automašīnas aizmugurējā sēdekli, jo drošības josta var būt cilvēka vienīgā iespēja saglabāt dzīvību.

Numurzīmes tēls un tā attīstība diskursā

Tagad jāpievēršas numurzīmes tēlam, kura lietojumā var novērot metonīmiska tēla attīstību diskursā un pat transdiskursīvu lietojumu. Numurzīmes tēls galvenokārt

¹ Par kohēzijas lomu tekstā [Halliday and Hasan 1976].

parādās CSDD sociālajā kampaņā “Ātrums. Nāvīgi viltīgs. Esi gudrāks!” (sk. 11. attēlu):



11. att. Ātrums.

Attēls no CSDD [Ātrums 2010].

Metonīmiskais elements šajā reklāmā ir mašīnas numurzīme, kas ir daļa no mašīnas konceptuālā domēna. Reklāmas radītāju iecere ir metaforiska, jo vizuālā un verbālā mijiedarbības rezultātā atklājas **metafora** – “ātrums nogalina”. Pausētais vēstījums varētu skanēt šādi: “Ja brauksi pārāk ātri, mirsi kā muša uz savas numurzīmes!” vai arī: “Ja brauksi pārāk ātri, nogalināsi citus kā mušas uz savas numurzīmes!” Ideja par mušām ir **alūzija**, jo uz numurzīmes ir attēloti miruši cilvēki, nevis mušas, bet tieši tādā veidā bojā iet mušas, kuras atsitas pret auto-mašīnas numurzīmi. “Krist kā mušām” ir frazeoloģiska vienība. Latviešu literārās valodas vārdnīcā atrodams piemērs: “Kā mušas ļaudis krita, jo nikns mēris tos bez žēlastības kāva (Sudrabu Edžus)” [Latviešu literārās valodas vārdnīca 1984: 299]. Šajā gadījumā niknais kāvējs ir nevis mēris, bet ātrums. Var darināt konceptuālo metaforu **ĀTRUMS IR SLEPKAVA**.

Šīs reklāmas vizuālais metonīmiskais tēls – numurzīme, piedzīvojis ilgtspējīgu attīstību (sk. 12. attēlu):



12. att. Saeima.

Attēls no Skaties divreiz [Saeima 2010].

Šā attēla vēstījums ir pilnībā atbilstošs mūsu valdības neadekvātajai rīcībai 2009. gada krīzes laikā, un to var izteikt verbāli vai nu: “Saeima ir nāvīgi viltīga” vai “Saeimas politika krīzes laikā ir pašnāvnieciska”, vai arī: “Saeima nogalina cilvēkus kā mušas uz numurzīmes”. Visi varianti ir ticami, jo Saeimas rīcība ir neparedzama (viltīga), bet nepareiza valdības politika krīzes laikā ir politiska pašnāvība, savukārt budžeta samazinājums galvenokārt medicīnai, izglītībai un ģimenēm ar bērniem nogalina tautu ilgtermiņā gan tiešā, gan metaforiskā nozīmē.

Nākamais attēls izmantots Krimuldas vidusskolas žetonu vakara izklaides daļā 2010. gadā (sk. 13. attēlu):

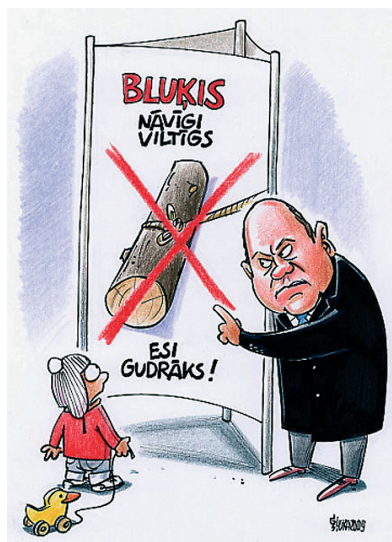


13. att. Sekmes.

(Raksta autores fotogrāfija, kas uzņemta Krimuldas vidusskolas žetonu vakarā 2010. gada 5. martā.)

Šis attēls pierāda vizuālā tēla spēcīgo ietekmi domas konceptualizācijā un tā turpmāko radošo attīstību. Vidusskolēniem, kas gatavojas kārtot centralizētos eksāmenus, sekmes ir būtiski svarīgas viņu turpmākajā dzīvē. Centralizēto eksāmenu rezultāti nosaka jauniešu iespējas iekļūt izvēlētajā augstskolā un ietekmē viņu turpmāko dzīvi un karjeru. Ideja ir stilistiski interesanta, jo nevar teikt, ka “sekmes nogalina”, patiesībā ir tieši otrādi, tātad var runāt par **oksimoronu**, jo sekmes nav savienojamas ar nogalināšanu, sekmes paver jaunas iespējas un bruģē ceļu uz veiksmi. Doma par to, ka “sekmes ir nāvīgi viltīgas” būtu visai atbilstoša, jo, ja jauniešiem neuzmanīsies, sekmes viņu pametīs. Uzraksts *Born to hunt, forced to work*¹ attiecināms uz jauniešu dabu – parasti no laba prāta neviens negrib stundām sēdēt pie galda un mācīties, labāk taču izklaidēties, bet, ja skolēns grib būt sekmīgs, viņam nav izvēles, ir jāmacās.

Ideja par to, ka kaut kas: “ir nāvīgi viltīgs” saglabājusi ilgspēju verbālā izpausmē ar citu vizuālo attēlu (sk. 14. attēlu):



14. att. Bluķis.

Attēls no “Latvijas Avīzes”, autors – Gatis Šļūka [Bluķis 2009].

¹ LV – Dzimis, lai medītu, spiests strādāt.

Šī Gata Šļūkas karikatūra tapusi laikā pirms Ziemassvētkiem. Tā izmanto metonīmisku alūziju uz latviešu pagānisko tradīciju Ziemassvētku vakarā vilkt bluķi, kā arī ironisku alūziju uz sociālo kampaņu pret atļautā braukšanas ātruma pārsniegšanu. Karikatūrā izmantots arī vizuāls salīdzinājums – mazais zēns velk sev pakal pīlīti uz riteņiem, savukārt plakātā attēlots ar striķi velkams bluķis.

Latviešu folklorā Ziemas saulgriežu vakaru sauc arī par Bluķa vakaru, kad velk bluķi apkārt no mājas uz māju, lai atzīmētu gada darbu nobeigumu un aizbaidītu ļaunos garus. Beigās bluķi sadedzina. Ir arī tradīcija pirms sadedzināšanas izteikt Jaunā gada novēlējumus un sist ar dūri pa bluķi: “Ziemassvētki bija laiks zilēšanai un burvestībām” [Avotiņa, Blūma, Lidaka, Ņefedova un Šmite [2003] 2004: 22].

G. Šļūka karikatūrā attēlojis Rīgas domnieku Jāni Šmitu (LPP/LC¹), kurš 2009. gadā cīnījās pret bluķa vilkšanu kā pagānisku tradīciju [Bailes no bluķa 2009].

Bluķa viltību kā alūziju var saistīt arī ar eposā “Lāčplēsis” minēto faktu, ka raganas, arī Spīdala, lidoja ar bluķiem:

*Sētmalā gulēja likumains bluķis,
Spīdala gāja, sēdās tam virsū,
Burveķļu vārdus murminot, sita
Trīs reiz ar spieķi pa likājo bluķi,
Piepeši gaisā pacēlās bluķis,
Ragana šņākdama aizskrēja gaisā.
[Pumpurs 1988: 161]*

Ja nav zināms karikatūras tapšanas konteksts, tad iespējamā bluķa viltība attiecībā uz Ziemas saulgriežu tradīcijām varētu būt bīstamība, kas rodas, dedzinot uguni, kura mūsdienu izpratnē bieži izpaužas kā svētku uguņošana, kad, neuzmanīgi apejoties ar pirotehniku, var gūt traumas, it sevišķi, ja pirotehnika nonāk bērnu rokās bez vecāku uzraudzības.

Vēl viena interpretācija saistībā ar šo karikatūru, ņemot vērā tās tapšanas laiku, 2009. gadu, kad Latvijā bija nopietna ekonomiska krīze, ir metaforiska – valdība izturas pret tautu kā pret maziem bērniem un izsaka pilnīgi neadekvātus brīdinājumus, jo šobrīd neizskatās, ka mazajam zēnam būtu prātā bluķa vilkšana, bet viņš izaugs un, saskaņā ar senču tradīcijām, varētu pieprasīt valdībai atskaiti par padarītajiem darbiem, tāpēc jau laikus tiek brīdināts to nedarīt.

¹ Tagad jau pašlikvidējusies partija LPP/LC apvienoja Latvijas Pirmo partiju, partiju “Latvijas Ceļš”, “Vidzemes apvienību” un “Mēs savam novadam”. Pirms 2011. gada ārkārtas Saeimas vēlēšanām tā kļuva par Šlesera Reformu partiju LPP/LC, bet 11. Saeimā netika ievēlēta.

Secinājumi

Nobeigumā jāatzīst, ka empīriskā materiāla analīze apstiprina atziņu, kuru uzsver kognitīvie lingvisti, ka arī latviešu valodas materiālā daudzām metaforām ir metonīmisks pamats, un nereti metaforu un metonīmiju nevar pilnībā atdalīt vienu no otras. Metonīmiju reklāmā plaši izmanto mijiedarbībā ar citiem stilistiskajiem izteiksmes līdzekļiem, un tie var funkcionēt šādi:

- diskursīvā lietojumā, proti, viena diskursa satvarā, kad viens vizuālais tēls parādās vairākās reklāmās vienas reklāmas kampaņas ietvaros, vai
- transdiskursīvā lietojumā, kad metonīmiski tēli ir ilgtspējīgi vizuālajā diskursā, un viens tēls parādās dažādu reklāmas kampaņu ietvaros ilgākā laika posmā, un to izmanto arī humora vai satīras nolūkiem.

Metonīmija diskursā nereti saplūst ar citiem stilistiskajiem paņēmieniem, visbiežāk ar metaforām un alūzijām. Mijiedarbojoties verbālajai un vizuālajai reprezentācijai, var rasties jaunas, negaidītas frazeoloģiskās vienības interpretācijas. Empīriskā materiāla analīze atklāj metonīmijas svarīgo lomu cilvēku domāšanā un pieredzes konceptualizācijā, parādot, kā metonīmiskais izteiksmes veids atspoguļo figuratīvās domas attīstību un ilgtspēju gan verbālajā, gan vizuālajā diskursā.

Izmantotie avoti

- Avotiņa, A., Blūma, D., Līdaka, A., Ņefedova, I. un Šmite, E. *Latvijas kultūras vēsture*. Rīga: Zvaigzne ABC, [2003] 2004.
- Ātrums, 2010. Pieejams: <http://csdd.lv/?pageID=1257935356> (skatīts 12.01.2010.)
- Bailes no bluķa, 2009. Pieejams: <http://citadiena.ir.lv/2009/12/13/bailes-no-bluka/> (skatīts 20.12.2009.)
- Barcelona, A. Introduction. The Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy. In: Barcelona, A. (ed.) *Metaphor and Metonymy at the Crossroads*. Berlin and New York: Mouton de Gruyter, 2003. Pp. 1–28.
- BBC News: *Millions 'not Wearing Seatbelts'*. Thursday, 31 January 2008. Available: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/7218914.stm (viewed 16.08.2010.)
- Bluķis, 2009. Pieejams: www.la.lv (skatīts 20.12.2009.)
- Clunk, Click – *an Invention that's Saved Lives for 50 Years*. Published on 24.08.2009. Available: <http://www.yorkshirepost.co.uk/news/features/clunk-click-an-invention-that-s-saved-lives-for-50-years-1-2296965> (viewed 04.06.2013.)
- Ceļu satiksmes drošības direkcija (CSDD), 2010–2015. Pieejams: <http://www.csdd.lv/> (skatīts 01.08.2010. un 28.06.2015.)

- Drošības josta – izpletņis*, 2010. Pieejams: <http://www.csdd.lv/?pageID=1221648349> (skatīts 20.01.2010.)
- Drošības josta – mašīna*, 2010. Pieejams: <http://www.csdd.lv/?pageID=1221648349> (skatīts 20.01.2010.)
- Drošības josta – vilciens*, 2010. Pieejams: <http://www.csdd.lv/?pageID=1221648349> (skatīts 20.01.2010.)
- Dzīvībasjosta*, 2015. Pieejams: http://www.csdd.lv/lat/noderiga_informacija/preses_relizes/?doc=2943 (skatīts 28.06.2015.)
- EUR-Lex – 31991L0671 – LV*, 2013. Pieejams: <http://eur-ES Direktivalex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31991L0671:LV:NOT> (skatīts 17.06.2013)
- European Patent Office (EPO)*, 2013. Available: <http://www.epo.org/index.html> (viewed 17.06.2013.)
- Gibbs, R. W. Jr. *The Poetics of Mind: Figurative Thought, Language and Understanding*. Cambridge: Cambridge University Press, [1994] 2002.
- GHS Issues: Occupant Protection*, 2015. Governors Highway Safety Association. Available: <http://www.ghsa.org/html/issues/occprotection/index.html> (viewed 28.06.2015.)
- Google Patent Search*, 2013. Available: <https://www.google.com/?tbnm=pts> (viewed 16.06.2013.)
- Grisvelta drošības josta*, 2014. Pieejams: https://www.google.com/patentsUS2710649?dq=Griswold+et+al+belt&hl=lv&sa=X&ei=uDCQVY_1BoehsAHpxbjABA&ved=0CFIQ6wEwBg (skatīts 17.08.2014.)
- Halliday, M. A. K. and Hasan, R. *Cohesion in English*. London: Longman, 1976.
- Hilpert, Martin. Chained Metonymies in Lexicon and Grammar: A Cross-linguistic Perspective on Body Part Terms. In: Radden, G., Köpcke, K. M., Berg, T. and Siemund, P. (eds.) *Aspects of Meaning Construction*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. Pp. 77–98.
- Kalve, A. *Konceptuālās metaforas fenomens*. Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2012.
- Kleghorna drošības josta*, 2014. Pieejams: <https://www.google.com/patents/US312085?dq=Edward+J.+Claghorn&hl=lv&sa=X&ei=QiWQVdPpIibPygO8gJToCA&ved=0CBsQ6AEwAA> (skatīts 17.08.2014.)
- Kövecses, Z. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford and New York: Oxford University Press, 2002.
- Krasovska, E. *Metonīmija un figuratīvā domāšana: Kognitīvās stilistikas pieeja*. Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija. 2013.

- Lakoff, G. and Johnson, M. *Metaphors We Live By*. Chicago and London: The University of Chicago Press, [1980] 2003.
- Latviešu literārās valodas vārdnīca*. 5. sējums. Rīga: Zinātne, 1984.
- Latvijas Republikas Patentu valde*, 2013. Pieejams: <http://www.lrpv.gov.lv/> (skatīts 05.06.2013.)
- Nila Bolina drošības josta*, 2013. Pieejams: <https://www.google.com/patents/US3043625?pg=PA1&dq=nils+ivar+bohlin&hl=lv&sa=X&ei=Mis-Uc7NLqSm4ATjgoGwCg&ved=0CFMQ6AEwBQ#v=onepage&q=nils%20ivar%20bohlin&f=false> (skatīts 16.06.2013.)
- Pumpurs. *Lāčplēsis*. Rīga: Zinātne, 1988.
- Saeima*, 2010. Pieejams: <http://www.skaties2x.lv/> (skatīts 12.01.2010.)
- Seatbelt History: How Belting Up Became Law*. The Royal Society for the Prevention of Accidents (RoSPA). Registered Charity No. 207823, 2015. Available: <http://www.rospa.com/about/history/seatbelt-history.aspx> (viewed 28.06.2015.)
- Semino, E. *Metaphor in Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- The History of Seat Belt Development*. 2008–2011. STN Media Group. Available: <http://www.stnonline.com/resources/seat-belts/the-history-of-seat-belt-development> (viewed 16.06.2013.)
- The Man Who Saved a Million Lives: Nils Bohlin – Inventor of the Seatbelt*. Wednesday 19 August, 2009. Available: <http://www.independent.co.uk/life-style/motoring/features/the-man-who-saved-a-million-lives-nils-bohlin--inventor-of-the-seat-belt-1773844.html> (viewed 04.06.2013.)
- The United States Patent and Trademark Office (USPTO)*. 2013. Available: <http://www.uspto.gov/index.jsp> (viewed 05.06.2013.)

METONYMIES AND METAPHORS: IMAGES OF THE SEAT BELT AND NUMBER PLATE

Abstract

Cognitive linguists argue that many metaphors have a metonymic basis, and frequently it is not easy to tell them apart [see Gibbs [1994] 2002: 449–451, Barcelona 2003: 8–12, Semino 2008: 20]. The aim of this article is to examine this claim on the material of advertisements in Latvian. The paper gives an insight into the history of seat belt development and analyses particular instances in advertising and other visual material, and their stylistic **development in discourse**. Development means not only interaction of the image with the text (visual and verbal) and its interpretation in one

context, but also cases of use when the image exceeds the borders of one advertisement and is employed in several advertisements either in the same (discoursal use), or another advertising campaign (interdiscoursal use). My aim is to establish whether metonymic images are sustainable and whether they can be used for other purposes by employing allusion to the original advertisements. When analysing the material of social campaigns, it is important to reveal the development of figurative thought in verbal and visual discourse in order to reveal the role of metonymy in thinking and conceptualisation of human experience.¹

Keywords: *metonymy, metaphor, car safety, cognitive linguistics, the discourse of advertising, allusion.*

¹ The main research findings of the article are based on my PhD thesis [see Krasovska 2013].