

УДК 811.111+659.1

DOI <https://doi.org/10.32782/2412-933X/2025-XXIII-8>

АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНОЇ МЕТАФОРИ У РАКУРСІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРИНЦИПАМ ОПТИМАЛЬНОСТІ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ

Жихарєва Олена

доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри мовної підготовки
Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури;
професор кафедри романо-германських мов
Національна академія Служби безпеки України
ORCID ID: 0000-0002-1054-3725

Ставцева Вікторія

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов
Навчально-наукового інституту міжнародних відносин
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ORCID ID: 0000-0002-0034-4757

У статті здійснено аналіз візуальної метафори з акцентом на відповідності концептуальної обробки принципам оптимальності, запропонованим Ж. Фоконьє і М. Тернером. Критерії оптимальності концептуальної мережі виявлені на етапах композиції, завершення і розробки бленду. Визначено, що за типом концептуальної мережі візуальна метафора належить до одноманітної мережі, з домінуванням одного вхідного простору, елементи якого спроектовані на структуру вхідних даних іншого: домен «Планета Земля» описується через елементи і зв'язки домену «Мішок для сміття».

Дослідження засвідчує, що проаналізована візуальна метафора підпорядковується оптимізаційним принципам, котрі підтримують когнітивну інтеграцію. Структурні відповідності між вихідними та цільовими доменами вибудовуються відповідно до топологічного принципу зі збереженням у всій концептуальній мережі реляційної структури – концептуальної та візуальної аналогії між глобусом – планетою Земля – та мішком як контейнером для відходів. Когнітивна обробка візуальної метафори використовує метонімічне стиснення для спрощення когнітивної обробки і надання глядачеві більш насиченого сенсу без необхідності роз'яснення ідеї численними візуальними деталями. Стиск передбачає метонімічне ототожнення планети з глобусом, мішка з його вмістом, а також заміну сміттєвим мішком (частинною) всього спектра екологічних забруднень (цілого).

Відповідно до принципу релевантності у бленд включаються лише елементи, що є суттєвими для досягнення емерджентних властивостей метафори, включаючи ті значення, що відсутні у вхідних просторах, але є релевантними для цілей інтеграції, як-то: втрата людством контролю за своїм сміттям, використання планети як одноразового контейнера, глобальність забруднення. Завдяки візуальній метафорі глядач-інтерпретатор може оперувати цілісним образом планети Земля як сміттєвого контейнера, що відповідає принципу інтеграції. З відображень у бленді очевидно, з яких вхідних просторів вони походять, що відповідає принципу розпаковки. Суміш зберігає складну мережу взаємозв'язків і відносин, присутніх у вхідних просторах, що відповідає принципу мережі.

Перспективою подальших досліджень є аналіз візуальних метафор на основі інтеграції методів концептуального та візуального блендингу.

***Ключові слова:** концептуальна інтеграція, принципи оптимальності, візуальна метафора, топологія, релевантність, мережа, метонімічне стиснення.*

Zhykharieva Olena

Doctor of Philological Sciences, Professor,
Professor at the Department of Language Training
National Academy of Fine Arts and Architecture;
Professor at the Department of Romanic and Germanic Languages
National Academy of the Security Service of Ukraine

Stavtseva Viktoriia

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages
Educational and Scientific Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ANALYSIS OF VISUAL METAPHOR: THE PERSPECTIVE OF CONFORMITY TO THE PRINCIPLES OF OPTIMALITY OF THE CONCEPTUAL NETWORK

The article analyzes a visual metaphor with a focus on the correspondence of conceptual processing to the optimality principles proposed by Fauconnier and Turner. The criteria of optimality in the conceptual network are identified at the stages of composition, completion, and elaboration of the blend. It is determined that the visual metaphor, by the type of conceptual network, belongs to a Single-Scope network, with the dominance of one input space, the elements of which are projected onto the structure of the input data from the other input space: the domain of Planet Earth is described through the elements and connections of the domain of a Garbage Bag.

The study shows that the analyzed visual metaphor adheres to optimization principles that support cognitive integration. Structural correspondences between the source and target domains are built according to the topological principle, maintaining the relational structure throughout the conceptual network – the conceptual and visual analogy between the globe-Planet Earth and the garbage bag as container for waste. Conceptual integration relies on metonymic compression to simplify cognitive processing and provide the viewer with a more enriched meaning without the need to explain the idea through numerous visual details. The compression involves the metonymic identification of the Planet with the globe, the garbage bag with its contents, and the substitution of the garbage bag (part) for the entire spectrum of ecological pollution (whole).

In accordance with the principle of relevance, only elements essential for achieving emergent properties are involved in the blend, including those meanings that are absent in the input spaces but are relevant for the purposes of integration, such as humanity's loss of control over its waste, the use of the planet as a disposable container, and the global nature of pollution. Thanks to the visual metaphor, the viewer-interpreter can operate with a holistic image of Planet Earth as a garbage container, which satisfies the integration principle. It is evident from the projections in the blend from which input spaces they originate, corresponding to the unpacking principle. The blend retains a complex network of interconnections and relationships present in the input spaces, adhering to the network principle.

Future research prospects include the analysis of visual metaphors based on the integration of conceptual and visual blending methods.

***Key words:** conceptual integration, optimality principles, visual metaphor, topology, relevance, network, metonymic compression.*

Постановка проблеми. Теорія концептуальної інтеграції, започаткована Ж. Фоконьє і М. Тернером [4–9], наголошує на тому, що блендинг постає як «динамічний розвиток» унікальних проєкційних зображень індивіда, «динамічна когнітивна робота онлайн» [5, с. 368]. Такий підхід частково відрізняється від теорії концептуальних метафор [17; 18], що має справу зі стабільними структурами знань, представленими в довгостроковій пам'яті. Водночас динамічний характер моделі концептуального змішування не означає, що вона позбавлена аспекту конвенційності [9, с. 113–129], що стосується не лише абстрактних елементів загального простору у вигляді фреймів, схем, ролей тощо, але й певних конвенційних обмежень на процеси концептуального змішування.

Такий набір взаємопов'язаних обмежень отримав назву критеріїв або принципів оптимальності концептуальних мереж [5; 8; 11], що пояснюють закономірності процесу блендингу. Проблема принципів оптимальності залишається однією з найменш досліджених і дискусійних в аспекті їх практичного застосування в моделі аналізу, базованій на теорії концептуальної інтеграції. Критерії оптимальності аналізуються в нечисленних працях з аналізу вербальних метафор, але не застосовувались, наскільки нам відомо, у дослідженні візуальних метафор. Ми маємо на меті заповнити цю прогалину, проаналізувавши візуальну метафору в аспекті критеріїв оптимальності, що зумовлює новизну й актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мережа концептуальної інтеграції включає набір ментальних просторів, у яких розгортаються процеси концептуального змішування [4–9]. Когнітивна обробка метафор залучає два або більше вхідних простори, які містять: структуру елементів для інтеграції; загальний простір як своєрідний шаблон, що допомагає зв'язувати елементи з вхідних просторів та включає спільні для них абстрактні структури; змішаний простір, який містить вибрані аспекти структури з кожного вхідного простору, співвіднесені у мапуваннях, але також включає унікальні значення, яких не було у вхідних доменах.

Спроектвані елементи поєднуються в змішаному просторі на основі певних концептуальних процесів [5, с. 47–48], що включають: композицію – початковий етап формування змішаного простору і створення нової концептуальної структури; завершення – процес додавання відсутніх елементів або структур до змішаного простору на основі попереднього досвіду чи знань; розробку або елаборацію бленду, що здійснюється через деталізацію – додавання деталей до змішаного простору для більш повного значення; розширення — застосування суміші до нових контекстів; проєкцію — використання елементів змішаного простору в інших концептуальних галузях; побудову сценарію тощо.

Науковці виділяють чотири типи змішувань або мереж зростаючої складності: однодоменну мережу (Simple Network), дзеркальну мережу (Mirror Network), одноманітну мережу (Single-Scope Network) та подвійну мережу (Double-Scope Network). З огляду на те, що візуальна метафора, обрана для аналізу у цій статті, є за типом своєї концептуальної інтеграції одноманітною мережею, стисло звернемося до визначення цього типу у працях з теорії концептуальної інтеграції. Така мережа представляє тип концептуального зв'язку, де домінує один вхідний простір, встановлюючи основну структуру для інтеграції, тоді як інший простір містить елементи для заповнення цієї структури [5, с. 126–131; 20, с. 431–433].

У ракурсі моделі концептуальної інтеграції візуальна метафора аналізувалася в нечисленних вітчизняних [1; 12–15; 22] і зарубіжних [2; 3; 10; 16; 19–21] працях. Натомість візуальна метафора у ракурсі принципів оптимальності концептуальної мережі залишається недослідженою у сучасних когнітивних студіях, що зумовлює наукову актуальність і певну новизну цього дослідження.

Серед основних критеріїв оптимальності Ж. Фоконьє та М. Тернер [5; 8] визначають принципи топології, інтеграції, мережі, метонімічного стиснення, релевантності, розпаковки. Розглянемо кожний з наведених принципів більш докладно.

Відповідно до принципу топології зв'язки між елементами у вхідних просторах повинні залишатися зрозумілими та логічними у змішаному просторі. Тобто відображення створюються та підтримуються таким чином, що зберігається реляційна структура в усій концептуальній мережі. Отже, такий критерій оптимальності можна ще назвати принципом збереження структурних зв'язків, що корелює з принципом інваріантності Дж. Лакоффа у теорії концептуальної метафори [18, с. 39–74].

Згідно з критерієм інтеграції простір бленду має формувати жорстко інтегроване середовище, мапування в змішаному просторі мають утворювати єдину ментальну сцену, якою можна маніпулювати як єдиним цілим.

Відповідно до принципу мережі усі елементи та зв'язки, спроектовані з різних вхідних просторів у простір змішування, мають бути послідовними та сумісними. Якщо елементи X і Y з двох різних просторів пов'язані з елементом Z у змішаному просторі, ці зв'язки мають зберігатися і створювати узгоджене значення.

Принцип розпаковки полягає у можливості реконструювання вхідних просторів і структур загального (генеричного) простору на основі бленду. З елементів та зв'язків у змішаному просторі має бути очевидним, з яких вхідних просторів вони походять. Якщо змішаний простір містить елементи X, Y і Z, має бути зрозуміло, що X і Y походять з одного простору, а Z з іншого, а також те, як вони були об'єднані у змішаному просторі. Критерій розпаковки вимагає використання концептуальних метафор, таких як зв'язок між баченням і знанням, і конвенційних метонімічних відображень, таких як «частина для цілого», «контейнер для вмісту» тощо.

Відповідно до принципу релевантності тільки ті елементи і структури, які є суттєвими для досягнення цілей інтеграції, повинні бути включені в бленд. Елементи, що не сприяють когнітивному або концептуальному завданню, зазвичай виключаються або залишаються на периферії процесу інтеграції. Натомість будь-який концептуально суттєвий елемент, який з'являється у просторі змішування, навіть якщо він був відсутній у структурі вхідних просторів, отримує значення у бленді.

Згідно з критерієм метонімічної компресії Ж. Фоконьє та М. Тернер [7, с. 85], або метонімічної проєкції, під час відображення у бленді елементи з одного вихідного простору можуть метонімічно об'єднуватися з іншими елементами. При цьому виникає необхідність компресії метонімічної відстані між елементами. Водночас компресія не виключає відносин декомпресії. Іншими словами, метонімічно «стискаються» ті елементи, що є дифузними, і «декомпресуються» ті елементи і зв'язки, що є «стислими» або «конденсованими» [5, с. 119].

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в аналізі візуальної метафори в ракурсі її відповідності принципам оптимальності концептуальної мережі. Завданнями статті є визначення аналізованої метафори за типом концептуальної мережі; аналіз відображень між вхідними просторами і у бленді на етапах його композиції, завершення і розробки; виявлення принципів оптимальності, яким відповідає концептуальна обробка метафори на цих етапах.

Матеріал і методи дослідження. Дослідження здійснено на матеріалі екологічної візуальної метафори, що є у відкритому доступі в інтернет-ресурсах. Провідним методом дослідження є модель аналізу, що ґрунтується на теорії концептуального блендингу, у поєднанні з контекстуально-інтерпретаційним методом.

Виклад основного матеріалу. Проаналізуємо візуальну метафору з огляду на визначені принципи оптимальності інтеграційних мереж (рис. 1).



Рис. 1. Globe – Garbage bag

(Джерело: <https://www.pinterest.com/pin/7740630597643270/>)

За типом концептуальної інтеграції метафора належить до одноманітної мережі (Single-Scope Network), оскільки один із її вхідних просторів надає фрейм, який домінує над структурою другого, тобто домен 1 – *Планета Земля* – описується через терміни домену 2 – *Мішок для сміття*, елементи якого спроектовані на структуру вхідних даних першого вхідного простору.

Проекціям у бленд передують концептуальне стиснення зв'язку між об'єктами: глобус метонімічно компресується у планету, мішок для сміття (частина) заміщує всі можливі екологічні забруднення (ціле). Метонімічне стиснення активує концептуальну метафору *Shapes Are Containers* як елемент структури спільного (генеричного) простору. Базуючись на схемі контейнера і відношеннях декомпресії на основі встановлення причинно-наслідкового зв'язку – якщо Земля заповнена сміттям, вона стає сміттєвим контейнером – у бленд проєктується таке мапування: планета Земля є контейнером для відходів. Таке відображення підтримується візуалізацією двох доменів, подібних поміж собою за сферичною формою.

Наступні проєкції у простір змішування візуально кодуються об'ємом мішка, який повністю заповнює *глобус – земну кулю*, і його чорним кольором. Об'єм і колір візуалізованого домену *Сміттєвий мішок* задають структуру для інтеграції, заповнюючи структуру фрейму *Планета Земля* відображеннями «глобальність» та «ступінь забруднення». При цьому можуть залучатися фонові знання про чорний колір (мішка для сміття), що зазвичай вказує на щільність забруднення на екологічних картах.

На етапі завершення концептуальної інтеграції встановлюються метонімічні відношення між чорним кольором і символізованим злом – як зв'язок чорного кольору зі смертю. Такий зв'язок відображається на вхідному просторі *Планета Земля* і розпаковується у бленді як причинно-наслідкове відношення між чорним кольором і загрозою життю планети, загибеллю всього живого. Завершення інтеграції залучає додаткові елементи не лише з домінантного домену, але й з домену *Планета Земля* завдяки візуалізації земної кулі як закритої системи-контейнера (Земля не має зовнішнього «виходу» для відходів). Внаслідок цього у суміші відображається додаткове значення «безнадійність», засноване на встановленні відповідності між переповненим мішком, який більше не може вміщувати відходи, і втратою людством контролю над своїм сміттям.

Етап подальшої розробки або «елаборації» бленду може бути пов'язаний з відображенням додаткового елемента з вхідного простору *Мішок для сміття*, такого як тимчасове сховище, яке пізніше утилізується. Мапування цього елемента в суміші створює нове

значення – використання Землі як одноразового об'єкта без урахування довгострокових наслідків. Іншим елементом доміантного вхідного простору, що сприяє розробці бленда, може бути концепт місцевого використання мішка для сміття, як правило, у домогосподарстві. Цей елемент поєднує два аспекти: локальні проблеми відходів, що впливають на глобальний рівень, і питання відходів як індивідуальної відповідальності кожного.

Нарешті, розробка суміші містить директивний заклик до спільних зусиль як на глобальному, так і на індивідуальному рівні для вирішення проблеми забруднення Землі.

Отже, відносини всередині концептуальної мережі побудовані з дотриманням принципу інтеграції, створюючи цілісний образ планети Земля як сміттьєвого контейнера. У бленді зберігаються зв'язки між елементами вхідних просторів, що відповідає принципу типології та забезпечує узгодженість в інтегрованій суміші. Такими зв'язками є функціональна аналогія між глобусом – планетою Земля – та мішком як контейнером для відходів, що підтримується візуалізацією обох доменів і вирівнює відношення між входами.

Принцип метонімічного стиснення виявляється у метонімічній заміні глобуса на планету, мішка для сміття на його вміст, а вмісту мішка на різноманітні екологічні забруднення. Суміш зберігає складну мережу взаємозв'язків і відносин, присутніх у вхідних просторах, що відповідає принципу мережі: Земля – мішок для сміття; глобус/Земля – контейнер для всіх видів забруднень-відходів; глобальність забруднення – повний пакет, що наповнює земну кулю; втрата контролю над екологічною ситуацією – переповнений мішок, який вже не може вмістити відходи; руйнування екосистем – процеси розкладання в мішку для сміття.

Концептуальна мережа відповідає принципу релевантності. По-перше, суміш виділяє і підтримує причинно-наслідковий зв'язок між викиданням сміття і погіршенням стану планети як найсуттєвіший для досягнення цілей інтеграції. По-друге, у бленді отримують значення елементи, що відсутні у структурі вхідних просторів, але є релевантними для досягнення емерджентного сенсу метафори, як-то: підхід до використання планети як до одноразового приймача антропогенних відходів без урахування довгострокових наслідків, персональна відповідальність кожного, втрата людством контролю над своїм сміттям.

Висновки. Дослідження показало, що візуальні метафори підпорядковуються оптимізаційним принципам, котрі підтримують когнітивну інтеграцію. Структурні відповідності між вихідними та цільовими доменами вибудовуються відповідно до топологічного принципу зі збереженням у всій концептуальній мережі реляційної структури – концептуальної та візуальної аналогії між глобусом – планетою Земля – та мішком як контейнером для відходів. Когнітивна обробка візуальної метафори використовує метонімічне стиснення для спрощення когнітивної обробки і надання глядачеві більш насиченого сенсу без необхідності роз'яснення ідеї численними візуальними деталями. Стиск передбачає метонімічне отождошення планети з глобусом, мішка з його вмістом, а також заміну сміттєвим мішком (частиною) всього спектра екологічних забруднень (цілого).

Відповідно до принципу релевантності інформація з двох доменів комбінується із включенням до бленду елементів та структур, які сприяють досягненню емерджентних властивостей, включаючи ті значення, що відсутні у вхідних просторах, але є релевантними для цілей інтеграції, як-то: втрата людством контролю за своїм сміттям, використання планети як одноразового контейнера, глобальність забруднення. Завдяки візуальній метафорі глядач-інтерпретатор може оперувати цілісним образом планети Земля як сміттьєвого контейнера, що відповідає принципу інтеграції. З відображень у бленді очевидно, з яких вхідних просторів вони походять, що відповідає принципу розпаковки. Суміш зберігає складну мережу взаємозв'язків і відносин, присутніх у вхідних просторах, що відповідає принципу мережі.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі візуальних метафор на основі інтеграції методів концептуального і візуального блендингу.

Література:

1. Кравченко Н.К., Жихарєва О.О. Візуальна реклама у рекламному дискурсі: до проблеми інтеракції підходів концептуального блендингу, візуальної граматики і теорії релевантності. *Philological education and science: transformation and modern development vectors*: Scientific monograph. Riga, Latvia: "Baltija Publishing". 2023. С. 238–258.
2. Bünzli F., Dillard J.P. The persuasive effects of verbal anchoring and visual complexity. *Journal of Visual Literacy*. 2022. Vol. 41 (1). P. 46–64.
3. El Refaie E. Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons. *Visual Communication*. 2003. Vol. 2 (1). P. 75–95.
4. Fauconnier G., Turner M. Mental spaces: conceptual integration networks. In Dirk Geeraerts (ed.). *Cognitive linguistics: basic readings*. Berlin, New York : Mouton de Gruyter. 2006. 371 p.
5. Fauconnier G., Turner M. *The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York : Basic Books. 2002. 464 p.
6. Fauconnier G., Turner M. Compression and global insight. *Cognitive linguistics*. 2000. Vol. 11 (3/4). P. 283–304.
7. Fauconnier G., Turner M. Metonymy and Conceptual Integration. In Klaus-Uwe Panther and Günter Radden (eds.). *Metonymy in Language and Thought*. Amsterdam: John Benjamins. 1999. P. 77–90.
8. Fauconnier G., Turner M. Conceptual integration networks. *Cognitive Science*. 1998. Vol. 22 (2). P. 133–187.
9. Fauconnier G., Turner M. Blending as a Central Process of Grammar. In A. Goldberg (ed.). *Conceptual Structure, Discourse, and Language*. Stanford: Center for the Study of Language and Information. 1996. P. 113–129.
10. Jeong S. Visual metaphor in advertising: Is the persuasive effect to visual argumentation or metaphorical rhetoric? *Journal of Marketing Communications*. 2008. Vol. 14 (1). P. 59–73.
11. Joy A., Sherry Jr. J.F., Deschenes J. Conceptual blending in advertising. *Journal of business research*. 2009. Vol. 62 (1). P. 39–49.
12. Visual metaphor analysis: a relevance theory approach / N. Kravchenko, M. Prokopchuk, O. Muntian, M. Zvereva, A. Kozachuk. *Amazonia Investiga*. 2024. Vol. 13 (80). P. 233–241.
13. Kravchenko N., Shanaieva-Tsymbal L. Multimodal Ukrainian Brand Narrative: Semiotics, Structure, Archetypes. *Bulletin of Alfred Nobel University. Series "Philological Sciences"*. 2024. Vol. 2 (26/2). P. 27–44.
14. Kravchenko N., Yudenko O. Multimodal Advertising: Semiotic and Cognitive-Pragmatic Aspects. *International Journal of Philology*. 2023. Vol. 14 (4). P. 6–15.
15. Kravchenko N., Yudenko O. Visual metaphor in commercial ad: effectiveness or failure? *Cognition, Communication, Discourse*. 2021. Vol. 23. P. 62–71.
16. Lagerwerf L., Van Mulken M., Lagerwerf J.B. Conceptual similarity and visual metaphor: Effects on viewing times, appreciation, and recall. *Frontiers in Communication*. 2023. Vol. 8. P. 1–13.
17. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : Chicago University Press. 1980. 193 p.
18. Lakoff G. The Invariance Hypothesis: Is Abstract Reason Based on Image Schemas? *Cognitive Linguistics*. 1990. Vol. 1. P. 39–74.
19. McElhanon K.A. From Simple Metaphors to Conceptual Blending: The Mapping of Analogical Concepts and the Praxis of Translation. *Journal of Translation*. 2006. Vol. 2 (1). P. 31–81.
20. Oakley T., Pascual E. Conceptual Blending Theory. In B. Dancygier (ed.). *The Cambridge Handbook of Cognitive Linguistics*. Cambridge : Cambridge University Press. 2017. P. 423–448.
21. Serig D. A Conceptual Structure of Visual Metaphor. *Studies in Art Education*. 2006. Vol. 47 (3). P. 229–247.
22. Yemets N. Visual metaphors in advertising: A cognitive pragmatic interface. *International Journal of Philology*. 2024. Vol. 28 (2). P. 24–31.

References:

1. Kravchenko, N.K., Zhykharieva, O.O. (2023). Vizualna reklama u reklamnomu dyskursi: do problemy interaktsii pidkhodiv kontseptualnoho blendingu, vizualnoi hramatyky i teorii relevantnosti [Visual metaphor in advertising discourse: the problem of interaction of the approaches of conceptual blending, visual

grammar and the theory of relevance]. *Philological education and science: transformation and modern development vectors: Scientific monograph*. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 238–258. [In Ukrainian].

2. Bünzli, F., Dillard, J. P. (2022). The persuasive effects of verbal anchoring and visual complexity. *Journal of Visual Literacy*, 41(1), 46–64. [In English].

3. El Refaie, E. (2003). Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons. *Visual Communication*, 2(1), 75–95. [In English].

4. Fauconnier, G., Turner, M. (2006). Mental spaces: conceptual integration networks. In Dirk Geeraerts (ed.). *Cognitive linguistics: basic readings*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. [In English].

5. Fauconnier, G., Turner, M. (2002). *The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books. [In English].

6. Fauconnier, G., Turner, M. (2000). Compression and global insight. *Cognitive linguistics*, 11 (3/4), 283–304. [In English].

7. Fauconnier, G., Turner, M. (1999). Metonymy and Conceptual Integration. In Klaus-Uwe Panther and Günter Radden (eds.). *Metonymy in Language and Thought*. Amsterdam: John Benjamins, 77–90. [In English].

8. Fauconnier, G., Turner, M. (1998). Conceptual integration networks. *Cognitive Science*, 22 (2), 133–187. [In English].

9. Fauconnier, G., Turner, M. (1996). Blending as a Central Process of Grammar. In A. Goldberg (ed.). *Conceptual Structure, Discourse, and Language*. Stanford: Center for the Study of Language and Information, 113–129. [In English].

10. Jeong, S. (2008). Visual metaphor in advertising: Is the persuasive effect to visual argumentation or metaphorical rhetoric? *Journal of Marketing Communications*, 14 (1), 59–73. [In English].

11. Joy, A., Sherry, Jr. J. F., Deschenes, J. (2009). Conceptual blending in advertising. *Journal of business research*, 62 (1), 39–49. [In English].

12. Kravchenko, N., Prokopchuk, M., Muntian, O., Zvereva, M., & Kozachuk, A. (2024). Visual metaphor analysis: a relevance theory approach. *Amazonia Investiga*, 13 (80), 233–241. [In English].

13. Kravchenko, N., Shanaieva-Tsymbal, L. (2024). Multimodal Ukrainian Brand Narrative: Semiotics, Structure, Archetypes. *Bulletin of Alfred Nobel University. Series "Philological Sciences"*, 2 (26/2), 27–44. [In English].

14. Kravchenko, N., Yudenko, O. (2023). Multimodal Advertising: Semiotic and Cognitive-Pragmatic Aspects. *International Journal of Philology*, 14 (4), 6–15. [In English].

15. Kravchenko, N., Yudenko, O. (2021). Visual metaphor in commercial ad: effectiveness or failure? *Cognition, Communication, Discourse*, 23, 62–71. [In English].

16. Lagerwerf, L., Van Mulken, M., Lagerwerf, J. B. (2023). Conceptual similarity and visual metaphor: Effects on viewing times, appreciation, and recall. *Frontiers in Communication*, 8, 1–13. [In English].

17. Lakoff, G., Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press. [In English].

18. Lakoff, G. (1990). The Invariance Hypothesis: Is Abstract Reason Based on Image Schemas? *Cognitive Linguistics*, 1, 39–74. [In English].

19. McElhanon, K.A. (2006). From Simple Metaphors to Conceptual Blending: The Mapping of Analogical Concepts and the Praxis of Translation. *Journal of Translation*, 2 (1), 31–81. [In English].

20. Oakley, T., Pascual, E. (2017). Conceptual Blending Theory. In B. Dancygier (ed.). *The Cambridge Handbook of Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 423–448. [In English].

21. Serig, D. (2006). A Conceptual Structure of Visual Metaphor. *Studies in Art Education*, 47 (3), 229–247. [In English].

22. Yemets, N. (2024). Visual metaphors in advertising: A cognitive pragmatic interface. *International Journal of Philology*, 28(2), 24–31. [In English].