

УДК 81'373.612.2:81'42

DOI: 10.37482/2687-1505-V273

*ВОЯКИНА Елена Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация» Тамбовского государственного технического университета. Автор 83 научных публикаций, в т. ч. трех монографий и 14 учебных пособий\**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7186-694X>

## **МЕТАФТОНИМИЧЕСКИЕ ПРОЕКЦИИ В ЦИФРОВОМ МУЛЬТИМОДАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ**

Настоящая статья посвящена анализу метафтонимических проекций, реализуемых малыми сюжетосодержащими дискурсивными формами (МССДФ) в цифровом мультимодальном дискурсе. Работа выполнена в русле когнитивно-дискурсивной и антропоцентрической научных парадигм. Актуальность исследования обусловлена широким распространением анализируемых дискурсивных форм, основанных на метафтонимии, в цифровом мультимодальном дискурсе и, соответственно, необходимостью изучения данных форм с точки зрения их участия в интерпретации цифровой и объективной реальности и оказания прагматического воздействия на реципиента. Материалом для анализа послужили 250 МССДФ, среди которых наиболее частотными являются интернет-мемы, отобранные методом сплошной выборки из русско- и англоязычных источников новых медиа. На основании проанализированного эмпирического материала были выделены метафтонимические проекции, основанные на классификации мультимодальной метафтонимии П. Перес-Собриню. Установлено, что наиболее продуктивными метафтонимическими проекциями в сюжетах МССДФ являются параллельное метонимическое сужение в области-источнике и области-цели метафоры и метафтонимические сценарии. В ходе исследования также доказано, что метафтонимический способ концептуальной интеграции – сложный когнитивный механизм, участвующий в формировании сюжетов МССДФ, для распознавания которых требуется когнитивная нагрузка, связанная с декодированием заложенных в них компонентов. Интерпретация метафтонимически организованных МССДФ реализуется в результате когнитивного процесса осмысления семантического наполнения поликодовых структур данных дискурсивных форм, включающих элементы разных семиотических систем, обусловленных контекстуальными связями. Перспективы дальнейшего исследования усматриваются в анализе тропеической организации цифрового мультимодального дискурса с выявлением наиболее устойчивых тропеических комбинаций.

**Ключевые слова:** *интерпретация, малые сюжетосодержащие дискурсивные формы, метафтонимическая проекция, метафтонимия, мультимодальный цифровой дискурс.*

\*Адрес: 392000, г. Тамбов, ул. Советская, д. 106; e-mail: voyackina.elena@yandex.ru

**Для цитирования:** Воякина Е.Ю. Метафтонимические проекции в цифровом мультимодальном дискурсе // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2023. Т. 23, № 4. С. 34–43. DOI: 10.37482/2687-1505-V273

Метафора и метонимия, являясь одним из основных способов когниции и активно участвуя в процессе интерпретации окружающей действительности, стабильно входят в круг исследовательских проблем отечественной и зарубежной лингвистики. Согласно когнитивному подходу к изучению языковых явлений, метафора и метонимия, активно взаимодействующие друг с другом, рассматриваются как мощные познавательные инструменты и способы мышления.

Анализируя отношения метафоры и метонимии в различных типах текстов и дискурсах, ученые подчеркивали, что метонимия как особый когнитивный процесс играет важную роль в мотивации метафоры, выполняя в основном референциальную функцию [1], хотя выделялись и другие функции метонимии (предикативная, иллокутивная) [2]. Согласно справедливому замечанию Н.Д. Арутюновой, «для метонимии типично выполнение идентифицирующей функции по отношению к конкретным предметам» [3, с. 352]. Иными словами, метонимия основана на феномене референциального сдвига, связывающего одну сущность с другой и показывающего, как текст должен восприниматься аудиторией.

По мнению А. Барселона, метонимия – более фундаментальное когнитивное явление, чем метафора, которая часто мотивируется метонимией, причем «различие между метафорой и метонимией скалярно, а не дискретно: они кажутся точками на континууме картографических процессов» [4, с. 16]. Г. Радден утверждает, что взаимодействие метонимии и метафоры свидетельствует о том, что эти два феномена – не противоположные полюса, а части одного континуума – от буквального представления окружающей действительности к образному [5]. Подчеркивая взаимодействие метафоры и метонимии, Е.В. Падучева также приходит к выводу, что «метафоры часто основаны на метонимии» [6, с. 189]. Таким образом, метафора и метонимия как основные способы когниции тесно переплетаются между собой и оказывают влияние друг на друга и на смысл текста в целом, вы-

ступая тем самым как единый когнитивный механизм познания действительности.

Метонимические отображения часто не только заменяют или репрезентируют цель, но и расширяют процесс интерпретации метафорических текстов. В связи с этим исследователи начинают говорить о взаимопроникновении метафоры и метонимии, выражающемся в таком лингвистическом феномене, как метафтонимия. В последнее время она все чаще становится предметом научного интереса лингвистов, изучающих цифровой мультимодальный дискурс. Поднимаются вопросы функционирования концептуальной метафтонимии в рекламном, политическом дискурсе, кинодискурсе и т. д. [7–14].

Проблема концептуальной конвергенции элементов метонимического и метафорического переноса в тексте рассматривалась в трудах Л. Гуссенса, выделявшего четыре типа отношений: метонимия в метафоре, метафора в метонимии, метафора из метонимии и деметонимизация в метафорическом контексте [15]. Его идеи получили развитие в диссертационном исследовании Р.И. Устарханова, классифицировавшего метафтонимию по доминантному принципу когнитивно-семантических параметров [16].

Испанский лингвист Ф. Руиз де Мендоза описывает метафтонимию как процесс взаимодействия метафоры и метонимии в виде метафорических проекций, провоцирующих метонимические сдвиги в области-источнике или области-цели. Лингвист выделяет четыре типа отношений метонимии и метафоры: метонимическое расширение/сужение метафорической области-источника/области-цели, метонимические комплексы, в которых происходит взаимодействие нескольких метонимий, метафорические комплексы, или амальгамы, с одним или несколькими источниками, метафорические цепочки (прямые и пересекающиеся с метонимией) [17].

С развитием цифровых технологий и перемещением современной коммуникации в цифровую среду ученые стали говорить о мультимодальных формах представления дей-

ствительности и когнитивных механизмах познания в цифровом мультимодальном дискурсе, в т. ч. метафтонимии. П. Перес-Собрино, исследуя цифровую рекламу, рассматривает мультимодальную метафтонимию как способ метафорического конструирования фрагмента действительности, в процессе которого задействуются разные модальности коммуникации для проецирования знаний между отдельными областями. Подчеркивая семиотическую осложненность мультимодальных текстов и их большую когнитивную нагрузку, ученый определяет четыре модели мультимодальной метафтонимии, основанные на существующих типологиях метафтонимии в классических вербальных текстах [18].

Цель данной работы заключается в выявлении и анализе метафтонимических проекций, реализуемых посредством малых сюжетосодержащих дискурсивных форм (МССДФ) в цифровом мультимодальном дискурсе, с определением наиболее продуктивных типов проекций.

Актуальность настоящего исследования обусловлена активным распространением в цифровом мультимодальном дискурсе МССДФ, сюжеты которых зачастую основаны на реализации различных метафтонимических проекций. Данные формы, представляющие собой малоформатные тексты (по сравнению с большими по объему и содержательному наполнению текстами), обладающие поликодовой структурой, которая состоит из элементов разных семиотических систем, и демонстрирующие определенный сюжет, – интернет-мемы, демотиваторы, цифровые рекламные тексты, гиф-изображения и др. Изучение подобных форм цифровой коммуникации, на наш взгляд, способствует пониманию механизмов прагматического воздействия на реципиента и позволяет выявить форматы представления знаний для адекватной интерпретации явлений и событий цифровой и объективной реальности в рамках непрерывного потока информации.

Следует учитывать то, что анализируемые МССДФ сложились непосредственно в цифровой среде, где преобладает сочетание «минимум

текста + невербальный компонент», обеспечивающее высокие информационную емкость и прагматический потенциал. МССДФ отличаются поликодовой негомогенной структурой, в которой наблюдается взаимодействие элементов разных знаковых систем в рамках конструирования смыслов, и мультимодальностью подачи и интерпретации заложенной информации с учетом актуализации различных каналов ее восприятия сознанием человека, в процессе которого представление о центральном положении речи в социально-семиотическом мире не является доминирующим.

Теоретическая значимость данной работы связана с вкладом в дальнейшее изучение проблем цифровой лингвистики, в т. ч. цифрового мультимодального дискурса, а также когнитивной семантики, метафорологии и семиотики.

Практическая значимость исследования усматривается в возможности использования полученных результатов при разработке и преподавании курсов по общему языкознанию, теории языка, лингвокультурологии, прагмалингвистике, медиалингвистике, журналистике, рекламе и политической коммуникации.

Материалом для анализа послужили 250 МССДФ, отобранных методом сплошной выборки из русско- и англоязычных источников новых медиа, представленных на цифровых платформах средств массовой информации, информационно-развлекательных порталах и в социальных сетях. В данной статье приведены примеры интернет-мемов и демотиватора как наиболее частотных дискурсивных форм, реализующих метафтонимические проекции в цифровом мультимодальном дискурсе.

Анализ МССДФ в рамках идентификации и интерпретации метафтонимических проекций проводился комплексно и включал анализ вербального и невербального компонентов с учетом их семантического наполнения, установление прямых и метафорических значений, метонимической составляющей, а также определение типа метафтонимической проекции и его продуктивности, установление отношений компонентов и выявление доминантного, анализ общего контекста употребления МССДФ.

Опираясь на классификацию мультимодальной метафтонимии П. Перес-Собринно, можно выделить основные метафтонимические проекции, реализуемые МССДФ цифровой коммуникации:

– *параллельное метонимическое расширение в области-источнике и области-цели метафоры*, в основе которого лежит принцип метафорического проецирования элементов одной понятийной сферы (области-источника, представляющей собой исходный домен, посредством которого определяется сходство и смежность объектов из разных концептуальных областей) на элементы другой сферы (области-цели, являющейся концептуальной областью, в которую перемещаются понятия из области-источника для структурирования и репрезентации нового знания) путем метонимического развития понятия (в ходе анализа было зарегистрировано 42 случая данного типа метафтонимической проекции).

Иными словами, реализуются метонимические взаимоотношения по типу «ЧАСТЬ–ЦЕЛОЕ», дополняемые метафорическим переносом. Интернет-мем на *рис. 1* демонстрирует принцип метонимического расширения за счет вербальной составляющей, представленной фразой «А заводы стоят!», и визуального компонента, иллюстрирующего тенденцию современного общества к выбору творческих профессий: фотограф, блогер и др., а не тех, которые требуют физического или умственного труда. Слово «заводы» в форме множественного числа употребляется метонимически в анализируемом контексте в значении «производство», в то время как слово «стоят» используется для передачи метафорического значения «не функционируют». Вербальный компонент демотиватора дополняется визуальным компонентом в виде многочисленных изображений молодых фотографов. Метафорически фраза «Заводы стоят!» расширяется

до значения «Работать некому!». Прием метонимического расширения позволяет автору демотиватора расширить область-цель метафоры путем критического описания ситуации в сфере трудовой занятости молодежи в целом, при которой современное молодое поколение ищет легкого заработка и ленится работать, предпочитая профессии блогера, фотографа, арт-консультанта или SMM-менеджера рабочим специальностям (например: шахтер, слесарь или токарь).



**Рис. 1.** Демотиватор, реализующий параллельное метонимическое расширение в области-источнике и области-цели метафоры<sup>1</sup>

**Fig. 1.** Demotivational poster implementing parallel metonymic extension in the source and target domains of the metaphor

– *параллельное метонимическое сужение в области-источнике и области-цели метафоры*, реализуемое посредством метонимических отношений «ЧАСТЬ–ЦЕЛОЕ», работающих на создание метафорического образа (зарегистрировано 94 случая). Данный тип метафтонимической проекции является наиболее продуктивным в конструировании сюжетов МССДФ, при котором метонимия сигнализирует центральное выведение метафорического образа. Рассмотрим интернет-мем «Китайский взгляд на произошедшее с “Северным потоком”»

<sup>1</sup>Как появился мем «Заводы стоят» // Яндекс.Кью. URL: [https://ya.ru/q/question/kak\\_poiavilsia\\_mem\\_zavody\\_stoiat\\_7be56e62/](https://ya.ru/q/question/kak_poiavilsia_mem_zavody_stoiat_7be56e62/) (дата обращения: 14.04.2023).

(рис. 2), в котором реализуется данная метафтонимическая проекция. Сюжет интернет-мема невербально демонстрирует концептуальные метонимические связи, возникающие вследствие замещения одной сущности другой. В данном случае, с одной стороны, описываются отношения между Россией и странами Евросоюза, визуально воплощаемые в виде рукопожатия и воспринимаемые реципиентом как дружеские. С другой стороны, метонимическое изображение рук в виде труб указывает на то, что данные отношения основываются на контрактах о поставке газа через газопровод «Северный поток». В то же время реализуется ассоциативная связь между данными сущностями через метафору: вмешательство Соединенных Штатов Америки (США) в поставки российского газа в Европу сравнивается с причинением вреда газопроводу с помощью лома, т. е. основной смысл интернет-мема репрезентируется через частные образы. В данном примере метонимия является конструктом для метафорического осмысления газовой политики России, Европы и США.

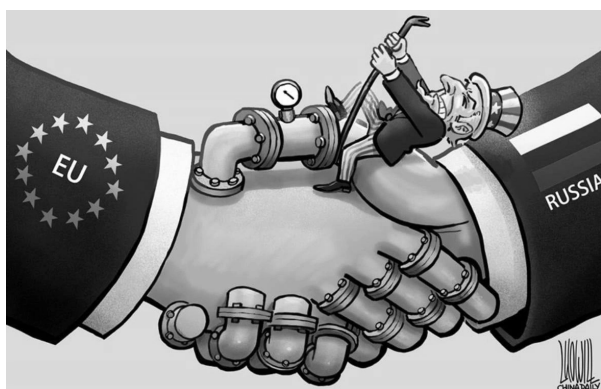


Рис. 2. Интернет-мем, реализующий параллельное метонимическое сужение в области-источнике и области-цели метафоры<sup>2</sup>

Fig. 2. Internet meme implementing parallel metonymic narrowing in the source and target domains of the metaphor

Следует отметить, что анализируемые МССДФ различаются по соотношению вербального и невербального компонентов. В интернет-меме, представленном на рис. 2, вербальный компонент минимален. Основной упор делается на визуальное представление информации, в большей степени активизирующее эмоциональный уровень восприятия, передавая все оттенки эмоциональной стороны коммуникации. Данная корреляция вербального и невербального компонентов вызывает вопрос о том, какой из компонентов главнее в процессе формирования и восприятия рассматриваемых дискурсивных форм. На наш взгляд, доминантное положение визуального ряда в большинстве МССДФ может быть объяснено тем, что визуальный компонент воспринимается человеком с наименьшими когнитивными затратами в плане обработки информации по сравнению с исключительно вербальным текстом. Кроме того, информация, полученная с помощью невербальных средств, хранится в памяти дольше и извлекается быстрее и проще, нежели вербальная.

– метафтонимия с множественным источником в цели, при которой в одной МССДФ реализуется метафтонимическая проекция сразу на несколько областей-целей метафоры (зарегистрировано 32 случая). Рис. 3 демонстрирует данный тип метафтонимии, где простой обыватель позиционируется как финансово безграмотный человек, которому требуется пройти обучение на пути к финансовой грамотности. В анализируемом примере метафтонимия передается через вербально-визуальную форму с помощью указателей «Страна Дураков», «Поле Чудес» и «Банк “Выгодный”», расположенных в одном направлении и иронически отождествляемых друг с другом. Компоненты МССДФ, взаимодействуя друг с другом, осуществляют проекцию в виде метафтонимических отношений, выражаемых через вербальный призыв-лозунг «Вперед! К финансовой грамотности!»

<sup>2</sup>Китайский взгляд на произошедшее с Северным потоком // Открытый исследовательский и дискуссионный центр «Глобальная авантюра». URL: <https://glav.su/forum/threads/1682271> (дата обращения: 19.04.2023).

и образ человека с котомкой, направляющегося «на поиски» финансовой грамотности, и метафтонимических отношений «Банк – это обман» (сравнение банка «Выгодный», название которого указано в кавычках, со сказочными Полем Чудес и Страной Дураков). Сюжет данной МССДФ демонстрирует, как финансово неграмотные люди нередко берут необдуманные кредиты, теряют свои вклады и не пользуются выгодными финансовыми инструментами для улучшения материального положения.



Рис. 3. Интернет-мем, реализующий метафтонимию с множественным источником в цели<sup>3</sup>

Fig. 3. Internet meme implementing metaphonymy with a multiple source in the target

– метафтонимические сценарии, основанные на когнитивных сценариях, хранящихся в коллективной памяти и отражающих знания об окружающем мире (зарегистрировано 82 случая). Данные сценарии структурируют стереотипные жизненные ситуации и новые явления действительности. Знания, на основе которых создаются сценарии, хранятся в долговременной памяти человека и могут быть метафтонимически обозначены посредством упоминания части определенных событий, воссоздавая при этом целостную картину и помогая адекватно интерпретировать заложенные смыслы. Интернет-мем, представленный на рис. 4, демонстрирует

развертывание динамичного сценария, построенного на метафтонимической проекции. В сюжете интернет-мема повышенные тарифы за услуги ЖКХ, метонимически передаваемые через емкость, в которой может находиться вода как объект потребления услуг ЖКХ, метафорически репрезентируются как нечто угрожающее для простого обывателя, регулярно оплачивающего счета за коммунальные услуги. Визуальная метафора прикованного к трубе человека и угрожающего ему сотрудника сферы ЖКХ разыгрывается через метонимическую проекцию, способствующую раскрытию смыслового наполнения интернет-мема. Таким образом, метонимия продвигает метафору для более эмоционального отображения текущей экономической ситуации с повышающимися тарифами.

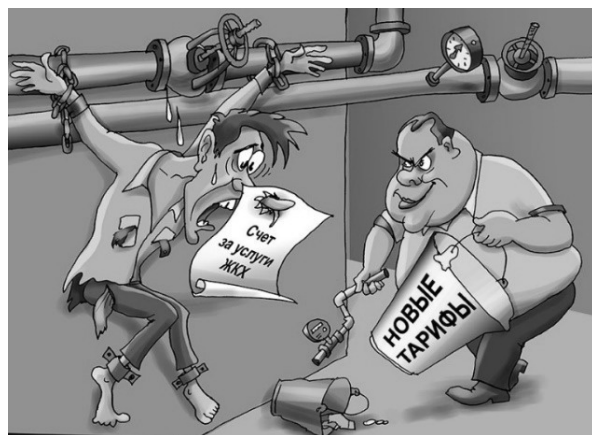


Рис. 4. Интернет-мем, реализующий метафтонимический сценарий<sup>4</sup>

Fig. 4. Internet meme implementing a metaphonymic scenario

Концептуальная интеграция (согласно теории концептуальной интеграции ментальных пространств Ж. Фоконье и М. Тернера [19]), основанная на метафтонимической проекции, является сложным когнитивным механизмом,

<sup>3</sup>Мозгунова И. Финансовая грамотность. Мнение дилетанта // Начальная школа Интернет Бизнеса. URL: <http://to-interbiz.ru/poleznye-rekomendacii/finansovaya-gramotnost-mnenie-diletanta> (дата обращения: 16.04.2023).

<sup>4</sup>Чернышков А. О росте тарифов за услуги ЖКХ // Стихи.ру. URL: <https://stihi.ru/2022/11/26/6475> (дата обращения: 19.04.2023).

участвующим в формировании сюжетов МССДФ. Для декодирования данных сюжетов зачастую требуется повышенная когнитивная нагрузка, связанная с расшифровкой и интерпретацией заложенных в них компонентов, нахождением общего смысла сообщения. Интерпретация метафтонимически построенных сюжетов МССДФ требует определенных фоновых знаний со стороны реципиента, пресуппозиции для адекватного декодирования заложенного смысла. Как справедливо отмечают М.В. Терских и М.Г. Плавчун, при виде семиотически «осложненного» текста «реципиент вовлекается в интеллектуальную игру, так как должен разгадать смысл свернутой информации. Если информация расшифровывается верно, то реципиент испытывает как эстетическое, так и познавательное удовольствие» [20, с. 164]. Так, для описания текущей экономической ситуации с резким повышением цен на топливо авторы интернет-мемов часто обращаются к сценам известных кинофильмов. Одним из примеров может служить ряд интернет-мемов на основе кинофильма «Назад в будущее», для декодирования которых необходимо, во-первых, иметь фоновые знания о реалиях объективной действительности (ценах на топливо), во-вторых, знать сюжет кинофильма, где герои путешествовали во времени и могли изменить ход событий в прошлом, оказав влияние на реальность настоящую. Концептуальная интеграция ментальных пространств реализуется за счет пересечения абсолютно разнородных элементов – фрагментов кинофильма и реалий экономики, в которой стоимость бензина значительно выросла по сравнению с ценами прошлых лет.

Таким образом, применительно к цифровому мультимодальному дискурсу отношения метафоры и метонимии представляют собой не просто реализацию риторической стратегии,

а важный когнитивный процесс, при котором метонимия участвует в мотивации и развитии метафорического образа. Проведенный анализ эмпирического материала показал, что наиболее продуктивными типами метафтонимической проекции в конструировании сюжетов МССДФ в цифровом мультимодальном дискурсе являются параллельное метонимическое сужение в области-источнике и области-цели метафоры (94 случая) и метафтонимические сценарии (82 случая). Доминирование указанных проекций может быть объяснено той важной ролью, которую играют метонимические отношения «ЧАСТЬ–ЦЕЛОЕ» и когнитивные сценарии, основанные на устоявшихся стереотипах, знаниях и ценностях, в создании метафорических образов, участвующих в интерпретации окружающей действительности.

Интерпретация метафтонимически организованных МССДФ реализуется в результате когнитивного процесса осмысления семантического наполнения поликодовых структур данных дискурсивных форм, включающих элементы разных семиотических систем, обусловленных контекстуальными связями, коллективным опытом и знаниями, характерными как для определенной лингвокультуры, так и индивидуальной концептуальной системы человека. Разнообразные смысловые отношения и связи между вербальным и невербальным компонентами МССДФ возникают за счет когнитивной операции концептуальной интеграции ментальных пространств, порождающих метафтонимический образ. При слиянии двух исходных пространств, поступающих из разных семиотических систем, формируется единое интегрированное смысловое пространство с характерной гетерогенной структурой, подчеркивающей наиболее важные для адекватной интерпретации признаки.

### Список литературы

1. Lakoff G., Turner M. More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor. Chicago: University of Chicago Press, 1989. 230 p.
2. Panther K.-U., Thornburg L. A Cognitive Approach to Inferencing in Conversation // J. Pragmat. 1998. Vol. 30, № 6. P. 755–769. DOI: [10.1016/S0378-2166\(98\)00028-9](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(98)00028-9)

3. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Яз. рус. культуры, 1999. 896 с.
4. Barcelona A. Introduction: The Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy // *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective* / ed. by A. Barcelona. Berlin: Mouton de Gruyter, 2000. P. 1–28.
5. Radden G. How Metonymic Are Metaphors? // *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective* / ed. by A. Barcelona. Berlin: Mouton de Gruyter, 2000. P. 93–108.
6. Падучева Е.В. Метафора и ее родственники // *Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой* / под ред. Ю.Д. Апресяна. М.: Яз. рус. культуры, 2004. С. 187–203.
7. Гайнутдинова А.А., Илюхина Н.А. Визуальная метонимия в креолизованных рекламных текстах // XVI Королёвские чтения: сб. материалов междунар. молодеж. науч. конф., посвящ. 60-летию полета в космос Ю.А. Гагарина: в 3 т. / под ред. М.А. Шлеенкова. Самара: Самар. нац. исслед. ун-т им. С.П. Королёва, 2021. Т. 2. С. 831–832.
8. Гуань Ш. Исследование взаимодействия мультимодальной метафоры и мультимодальной метонимии в китайских противопандемийных карикатурах // *Полит. лингвистика*. 2022. № 5(95). С. 213–220. DOI: [10.26170/1999-2629\\_2022\\_05\\_23](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2022_05_23)
9. Опарина Е.О. Метафора в дискурсе // *Соц. и гуманитар. науки. Отечеств. и зарубеж. лит. Сер. 6: Языкознание*. Реф. журн. 2021. № 3. С. 131–141. DOI: [10.31249/ling/2021.03.10](https://doi.org/10.31249/ling/2021.03.10)
10. Руберт И.Б., Киселева С.В. Когнитивные механизмы метафтонимии // *Когнитивные исследования языка: сб. науч. тр. в честь 70-летия В.З. Демьянкова* / под ред. Н.Н. Болдырева. М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2019. Вып. 36. С. 419–426.
11. Хахалова С.А., Третьякова Е.В. Случаи конвергенции метафоры и метонимии и функционирование метафтонимии в рекламном туристском дискурсе Германии // *Филол. науки. Вопр. теории и практики*. 2021. Т. 14, № 1. С. 122–126. DOI: [10.30853/phil210008](https://doi.org/10.30853/phil210008)
12. Forceville C. Visual and Multimodal Metaphor in Advertising: Cultural Perspectives // *Styles Commun*. 2017. Vol. 9, № 2. P. 26–41.
13. Sweetser E. Metaphor and Metonymy in Advertising: Building Viewpoint in Multimodal Multi-Space Blends // *J. Pragmat.* 2017. Vol. 122. P. 65–76. DOI: [10.1016/j.pragma.2017.10.012](https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.10.012)
14. Urios-Aparisi E. Metaphor Emergence in Cinematic Discourse // *Performing Metaphoric Creativity Across Modes and Contexts* / ed. by L. Hidalgo-Downing, B. Kraljevic Mujic. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2020. P. 97–118.
15. Goossens L. Metaphonymy: The Interaction of Metaphor and Metonymy in Expressions for Linguistic Action // *Cogn. Linguist.* 1990. Vol. 1, № 3. P. 323–340. DOI: [10.1515/cogl.1990.1.3.323](https://doi.org/10.1515/cogl.1990.1.3.323)
16. Устарханов Р.И. Метафтонимия в английском языке: Интерпретационно-когнитивный анализ: дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2006. 179 с.
17. Ruiz de Mendoza F. The Role of Mapping and Domains in Understanding Metonymy // *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective* / ed. by A. Barcelona. Berlin: Mouton de Gruyter, 2000. P. 109–132.
18. Pérez-Sobrino P. Multimodal Metaphor and Metonymy in Advertising. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2017. 232 p.
19. Fauconnier G. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 190 p.
20. Терских М.В., Павчун М.Г. Специфика метафоризации в современном рекламном дискурсе: визуальный компонент // *Лингвокультурология*. 2014. Вып. 8. С. 164–167.

## References

1. Lakoff G., Turner M. *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago, 1989. 230 p.
2. Panther K.-U., Thornburg L. A Cognitive Approach to Inferencing in Conversation. *J. Pragmat.*, 1998, vol. 30, no. 6, pp. 755–769. DOI: [10.1016/S0378-2166\(98\)00028-9](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(98)00028-9)
3. Arutyunova N.D. *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the Human World]. Moscow, 1999. 896 p.
4. Barcelona A. Introduction: The Cognitive Theory of Metaphor and Metonymy. Barcelona A. (ed.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin, 2000, pp. 1–28.



5. Radden G. How Metonymic Are Metaphors? Barcelona A. (ed.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin, 2000, pp. 93–108.
6. Paducheva E.V. Metafora i ee rodstvenniki [Metaphor and Its Relatives]. Apresyan Yu.D. (ed.). *Sokrovennye smysly: Slovo. Tekst. Kul'tura* [Secret Meanings: Word. Text. Culture]. Moscow, 2004, pp. 187–203.
7. Gaynutdinova A.A., Piyukhina N.A. Vizual'naya metonimiya v kreolizovannykh reklamnykh tekstakh [Visual Metonymy in Creolized Advertising Texts]. Shleenkov M.A. (ed.). *XVI Korolevskie chteniya* [15th Korolyov Readings]. Samara, 2021. Vol. 2, pp. 831–832.
8. Guan S. A Study of the Interaction Between the Multimodal Metaphor and the Multimodal Metonymy in Chinese Anti-Pandemic Cartoons. *Political Linguist.*, 2022, no. 5, pp. 213–220 (in Russ.). DOI: [10.26170/1999-2629\\_2022\\_05\\_23](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2022_05_23)
9. Oparina E.O. Metafora v diskurse [Metaphor in Discourse]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. 6: Yazykoznanie. Referativnyy zhurnal*, 2021, no. 3, pp. 131–141. DOI: [10.31249/ling/2021.03.10](https://doi.org/10.31249/ling/2021.03.10)
10. Rubert I.B., Kiseleva S.V. Kognitivnye mekhanizmy metaftonimii [Cognitive Mechanisms of Metaphonymy]. Boldyrev N.N. (ed.). *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Conceptual Language Studies]. Moscow, 2019. Iss. 36, pp. 419–426.
11. Khakhalova S.A., Tretiakova E.V. Cases of Metaphor and Metonymy Convergence and Metaphonymy Functioning in Advertising Tourist Discourse of Germany. *Philol. Theory Pract.*, 2021, vol. 14, no. 1, pp. 122–126 (in Russ.). DOI: [10.30853/phil210008](https://doi.org/10.30853/phil210008)
12. Forceville C. Visual and Multimodal Metaphor in Advertising: Cultural Perspectives. *Styles Commun.*, 2017, vol. 9, no. 2, pp. 26–41.
13. Sweetser E. Metaphor and Metonymy in Advertising: Building Viewpoint in Multimodal Multi-Space Blends. *J. Pragmat.*, 2017, vol. 122, pp. 65–76. DOI: [10.1016/j.pragma.2017.10.012](https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.10.012)
14. Urios-Aparisi E. Metaphor Emergence in Cinematic Discourse. Hidalgo-Downing L., Kraljevic Mujic B. (eds.). *Performing Metaphoric Creativity Across Modes and Contexts*. Amsterdam, 2020, pp. 97–118.
15. Goossens L. Metaphonymy: The Interaction of Metaphor and Metonymy in Expressions for Linguistic Action. *Cogn. Linguist.*, 1990, vol. 1, no. 3, pp. 323–340. DOI: [10.1515/cogl.1990.1.3.323](https://doi.org/10.1515/cogl.1990.1.3.323)
16. Ustarkhanov R.I. *Metaftonimiya v angliyskom yazyke: Interpretatsionno-kognitivnyy analiz* [Metaphonymy in English: Interpretational-Cognitive Analysis: Diss.]. Pyatigorsk, 2006. 179 p.
17. Ruiz de Mendoza F. The Role of Mapping and Domains in Understanding Metonymy. Barcelona A. (ed.). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*. Berlin, 2000, pp. 109–132.
18. Pérez-Sobrino P. *Multimodal Metaphor and Metonymy in Advertising*. Amsterdam, 2017. 232 p.
19. Fauconnier G. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge, 1994. 190 p.
20. Terskikh M.V., Pavchun M.G. Spetsifika metaforizatsii v sovremennom reklamnom diskurse: vizual'nyy komponent [Specific Features of Metaphorization in Modern Advertising Discourse: Visual Component]. *Lingvokul'turologiya*, 2014, no. 8, pp. 164–167.

DOI: 10.37482/2687-1505-V273

**Elena Yu. Voyakina**

Tambov State Technical University;

ul. Sovetskaya 106, Tambov, 392000, Russian Federation;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7186-694X> e-mail: voyackina.elena@yandex.ru

## METAPHTONYMIC PROJECTIONS IN DIGITAL MULTIMODAL DISCOURSE

This article analyses metaphonymic projections implemented by small plot-based discursive forms in digital multimodal discourse. The research is carried out within the framework of the cognitive-discursive and anthropocentric scientific paradigms. This paper is relevant due to the wide distribution of

---

**For citation:** Voyakina E.Yu. Metaphonymic Projections in Digital Multimodal Discourse. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2023, vol. 23, no. 4, pp. 34–43. DOI: 10.37482/2687-1505-V273

the analysed discursive forms based on metaphonymy in digital multimodal discourse and, accordingly, due to the need to study these forms in terms of their involvement in the interpretation of digital and objective reality and exerting a pragmatic impact on the recipient. The material for the analysis includes 250 small plot-based discursive forms, the most frequent being Internet memes selected from Russian- and English-language sources of new media using the continuous sampling method. Based on the empirical material analysed, metaphonymic projections were identified according to the multimodal metaphonymy classification suggested by P. Pérez Sobrino. It was established that the most productive metaphonymic projections in small plot-based discursive forms are parallel metonymic narrowing in the source and target domains of the metaphor and metaphonymic scenarios. In addition, the study found that the metaphonymic method of conceptual integration is a complex cognitive mechanism involved in the formation of plots, whose recognition requires a cognitive load associated with the decoding of components embedded in them. Interpretation of metaphonymically organized discursive forms is provided by the cognitive process of comprehending the semantics of multicode structures of these discursive forms belonging to different semiotic systems, which are conditioned by contextual connections. Further research is seen in the analysis of the tropical organization of digital multimodal discourse with the identification of the most stable trope combinations.

**Keywords:** *interpretation, small plot-based discursive forms, metaphonymic projection, metaphonymy, multimodal digital discourse.*

Поступила 25.04.2023  
Принята 20.07.2023  
Опубликована 18.09.2023

Received 25 April 2023  
Accepted 20 July 2023  
Published 18 September 2023