

РОЗДІЛ 12 АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ

УДК 811.111'373.612.2'42

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.57>

ФУНКЦІОНУВАННЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ ТА МУЛЬТИМОДАЛЬНОЇ МЕТОНІМІЇ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

FUNCTION OF MULTIMODAL MATAPHOR AND MULTIMODAL METONYMY IN CONTEMPORARY ENGLISH POLITICAL DISCOURSE

Федік Ю. М.

orcid.org/ 0009-0001-6771-5647

аспірантка кафедри прикладної лінгвістики

Волинського національного університету імені Лесі Українки

Розвідка сфокусована на теоретичних та практичних засадах дослідження мультимодальних стилістичних засобів у сучасних англomовних політичних карикатурах. Лінгвістичний інтерес до обраної проблематики пояснюється тим, що англomовні політичні карикатури, ще не були предметом ґрунтовного аналізу. Для здійснення полівекторного дослідження доцільним видається усебічне вивчення підґрунтя понять та підходів, релевантних тематиці.

Одними з найпоширеніших мультимодальних стилістичних засобів у політичному дискурсі є мультимодальна метафора та мультимодальна метонімія. Мультимодальна метафора використовує різноманітні зображення та символи для вираження складних політичних ідей, підсилюючи їх вплив на аудиторію через візуальні та текстові елементи. З іншого боку, мультимодальна метонімія залучає об'єкти, що мають пряий зв'язок з конкретними політичними поняттями, для передачі складних ідей. Ураховуючи це, роботу присвячено функційним особливостям мультимодальних стилістичних засобів в сучасному англomовному політичному дискурсі. Ґрунтуючись на термінологічному апараті когнітивістики, увагу сфокусовано на різних дефініціях понять «метафора», «метонімія» та їх підвидів – мультимодальній метафорі, мультимодальній метонімії, мультимодальній метафтонімії. Здійснено комплексний аналіз ключових підходів до дослідження мультимодальних стилістичних засобів. Проаналізовано роботи Марка Джонсона, Джорджа Лакоффа та Чарльза Форсевіля. Дослідники розглядають мультимодальну метафору та мультимодальну метонімію ураховуючи різні аспекти й пропонують власні класифікації. У розвідці обґрунтовано сучасні англomовні політичні карикатури; розглянуто приклади мультимодальної метафори та мультимодальної метонімії через відносини між державами: США – Китай та США – Мексика, та розкрито політичні наміри й бачення, що криються за гумористичними ілюстраціями. Установлено, що мультимодальна метафора та мультимодальна метонімія в сучасних англomовних політичних карикатурах можуть бути використані для прихованого впливу на судження аудиторії щодо поточних політичних процесів. Окреслено вектори подальшого аналізу.

Ключові слова: мультимодальні стилістичні засоби, метафора, метонімія, метафтонімія, політичні карикатури, мультимодальний дискурс.

The article is focused on the theoretical and practical basis of the study of multimodal stylistic means in contemporary English political cartoons. Linguistic interest in the chosen issue is explained by the fact that English political cartoons have not been the subject of thorough analysis yet. For polyvector research, it is logical to study the background of concepts and approaches relevant to the topic.

One of the most common multimodal stylistic means in political discourse is multimodal metaphor and multimodal metonymy. Multimodal metaphor uses a variety of images and symbols to express complex political ideas, enhancing their impact on the audience through visual and textual elements. On the other hand, multimodal metonymy employs objects that have a direct connection to specific political concepts to convey complex ideas. The article is established the functional features of multimodal stylistic means in contemporary English political discourse. According to cognitive science, this paper highlights various definitions of the concepts of «metaphor», «metonymy» and their subtypes - multimodal metaphor, multimodal metonymy, multimodal metaphonymy. It has been carried out a comprehensive analysis of key approaches to the study of multimodal stylistic means and a review of domestic and foreign literature is conducted. The works of such famous scientists as Mark Johnson, George Lakoff and Charles Forceville are analyzed. Researches examine multimodal metaphor and multimodal metonymy from different aspects and provide their own classifications. The article analyzes contemporary English political cartoons, which describes examples of multimodal metaphor and multimodal metonymy, through the USA – China and the USA – Mexico relations, and reveals the political intentions and position behind the humorous illustrations. It has been investigated that the multimodal metaphor and multimodal metonymy in contemporary English political cartoons can be used for a hidden influence on the cognitive judgment of the audience about political processes. The vectors of further analysis are outlined.

Key words: multimodal stylistic devices, metaphor, metonymy, metaphonymy, political cartoons, multimodal discourse.

Постановка проблеми. Мультимодальні метафори та метонімії викликають значний інтерес мовознавців та використовуються у семіотиці, психолінгвістиці, соціолінгвістиці, когнітивному мовознавстві, стилістиці. Мовознавці напрацювали низку підходів до розуміння метафори та довели її вплив на свідомість людини.

Дослідженням концептуальної метафори займаються такі вчені, як Л. Славова, А. Овсієнко, Д. Девідсон, Дж. Лакофф та М. Джонсон, К. Пілярчук та А. Онішко, З. Ковечеш, А. Мусолфф, Е. Семіно. Мультимодальну метафору докладно обгрунтовано в роботах Ч. Форсевіля, Е. Ель Рафае, Л. Макарук, С. Чжао, Я. Пен, Ю. Ванг; мультимодальну метонімію проаналізовано в розвідках Е. Уріос-Апарісі, Н. Ю та І. Міттельберг та Л. Во, В. Фенг, Ч. Форсевіль; метафтонімію розглянуто в працях Л. Гуссенса, П. Перес-Собріно, Ф. Руїс де Мендози.

Вперше про метафору, як художній засіб, згадував філософ Стародавньої Греції – Аристотель, який зауважував, що «метафора – це перенесення слова зі зміною значення з роду на вид або з виду на вид, або з виду в рід, або за аналогією» [1, с. 168]. Він вважав метафору невід’ємною частиною мови. На думку Ш. Балі, «метафора – це не що інше, як порівняння, у якому розум під впливом тенденції зближує абстрактне поняття й конкретний предмет, поєднує їх в одному слові» [4, р. 186]. Д. Девідсон зазначає, що «метафора – це мовна фігура, яка належить до певної речі, відображаючи в собі іншу для риторичного ефекту» [7, р. 112].

Так Т. Є. Кіс розглядав метафору як основну форму уявлення та мислення первісної людини, завдяки якій відображались ключові культурні, етнічні та семантичні особливості націй [3, с. 54]. Р. Гіббс зазначає, що «метафора – це не просто декоративний аспект мови, а фундаментальна схема, за допомогою якої люди концептуалізують світ і власні дії» [13, р. 266].

Отже, виходячи з викладеного, розуміємо метафору як одну з найуживаніших виражальних засобів (тропів), яку використовуємо як в усному, так і в писемному мовленні. Вона покликана розкрити сутність предмета або явища через помітні особливості іншого. І чим далі один від одного будуть вживатися протиставні розряди цих предметів, тим яскравішою і влучнішою буде метафора.

Мета статті – проаналізувати та описати метафори, метонімії та їх типи в сучасному англomовному політичному дискурсі. Актуальність розвідки зумовлена потребою систематичного

вивчення мультимодальних стилістичних засобів у сучасних англomовних політичних карикатурах.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній лінгвістиці існує чимало класифікацій метафор. Розглянемо деякі з них. Наприклад, П. Ньюмарк виокремлює п’ять типів метафор: мертві метафори, метафори-кліше, лексичні, інноваційні та креативні, авторські метафори [20, р. 37].

В рамках когнітивістики метафору розуміють не лише як лінгвістичний, а як ментальний факт, що концептуалізує картину світу. Особливо цікавим в цьому аспекті є підхід до метафори, запропонований в 80-х роках Марком Джонсоном та Джорджем Лакоффом у монографії «*Metaphors we live by*» [18]. Цей підхід отримав назву концептуального аналізу і завдяки цьому до лінгвістичного обігу було вперше введено термін «концептуальна метафора» [18, р. 4].

Дослідження Дж. Лакоффа та М. Джонсона присвячене дефініціюванню та ілюструванню специфіки метафори. У повній версії Третього національного словника Вебстера метафору трактують як «фігуру мови, що зазвичай позначає словом або фразою один предмет або ідею замість іншого, щоб запропонувати подібність або аналогію між ними. ... стисле порівняння, яке робить явним неявне порівняння ...» [26, р. 1420].

Розуміння метафори Дж. Лакоффом та М. Джонсоном радикально відрізняється від загальноприйнятого. Дослідники стверджують, що «сутність метафори полягає в розумінні одних речей через інші» [18, р. 5], стверджуючи, що люди говорять метафорично, оскільки вони думають, відчувають і діють метафорично [18, р. 6]. У сучасних наукових розвідках має місце така класифікація метафор:

1. **Структурні метафори** – одне поняття метафорично структуровано в термінах іншого, наприклад: **ARGUMENT IS WAR** – “*Your claims are indefensible*” [18, р. 14].

2. **Орієнтаційні метафори** – ці метафоричні поняття формують «цілу систему концептів стосовно одне одного... Більшість із них мають відношення до просторової орієнтації: вгору-вниз, всередину-назовні, спереду-назад, увімкнути-вимкнути, глибоко-мілко, центральний-периферичний», наприклад: **HAPPY IS UP; SAD IS DOWN** – “*I’m feeling up*” [18, р. 15].

3. **Онтологічні метафори** – розуміння власного досвіду в термінах об’єктів і субстанцій дозволяє виділяти частини власного досвіду і розглядати їх як «окремі сутності або субстанції однотипного типу», наприклад: **INFLATION IS**

AN ENTITY – “*Inflation is lowering our standard of living*” [18, p. 25].

4. **Персоніфікацію** розглядають як окремий випадок онтологічної метафори, тобто «бачити щось нелюдське як людину», наприклад: **INFLATION IS AN ADVERSARY** – “*Inflation has attacked the foundation of our economy*” [18, p. 33].

5. **Метонімія** – передбачає «використання однієї сутності для покликання на іншу, яка з нею пов’язана», наприклад: «*The Times hasn't arrived at the press conference yet*» (= репортер журналу «The Times») [18, p. 35].

6. **Синекдоху** вважають традиційною риторичною фігурою мови особливим типом метонімії у своїй системі. По суті – це «частина означає ціле», наприклад: **THE PART FOR THE WHOLE** – «*The automobile is clogging our highways*». (= багато автомобілів) [18, p. 36].

Отже, завдяки роботі Дж. Лакоффа і М. Джонсона, значно збільшився інтерес до вивчення метафори. Метафору сьогодні розуміють не просто як предмет мовної творчості, гарний спосіб прикрасити вірші та оживити мовлення, а як один із центральних механізмів людського пізнання.

Значну частину досліджень учені зосереджували на вербальній метафорі (*verbal metaphor*). Однак поступово лінгвісти розвинули інтерес до невербальних (*non-verbal metaphor*), тобто візуальних (*visual*) / графічних (*pictorial*) і мультимодальних (*multimodal*) проявів метафори. Мовлячи про мультимодальну метафору, слід звернути увагу на «модус». Чарльз Форсевіль ідентифікує модус як «знакову систему, яка інтерпретується через специфічний процес сприйняття» [9, p. 22]. Дослідник виділяє такі модуси: графічні знаки (*pictorial signs*), письмові знаки (*written signs*), розмовні знаки (*spoken signs*), жести (*gestures*), звуки (*sounds*), музика (*music*), запахи (*smells*), смаки (*tastes*) та дотики (*touch*) [9, p. 23]. Таким чином, мультимодальні метафори – це «метафори, ціль і джерело яких представлені винятково або переважно різними модусами» [12, p. 384], тоді як мономодальні метафори – це «метафори, ціль і джерело яких представлені виключно або переважно одним модусом» [12, p. 384].

В. Коллер стверджує, що «мультимодальна метафора – це відображення або змішування доменів (ціль та джерело) різних модусів» [15, p. 46].

Е. Ель Рафае фокусується на дослідженні метафор в політичних карикатурах. Особливість політичної карикатури полягає в тому, що вона є одним із жанрових різновидів політичного

дискурсу й опосередковується засобами масової інформації, а отже, вербальна та графічна складові утворюють одне візуальне, структурне та змістове ціле. Текст підпису в карикатурі мінімальний, що дозволяє посилити ефект візуальної складової. Комічний ефект у карикатурі безпосередньо залежить від обізнаності реципієнта з особливостями культури, в межах якої створюється карикатура, а також з подіями на світовій політичній арені [8, p. 176]. Ч. Форсевіль (2011) розрізняє графічні і мультимодальні метафори: уявімо, що ми стираємо всі словесні елементи в карикатурі, і 1) якщо візуальні елементи все ще дозволяють ідентифікувати ціль і джерело, метафору можна уважати графічною; 2) якщо ні мета, ні джерело не можуть бути ідентифіковані, тоді йтиметься виключно про мультимодальну метафору [6, p. 209].

У 1996 році Ч. Форсевіль виділив чотири типи метафор, а саме *MP1 or Contextual Metaphor* (метафори з одним графічним доменом), *MP2 or Hybrid Metaphor* (метафори з двома графічними доменами), *PS Pictorial Simile* (ілюстративне порівняння) і *VPM Verbal-Pictorial Metaphors* (вербально-графічні метафори) [10, p. 16]. У 2002 році Чарльз Форсевіль модифікував власну попередню класифікацію та розділив метафори на 5 нових типів, а саме контекстуальну метафору, гібридну метафору, ілюстративне порівняння, інтегровану метафору та вербально-графічну метафору (яку слід називати «мультимодальною метафорою») [11, p. 5]. Проаналізуємо ці типи метафор на прикладах карикатур.

1. **Гібридна метафора** (*hybrid metaphor*) – метафоричне відношення ідентичності передається візуально шляхом об’єднання мети та джерела в єдиний «неможливий» гештальт (рис. 1).

2. **Контекстуальна метафора** (*contextual metaphor*) – метафора передається за допомогою візуального контенту (контексту), який змушує глядача згадати ідентичність джерела, яке саме по собі не зображено (рис. 2).

3. **Ілюстративне порівняння** (*pictorial simile*) – ціль і джерело помітно протиставляються. Тобто представлено як ціль, так і джерело, подібність між ними створюється однією або декількома візуальними ознаками (колір, поза, розмір, текстура тощо) (рис. 3).

4. **Інтегрована метафора** (*Integrated metaphor*) – тип, вперше запропонований, Томасом Ваном Ромпеем [25, p. 3]. Мета метафори передати джерело візуально, не (частково) представляючи її через візуальний контекст [6, p. 211], (рис. 4).



Рис. 1. [27]

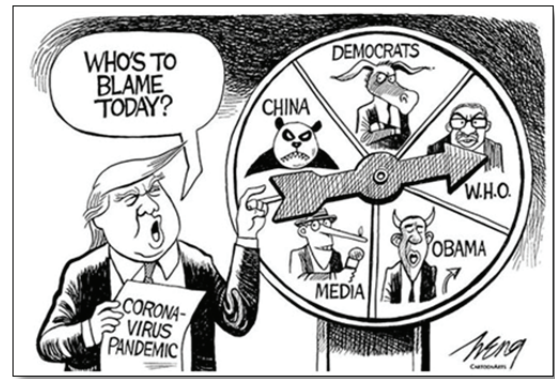


Рис. 2. [28]

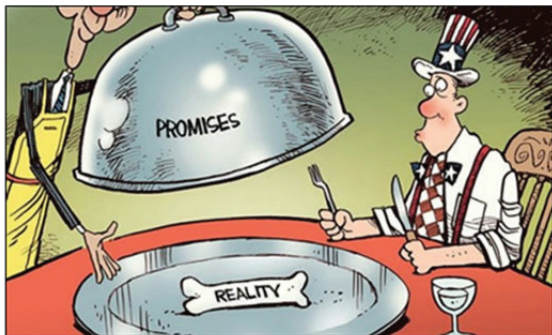


Рис. 3. [29]



Рис. 4. [30]



Рис. 5. [31]

5. **Вербально-графічна метафора** (*verbal-pictorial metaphor*) – ціль і джерело передаються у двох різних модусах й модальностях. (рис. 5).

Мультимодальні метафори слугують яскравою альтернативою офіційним новинам, забезпечуючи доступність й зрозумілість політичного дискурсу.

Політична метафора – це важливий інструмент маніпуляції суспільною свідомістю. Функція метафори полягає у передачі та масовому обміні інформацією з метою впливу на суспільство [2, с. 6].

За словами Джорджа Осборна, «чудова особливість політичної карикатури полягає в тому, що вона підсумовує поточний стан політики

в будь-який момент. Це розумно, смішно, весело, вона інформує та розважає нас. Карикатура робить усе в одному малюнку, як газета на всіх своїх сторінках» [24].

Сатиричний характер цієї форми журналістики додає їй привабливості. Поєднуючи гумор із останніми політичними новинами, карикатуристи можуть підсилити сутність повідомлень, часто зосереджуючись на смішному характері історій. Карикатури не лише виступають джерелом новин, але й можуть перетворитися на історичний запис політичного клімату. У політичному дискурсі виокремлюють такі метафоричні моделі, як «простір», «об'єкт», «подорож», «війна/мир», «персоніфікація».

Так, метафорична модель «Подорож» є однією з найбільш часто вживаних метафор у політичному дискурсі. Причина може полягати в тому, що вона фактично відображає метафору «Цілі – це призначення» [16, р. 19–20]. Політичні події зазвичай передбачають певні цілі, як-от прохання про підтримку. Таким чином, цьому типу метафори надають перевагу в політичному дискурсі. Як зазначає Ч. Форсевіль [10, р. 23], подорож – це процес, який складається з величезної кількості елементів, включаючи відправну точку, пункт призначення, транспортні засоби, партнерів, сцени, несподівані небезпеки, витрати тощо.

Таким чином, цілі політичних подій конструюються як пункти призначення в подорожі, а процеси подій відображаються в русі під час подорожі [23, р. 109].

Поруч із метафорою слід звернути увагу й на метонімію. З урахуванням концептуальної лінгвістики метафору та метонімію можна трактувати як концептуальні відображення (тобто ряд відповідностей між окремими доменами), які відрізняються природою залученого домену: у метафорі ми знаходимо два різні домени, тоді як у метонімії існує концептуальне відображення домен – субдомен.

З. Ковочеш та Г. Редден трактують метонімію як «когнітивний процес, при якому одна концептуальна сутність забезпечує ментальний доступ до другої концептуальної сутності в межах певного домену, або ідеалізованої когнітивної моделі» [17, р. 39].

Як зазначає З. Ковочеш, деякі метонімії базуються на організації домену «частина – ціле», тоді як інші включають зв'язки «частина для частини», тобто один субдомен у межах домену означає інший субдомен у межах того самого домену [17, р. 40].

Ф. Руїс де Мендоза та Дж. Отал розрізняють два типи метонімії: 1) метонімії «джерело в цілі», у яких джерело є субдоменом цілі. Наприклад: *The flute feels sick today*, «флейта» є абдоменом для «музикант, який грає на флейті». Цей вид метонімії передбачає розширення домену; 2) метонімії «ціль у джерелі», у яких ціль є субдоменом джерела. Наприклад: *The Velazquez is in the hall*, де під «Веласкес» ми маємо на увазі «одну з його картин», яка є субдоменом наших знань про цього художника [22, р. 109].

Таким чином, метонімія – близький до метафори стилістичний засіб з допомогою якого, одне слово вживається замість іншого на основі їх суміжності (близькості). Метонімія побудована на зв'язках між автором та твором, матеріалом і предметом, виконавцем і дією тощо.

Такі вчені як Ф. Руїс де Мендоза, Г. Радден, А. Барселона, Дж. Отал, Е. Уріос-Апарісі, Н. Ю. та І. Міттельберг та Л. Во досліджували концептуальну взаємодію між метафорою та метонімією. Л. Гуссенс у своїх працях використовує термін «метафтонімія» для позначення двох процесів взаємодії метафори та метонімії: метафори похідної від метонімії та навпаки. Своєю чергою, Л. Гуссенс виділяє три способи взаємодії метафори та метонімії: 1) метафора похідна від метонімії, тобто метафора ґрунтується на метонімічному відображенні; 2) метонімія, що містить

метафору; 3) метафора, що містить метонімію [14, р. 352].

Так, П. Перес-Собріно розглядає мультимодальну метафтонімію як «інтеграцію метонімії у домен джерела або цілі метафори ..., у процесі якого відбувається зміна семіотичного модусу» [21, р. 125].

А. Барселона стверджує, що в основі будь-якої метафори закладено метонімічні зв'язки [5, р. 36].

Так, І. Негро Елуск підкреслює важливу роль метонімії саме в політичних карикатурах. Серед її висновків є те, що «частина цілої метонімії, здається, забезпечує основу для численних метафор» і, що «цілі і джерело метафор представлені переважно у візуальному та вербальному аспектах, тоді як метонімії кодуються візуально» [19, р. 78].

Розглянемо взаємозв'язок між мультимодальною метафорою та мультимодальною метонімією на прикладі політичних карикатур.

На рис. 6 візуальні образи двох кулаків використовують для концептуалізації подій, пов'язаних із торговою війною між США та КНР. В цьому прикладі спостерігаємо метафтонімію, яка складається з: візуального компоненту (метонімія «кулаки спрямовані один на одного»: кулак є традиційним символом сили та протистояння; метафора «холодна війна між країнами у вигляді крижинок, снігу та зброї», що підкреслює напруженість та небезпеку торгової війни між США та Китаєм), та концептуального компоненту (розміри кулаків та їхня сила підкреслюють протистояння, могутність двох супердержав). Кулаки є вихідним доменом, що репрезентує мультимодальну метафору війни в торговельному протистоянні між Китаєм та США. На обох руках нанесено національні прапори країн, які завдяки метонімії символізують нації та держави.

На рис. 7 спостерігаємо метафтонімію, яка складається з трьох компонентів. Візуальний компонент включає метонімії, такі як «лідер США у вигляді фермера» та «червоний дракон з жовтими обрисами у вигляді Великої Китайської



Рис. 6. [32]



Рис. 7. [33]



Рис. 8. [34]

стіни». На карикатурі Д. Трамп зображений у вигляді фермера. Цей образ є метонімічним, оскільки він представляє всю країну та її інтереси. У ролі національного лідера США, Трамп відповідальний за її економічний розвиток, тому образ фермера є доречним у цій карикатурі. Більше того, натрапляємо на зображення дракона, який метонімічно уособлює Китай.

Вербальний компонент містить напис на драконі «Торгова війна з Китаєм», що допомагає зрозуміти тему карикатури.

Концептуальний компонент проявляється у безперспективному осідланні дракону. Д. Трамп сидить на драконі, але не може його контролювати. Тому цей факт сигналізує про невпевненість.

На рис. 8 візуальний модус метафтонімії представлений зображенням Д. Трампа, яке відтворює прототип стіни у вигляді його волосся. Трамп у темному костюмі та червоній краватці, з піднятим вказівним пальцем, ніби закликає до дій. Метафтонімія дозволяє сприйняти Трампа як захисника американців від нелегальної міграції. Метафтонімія – це взаємозв'язок між метафорою та метонімією, де метонімія СТІНА, що захищає США від мігрантів замість ТРАМПА; метафора – волосся Д. Трампа, що слугує стіною. Також на карикатурі присутній напис «MEXICO», що актуалізує візуальний метонімічний ланцюг: МЕ – зеленого кольору,

ХІ – білого, СО – червоного замість ПРАПОРА МЕКСИКИ.

Висновки. Отже зауважимо, що наведені приклади карикатур слугують відображенням мультимодальної метафори та метонімії, які використовуються в політичному дискурсі для передачі інформації та віддзеркалюють ставлення до політичних подій. Таким чином, мультимодальна метафора та мультимодальна метонімія можуть слугувати потужним джерелом передачі потенційних намірів та ідеології в масмедіа; це також може бути корисним інструментом для читачів, щоб зрозуміти складні політичні справи за допомогою спільного досвіду та соціального походження. Тому можемо зробити висновок, що політичні карикатури достатньо метафоричні, наповнені великою кількістю виражальних засобів, які з легкістю сприймаються як візуально, так і вербально. Ці карикатури, створені завдяки низці образів, що уособлюють провідних керівників країн та прототипи національних атрибутів. Установлено, що вони ефективно впливають на сприйняття реципієнтів, створюючи просторовий та концептуальний контекст для аналізу та обговорення політичних подій.

Перспективними є подальші дослідження, спрямовані на аналіз мультимодальних карикатур, зокрема кореляції візуальних та вербальних компонентів, які є їх ключовими конститuentами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Античні поетики. Арістотель. Поетика. Псевдо-Лонгін. Про високе. Гораций. Про поетичне мистецтво / Упоряд. М. Борецький, В. Зварич. – Київ : Грамота, 2007. С. 168.
2. Горіна О. В. Когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу республіканців : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2008. 23 с.
3. Кіс Т. Є. Формування метафоричної парадигми у процесі еволюції базової метафори. *Мовознавство*. 2000. № 4–5. С. 52–60.
4. Bally Ch. *The Figurative Language*. 1st vol., 2nd edition. Paris : Librairie c. Klincksieck, 11, Rue De Lille, 1909. P. 184–202.

5. Barcelona A. *Metaphor and Metonymy at the Crossroads : A Cognitive Perspective*. Berlin / New York : Mouton de Gruyter, 2003. P. 31–58.
6. Bounegru L. and Forceville C. Metaphors in Editorial Cartoons Representing the Global Financial Crisis. *Visual Communication*. 2011. P. 209–229. URL: <https://doi.org/10.1177/1470357211398446>.
7. Davidson D. What Metaphors Mean. Reprinted in *Inquiries Into Truth and Interpretation / D. Davidson*. Oxford : Oxford University Press, 2012. P. 111–115.
8. El Rafaie E. Metaphor in political cartoons: Exploring audience responses // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 172–196.
9. Forceville C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitive framework: agendas for research // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 19–42.
10. Forceville C. *Pictorial metaphor in advertising*. London : Routledge, 1996. 233 p.
11. Forceville, C. The Identification of Target and Source in Pictorial Metaphors. *Journal of Pragmatics*. 2002. P. 1–14. URL: [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(01\)00007-8](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(01)00007-8)
12. Forceville C. The role of non-verbal sound and music in multimodal metaphor // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 383–400.
13. Gibbs R. Jr. The allegorical character of political metaphors in discourse // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5, Iss. 2. P. 264–282.
14. Goossens L. Metaphonymy: The interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action. // *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast/ ed. by Rene Dirven, Ralf Pörings*. Berlin / N.Y. : Mouton de Gruyter, 2002. P. 349–377.
15. Koller V. Brand images: Multimodal metaphor in corporate branding messages. In ed. C. Forceville & E. Urios-Aparisi, 2009. P. 45–71.
16. Koller V., Semino E. Metaphor, politics and gender: A case study from Germany. / In K. Ahrens (Ed.), *Politics, gender and conceptual metaphors* Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2009. P. 9–35.
17. Kövecses Z., Radden G. Metonymy: Developing a Cognitive Linguistic View // *Cognitive Linguistics*. 1998. Vol. 9, Iss. 1. P. 37–77.
18. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 p.
19. Negro Alousque I. Pictorial and verbo-pictorial metaphor in political cartooning. In: *Circle of Applied Linguistics to Communication*. 2014. P. 59–84.
20. Newmark P. *Approaches to Translation*. New-York : Prentice Hall. 1988. 200 p.
21. Pérez-Sobrino P. Multimodal metaphor and metonymy in advertising. Amsterdam : John Benjamins, 2017. 232 p.
22. Ruiz de Mendoza F. J., Otal J. L. *Metonymy, Grammar and Communication*. Granada : Comares, 2002. P. 109–132.
23. Semino E. *Metaphor in discourse*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. 247 p.
24. The importance of political cartoons. URL: <https://www.ellwoodatfield.com/event/the-importance-of-political-cartoons/> (дата звернення 15.08.2023)
25. Van Rompay Th. *Expressions: Embodiment in the Experience of Design*. Delft University of Technology, Netherlands, 2005. 185 p.
26. Webster Third International Dictionary of the English Language. Merriam-Webster, Inc., 1993. 2662 p.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

27. The Washington Times. URL: <https://www.washingtontimes.com/cartoons/obama-presidency/cdc-said-we-can-take-our-masks/> (дата звернення: 16.08.2023).
28. Political Economy View. URL: <https://marioedelcid.com/we-are-all-americans/> (дата звернення: 16.08.2023).
29. Savannah Morning News. URL: <https://www.savannahnow.com/story/opinion/2013/12/02/editorial-cartoon-promises-promises-and-reality/13487377007/> (дата звернення: 16.08.2023).
30. The Week. URL: <https://theweek.com/cartoons/426895/political-cartoon-campaign-finance-election> (дата звернення: 16.08.2023).
31. China Daily. URL: <https://global.chinadaily.com.cn/a/202008/25/WS5f4454e2a310736c2dea4a9c.html> (дата звернення: 16.09.2023).
32. Financial Times. URL: <https://www.ft.com/content/9317cc0e-7664-11e9-be7d-6d846537acab> (дата звернення: 16.08.2023).
33. The Sun. URL: <https://www.sbsun.com/2018/04/08/trump-off-target-in-trade-war-political-cartoons/> (дата звернення: 16.08.2023).
34. Word Press. URL: <https://ramblertimes.wordpress.com/2016/01/12/political-cartoon-4/> (дата звернення: 16.08.2023).