

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА

УДК 81-23

DOI: 10.18384/2949-5075-2023-6-6-20

ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ТРОПЕИЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИИ (НА МАТЕРИАЛЕ МАЛЫХ СЮЖЕТОСОДЕРЖАЩИХ ДИСКУРСИВНЫХ ФОРМ)

Воякина Е. Ю., Макеева М. Н.

*Тамбовский государственный технический университет
392000, г. Тамбов, ул. Советская, д. 106, Российская Федерация*

Аннотация

Цель статьи – исследование тропеической организации цифрового экономического дискурса на материале малых сюжетосодержащих дискурсивных форм (далее – МССДФ) путём выявления и анализа тропеических комбинаций, задействованных в сюжетах МССДФ, репрезентирующих явления и события мира экономики.

Процедура и методы. Анализ эмпирического материала, включающего 250 МССДФ экономического содержания, отобранных методом сплошной выборки из русскоязычных и англоязычных источников новых медиа, проводился в рамках когнитивно-дискурсивной и антропоцентрической научных парадигм с использованием методов контекстуального и стилистического анализа.

Результаты. Проведённый анализ показывает, что тропеическая репрезентация экономических объектов и явлений зачастую осуществляется посредством визуализации классических вербальных тропов в формате МССДФ, отражающих сюжетную линию и обладающих поликодовой структурой. В ходе исследования установлено, что сюжеты МССДФ цифрового экономического дискурса генерируются на основе тропеических комбинаций, в которых основными элементами выступают метафора, метонимия, ирония, гипербола и олицетворение, активно взаимодействующие друг с другом и порождающие целостное структурно-смысловое единство, позволяющее адекватно интерпретировать экономическую действительность и формировать ценностные ориентиры в рамках описываемых экономических ситуаций.

Теоретическая и/или практическая значимость. Рассмотренный материал и полученные выводы могут быть использованы как при дальнейшей разработке проблем цифровых типов дискурса, так и в курсах по теории языка, стилистике, дискурс-анализу и прагмалингвистике.

Ключевые слова: малые сюжетосодержащие дискурсивные формы (МССДФ), тропеическая комбинация, цифровая коммуникация, цифровой экономический дискурс

DIGITAL ECONOMIC DISCOURSE IN THE TROPEIC DIMENSION (ON THE MATERIAL OF SMALL PLOT-BASED DISCURSIVE FORMS)

E. Voyakina, M. Makeeva

Tambov State Technical University

ulitsa Sovetskaya 106, Tambov 392000, Russian Federation

Abstract

Aim. To study the tropeic organization of digital economic discourse on the material of small plot-based discursive forms by identifying and analyzing trope combinations involved in the plots of the analyzed discursive forms representing phenomena and events from the world of economics.

Methodology. The analysis of the empirical material, including 250 small plot-based discursive forms of economic content, selected by a continuous sampling method from Russian and English new media sources, was carried out within the framework of cognitive-discursive and anthropocentric scientific paradigms using the methods of contextual and stylistic analysis.

Results. The analysis shows that the tropeic representation of economic objects and phenomena is often carried out by visualizing classical verbal tropes in the small plot-based discursive formats reflecting the storyline and having a polycode structure. In the course of the study, it has been established that the plots of small plot-based discursive forms in digital economic discourse are generated on the basis of trope combinations, where the main elements are considered to be metaphor, metonymy, irony, hyperbole and personification, actively interacting with each other and generating a holistic structural and semantic unity that allows to adequately interpret the economic reality and form value orientations within the described economic situations.

Research implications. The factual material and findings can be used in the further investigation of digital types of discourse, as well as in teaching the theory of language, stylistics, discourse analysis, and pragmalinguistics.

Keywords: small plot-based discursive forms, trope combinations, digital communication, digital economic discourse

Введение

Современная цифровая коммуникация, являясь нестабильным, постоянно изменяющимся феноменом, требует многостороннего исследования не только со стороны отдельных лингвистических и экстралингвистических особенностей её функционирования, но и основных принципов её организации, которым, на наш взгляд, является *тропеичность*. Тропеический принцип описания окружающей действительности является важным принципом формирования картины мира коммуникантов, в том числе и в цифровом пространстве.

По сути, весь язык, используемый в настоящее время для общения в цифровой среде, имеет тропеическую природу, хотя пользователи часто не осоз-

нают этой тропеичности, поскольку она встроена в культурный контекст, который широко принят обществом. Многие тропы, изначально возникающие как необходимость описания новых реалий, со временем становятся неотъемлемой частью культурных коммуникаций, подсознательно формируя когнитивные рамки и восприятие коммуникантов, которые определяют будущее развитие цифровой среды. Причём тропеическая организация цифрового пространства склонна к постоянной трансформации, вследствие чего возникают всё новые тропы, либо пересматриваются уже существующие на предмет того, точно ли они отражают современные цифровые реалии. Такое непрерывное обновление средств (как вербальной, так и невербальной приро-

ды), возникающих для описания новых реалий цифровой среды, не может не вызывать интерес различного рода исследователей, в том числе обуславливает повышенный интерес лингвистов к изучению языка цифровой коммуникации и цифровой картины мира, транслируемой через язык.

В данной работе мы обращаемся к цифровому экономическому дискурсу, что обусловлено ролью, которую играют экономические явления и процессы в жизни современного общества и отдельного индивидуума. Всё чаще реалии мира экономики, затрагивающие широкие массы людей, актуализируются в разнообразных цифровых дискурсивных формах, отражающих широкий спектр коммуникативных ситуаций.

Принимая во внимание дискурсивные особенности и внутренние процессы «полифонии» знаковых систем, характерных для цифровой коммуникации в целом и цифрового экономического дискурса в частности, мы обратимся к рассмотрению *малых сюжетосодержащих дискурсивных форм* (далее по тексту – МССДФ) как широко распространённых и постоянно обновляющихся феноменов цифрового экономического дискурса, обладающих мощным прагматическим потенциалом. Данные дискурсивные формы представляют собой малоформатные поликодовые тексты, выступающие как единицы цифровой информации и отражающие сюжетную линию. Среди наиболее распространённых МССДФ выделяются интернет-мемы, демотиваторы, гиф-изображения, цифровая реклама, демонстрирующие в своей репрезентации и интерпретации насыщенность визуализированными образами, полисемантическую, полимодальность, аттрактивность, клиповость, гипертекстуальность, интерактивность, медийность, образность, прагматический потенциал и другие дискурсообразующие характеристики. Сюжет МССДФ может быть выражен в вербальном, визуальном, паралингви-

стическом планах, что ещё раз отсылает нас к поликодности и полимодальности данных форм цифровой коммуникации, зачастую построенных на комбинации различных тропов.

МССДФ могут трактоваться как реализация аксиологического трансфера в цифровое малоформатное дискурсивное пространство через тропеическую языковую подсистему, включающую основанные на вторичной репрезентации вербальные и невербальные средства коммуникации. В связи с этим представляется целесообразным провести анализ тропеической организации МССДФ с целью выявления наиболее устойчивых комбинаций тропов.

Цель данной работы заключается в исследовании тропеической организации цифрового экономического дискурса на материале МССДФ путём выявления и анализа тропеических комбинаций, действовавших в сюжетах МССДФ, репрезентирующих явления и события мира экономики.

В задачи исследования входит выявление и анализ тропеических комбинаций, реализуемых сюжетами МССДФ экономического дискурса; определение наиболее продуктивных тропеических комбинаций, участвующих в процессе интерпретации реалий мира экономики; обоснование тропеической плотности цифрового экономического дискурса.

Методом сплошной выборки эмпирического материала было проанализировано около 250 МССДФ экономической тематики. Выбор МССДФ экономического содержания обусловлен тем, что проблемы экономики вызывают интерес не только среди специалистов в этой области, но и простых обывателей, для которых экономические вопросы становятся сегодня жизненно важными и которые сами являются создателями МССДФ, представляющих своего рода реакцию на проходящие в мире экономические процессы.

Источниками исследуемого фактического материала послужили различные

форматы новых медиа, представленные в цифровой среде посредством социальных сетей, сообществ, новостных лент, финансово-экономических порталов и т. д. (bussinesidea.ru, caricatura.ru, dzen.ru, interbiz.ru, lenta.ru, memepedia.ru, mk.ru, rusdemotivator.ru, vk.com, ya.ru и др.).

В процессе работы использовались как общенаучные, так и чисто лингвистические методы в рамках когнитивно-дискурсивной антропоцентрической научных парадигм: анализ и синтез, индукция и дедукция, описание, сравнение, аргументация, классификация и систематизация исследуемого материала, метод сплошной выборки фактического материала, интерпретация, контекстуальный анализ, стилистический анализ.

Теоретическая база исследования

Тропеический характер организации цифровой коммуникации подчёркивается в трудах отечественных и зарубежных лингвистов, анализирующих цифровую коммуникацию как тропеически организованное пространство. Российский психолог А. Е. Войскунский подчёркивает, что метафоричность цифровой коммуникации объясняется метафоричностью осмысления человеком самой цифровой среды [5]. Н. А. Ахренова анализирует ключевые метафорические концепты интернет-лингвистики [1]. Л. В. Балашова и А. А. Сосновская рассматривают метафорическую подсистему сетевого сленга, выявляя лексические группы, выступающие в качестве источников формирования переносных сленговых значений [2]. М. Я. Блох и Е. С. Молчанова исследуют метафоры и сравнения в жанрах интернет-дискурса [3]. Проводится анализ различных метафорических моделей и концептуальных метафор, выстраиваемых на основе знаний человека о мире и его жизненного опыта, применимо к разным типам текстов, представленных на цифровых медиаплатформах [4; 10].

Мультимодальные тропеические средства становятся объектом лингви-

стического анализа и в рамках изучения поликодовых структур в цифровых дискурсах [7; 9; 16]. В круг исследовательских проблем лингвистов, изучающих цифровой мультимодальный дискурс, входят проблемы концептуальной конвергенции элементов метонимического и метафорического переноса в рекламном, общественно-политическом, экономическом дискурсе и т. д. [13; 15; 18]. Исследуется языковое и стилистическое своеобразие цифрового дискурса в рамках создания прагматического эффекта, манипулирования общественным мнением и преобразования реальности [8; 11]. Предметом лингвистических исследований является и манипулятивный потенциал гиперболизации, выступающей в качестве одного из эффективных механизмов концептуализации окружающей действительности, формирования языковой картины мира, выражения эмотивно-оценочных смыслов [12; 19]. В работе В. А. Каменевой и О. Н. Горбачевой проводится моделирование различных коммуникативных ситуаций на основе олицетворения, анализируется воздействующий потенциал визуального олицетворения и визуализированная деперсонализация образа человека в различных типах цифровых текстов [6].

Вопросами тропеической организации цифровой коммуникации интересуются и простые интернет-пользователи. Так, в 2004 г. был создан вики-проект "TV Tropes"¹, нацеленный на сбор и исследование различных приёмов, сюжетных тропов, образов и персонажей, встречающихся в разнообразных цифровых медиаформатах (фильмах, телесериалах, аниме, играх, т. е. во всём, что имеет сюжет и может быть отнесено к массовой цифровой культуре). Участники данного проекта называют себя троперами и даже создают свою собственную терминологию (Cloudcuckoolander – персонаж «не от

¹ См.: TV Tropes [сайт]. URL: <https://tvtropes.org/> (дата обращения: 11.02.2023).

мира сего», «житель Тучекукуевска»; Kick the dog – бессмысленная демонстрация злодеем своей агрессии с целью облачения отрицательных качеств персонажа, не способных вызвать симпатию у целевой аудитории; The dragon – «правая рука» главного злодея, отвечающая за силовое решение проблем и выступающая как посредник между главным героем и главным злодеем). Существование подобных проектов, собирающих тысячи пользователей по всему миру, выявляющих тропы в различных формах цифровой коммуникации, ещё раз подтверждает тропеический характер организации цифрового пространства.

В целом, интерес лингвистического научного сообщества и обычных интернет-пользователей к тропеическим средствам представления информации в цифровой среде, в том числе экономического характера, во-первых, свидетельствует о широком распространении тропов в цифровой коммуникации; во-вторых, способствует пониманию механизмов воздействия анализируемых дискурсивных форм цифровой коммуникации на реципиента; в-третьих, позволяет выявить форматы представления знаний, заложенных в МССДФ, для адекватной интерпретации явлений и событий цифровой и объективной реальности в рамках непрерывного потока информации.

Результаты и дискуссия

Рассматриваемые в настоящем исследовании МССДФ цифрового экономического дискурса по своей природе насквозь тропеичны, причём их тропеическая организация проявляется как в вербальном, так и в невербальных структурных компонентах. Преимущество соединения вербального и невербального элементов в тропеических сюжетах МССДФ заключается в том, что когнитивные механизмы, заложенные в их поликодовой структуре, в значительной степени способствуют более глубокому пониманию укоренившихся в культуре

знаний и соответственно более полной интерпретации современных феноменов, которые могут быть недостаточно чётко выражены исключительно вербальным способом.

Анализируя визуальную метафору в рекламных поликодовых текстах, М. В. Терских справедливо утверждает, что «визуализация метафорического переноса позволяет, с одной стороны, представить привычные образы в оригинальной, нестереотипной форме, с другой – увеличить воздействующий потенциал когнитивной метафоры за счет привлечения невербальных кодов» [13, с. 386]. Анализ МССДФ в цифровой коммуникации указывает на тропеичность их организации в плане невербальной передачи классических тропов в сюжетах многочисленных интернет-мемов, демотиваторов, рекламных текстов и т. д. Наличие тропеического невербального компонента облегчает восприятие текста и помогает интерпретировать сообщение в правильном ключе.

Следует отметить, что МССДФ цифрового экономического дискурса по большей части основаны не на одном единственном тропе, а на целом комплексе тропов, реализуемых в одной сюжетосодержащей дискурсивной форме, что обусловлено, в первую очередь, их поликодовой природой. Тропеическую насыщенность дискурсивных форм цифровой коммуникации подтверждает К. Мюллер, что также даёт основание говорить о существовании тропеических единиц, основанных на комбинации нескольких тропов. Рассуждая об образной плотности текста, лингвист описывает феномен, когда одновременно реализуются несколько различных образных операций [17].

В связи с широким распространением МССДФ, сюжет которых основан на сочетании и взаимопроникновении различного рода тропов, считаем целесообразным рассмотреть тропеические комбинации, реализуемые МССДФ

экономического содержания. Данные комбинации включают целый набор тропеических элементов, комплексно взаимодействующих друг с другом в отдельно взятой МССДФ и порождающих структурно-смысловое единство. Подобные тропеически организованные дискурсивные формы участвуют в процессе интерпретации окружающей действительности (как цифровой, так и объективной), оказывая целостное прагматическое воздействие на реципиента.

Для того чтобы понять суть реализации тропеических процессов в сюжетах МССДФ, обратимся к более детальному рассмотрению наиболее продуктивных тропеических комбинаций, отражающих тропеическую организацию МССДФ, функционирующих в экономическом дискурсе.

Метафора + метонимия

Перемещаясь в цифровое пространство, экономическая действительность зачастую получает метафорическую репрезентацию, представляя собой своего рода вторичную картину мира, отражающую ценностные установки коммуникантов, пропустивших через себя информацию, выводимую в формате МССДФ. Применимо к цифровой коммуникации метафора часто вступает в отношения с другим тропом – метонимией, также представляющей собой не просто риторическую стратегию, а важный когнитивный процесс, участвующий в мотивации и развитии метафорического образа. Метонимия может определять и представлять реальность и показывать, как текст должен восприниматься целевой аудиторией. В динамичных сюжетах МССДФ метонимические отображения зачастую не только заменяют или репрезентируют цель, но и расширяют процесс интерпретации метафорических текстов.

Метафора и метонимия как основные способы когниции тесно переплетаются между собой и оказывают влияние друг на друга и на смысл текста в

целом, выступая тем самым как единый когнитивный механизм познания действительности, в том числе в цифровом мультимодальном дискурсе, о чём свидетельствуют исследования отечественных и зарубежных лингвистов в этой области. П. Перес-Собрин, исследуя цифровую рекламу, рассматривает мультимодальную метафонию как способ метафорического конструирования фрагмента действительности, в процессе которого задействуются разные модальности коммуникации для проецирования знаний между отдельными областями [18].

Рассмотрим интернет-мем (рис. 1), в котором метафониическая проекция метонимического сужения в области-источнике и области-цели метафоры реализуется посредством метонимических отношений «ЧАСТЬ – ЦЕЛОЕ», работающих на создание метафорического образа. Данный тип метафониической проекции является наиболее продуктивным в конструкции сюжетов МССДФ, при котором метонимия сигнализирует центральное выведение метафорического проецирования. Сюжет интернет-мема невербально демонстрирует концептуальные метонимические связи, возникающие вследствие замещения одной сущности другой. В данном случае газопровод «Северный поток», идущий из России в Германию, выступает в качестве власти РФ, визуально воплощаемой изображением Кремля. В то же время реализуется ассоциативная связь между данными сущностями по метафорическому принципу: сокращение поставок газа в Европу метафорически сравнивается с «закручиванием вентиля на газопроводе», т. е. основной смысл интернет-мема репрезентируется через частные образы. В данном примере метонимия является конструктором для метафорического осмысления экономической политики между Россией и Европой.

Метафониический способ концептуальной интеграции является сложным когнитивным механизмом, участвующим

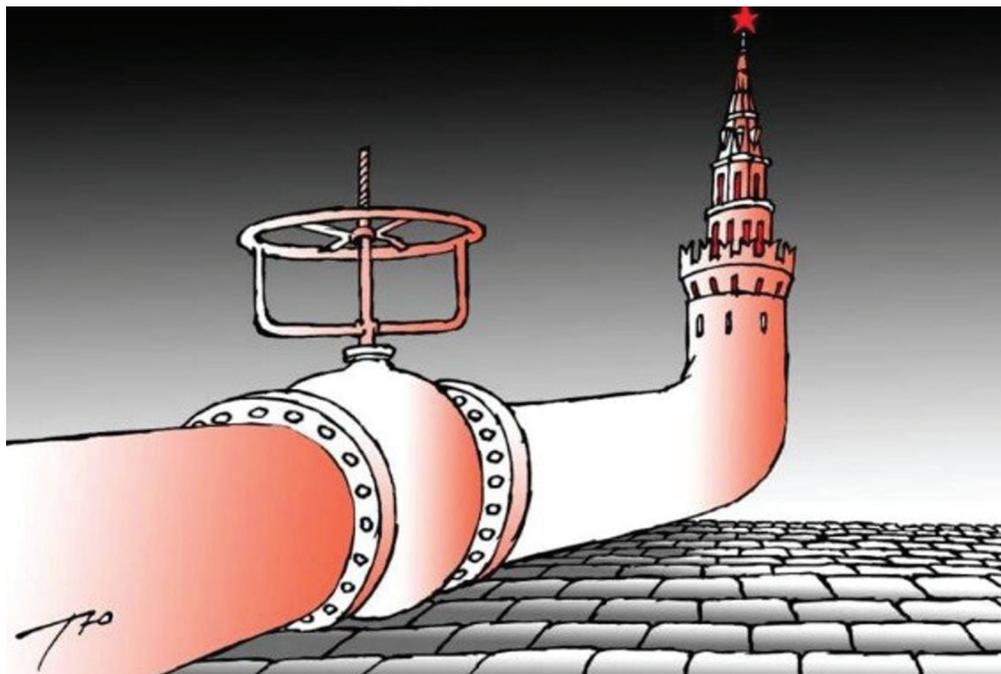


Рис. 1 / Fig. 1. Интернет-мем, реализующий метафтонимические отношения / Internet meme implementing metaphonymic relations

Источник: Хроники Мутного Времени. Sergey Aleksashenko [Электронный ресурс].
URL: <https://hronika.substack.com/p/27-2022?sd=pf> (дата обращения: 14.03.2023).

в формировании сюжетов МССДФ, для декодирования которых требуется большая когнитивная нагрузка, связанная с расшифровкой и интерпретацией заложенных в ней компонентов, нахождения общего смысла сообщения. Следующий пример МССДФ (рис. 2) демонстрирует реализацию метафтонимического механизма концептуальной интеграции за счёт метонимической передачи образа президента США Бенджамина Франклина, изображённого на купюре 100 долларов США. Сюжет рекламы банка Bank-Med, содержащий вербальный компонент «*Make your money work for you*» (Заставь деньги работать на тебя), написанный мелким шрифтом, дополняется невербальным компонентом, включающим образ бывшего американского президента, выполняющего физическую работу в складском помещении. В данном случае лексема «деньги» в вербальной части ви-

зуализируется через образ Бенджамина Франклина. Полимодальная метафтонимия представлена бинарной структурой, одним из компонентов которой является источник, выраженный невербально в виде изображения президента, а вторым компонентом выступает цель в виде надписи-слогана. В результате метафтонимического проецирования возникает интегрированная полимодальная структура при интерпретации которой в сознании реципиента формируется интегративное ментальное пространство, порождающее самостоятельную концептуальную единицу, содержащую такие когнитивно выводимые семантические признаки, как «надёжность», «прибыльность», и имеющую прагматическую направленность рекламного текста. Вербальный и визуальный компоненты в анализируемой рекламе основаны на интегративных взаимоотношениях (согласно



Рис. 2 / Fig. 2. Цифровая реклама банка, основанная на метафтонимическом способе концептуальной интеграции / Bank digital advertising based on the metaphonymic way of conceptual integration

Источник: Шедевры рекламы. Реклама Bank-Med: «Заставьте ваши деньги работать на вас» [Электронный ресурс] // ВКонтакте: [сайт]. URL: https://vk.com/wall-29302425_792107?yclid=lg0p3gzjd2851530907 (дата обращения: 11.03.2023).

классификации В. Е. Чернявской [14]), когда интерпретация компонентов по отдельности может привести к коммуникативной неудаче, т. е. вербальную часть невозможно адекватно декодировать без соответствующего изображения. Для получения полной информации о содержании сюжета рекламы участники коммуникации осуществляют когнитивную деятельность по интерпретации заложенных в нём смыслов как вербального, так и невербального характера.

Таким образом, интерпретация метафтонимически организованных МССДФ обеспечивается когнитивным процессом осмысления семантики поли-

кодовых структур данных дискурсивных форм, относящихся к разным семиотическим системам и обусловленных контекстуальными связями. Когнитивные операции, связанные с интерпретацией реалий мира экономики, протекают в виде концептуальной интеграции ментальных пространств, формируемых в процессе слияния вербального и визуального компонентов, порождающих единое структурно-смысловое пространство.

Олицетворение + метафора

Помимо метафтонимических комбинаций в цифровом экономическом дискурсе наблюдается стремление к персонализации. Иными словами, явления и объекты мира экономики приобретают человеческий облик, обеспечивая информационному сообщению внимание реципиента и создавая мощный прагматический эффект. На наш взгляд, это связано с тем, что интерпретация олицетворённых образов протекает легче, нежели исключительно вербальное представление информации.

Анализ МССДФ показал, что в цифровом мультимодальном экономическом дискурсе олицетворение нередко сочетается с другими тропами, формируя целостный тропеический образ. В примере на рис. 3 олицетворение российской и американской валют создаёт метафорическую картину в сознании реципиента, репрезентирующую экономические отношения между странами, национальные валюты которых получают тропеическое представление. Приём олицетворения в данном случае разыгрывает метафорический сценарий, демонстрирующий доминантное положение доллара над рублём.

Олицетворение + метафора + ирония

Олицетворение также может являться механизмом формирования метафоры и иронии. Сюжет, изображённый на рис. 4, описывает экономическую ситуацию, когда страны ОПЕК поставляют завышенное количество нефти, перегружая



Рис. 3 / Fig. 3. Реализация тропеической комбинации «олицетворение + метафора» / Implementation of the trope combination “personification + metaphor”

Источник: Макеев Н. Рубль от краха не спасет даже нефть // Новостной портал Московский комсомолец. URL: <https://www.mk.ru/economics/2017/07/28/rubl-ot-krakha-ne-spaset-dazhe-neft.html> (дата обращения: 10.03.2023)



Рис. 4 / Fig. 4. Реализация тропеической комбинации «олицетворение + метафора + ирония» / Implementation of the trope combination “personification + metaphor + irony”

Источник: Актуальные мемы про нефть // Forexu – всё о финансах: блог на Dzen.ru. URL: https://dzen.ru/a/Xmaz5kapyiNSd_4A (дата обращения: 16.03.2023).

мировую экономику. Данный метафорический сценарий репрезентируется через олицетворение стран ОПЕК и мировой экономики, создавая ироническое отношение к описываемой экономической ситуации.

Таким образом, надделение экономических субъектов, объектов и явлений человеческими качествами и признаками придаёт анализируемым дискурсивным формам динамизм, прагматическую направленность, а также способствует созданию экспрессивного образа описываемых явлений, облегчающего интерпретацию текста реципиентом.

Гипербола + метафора

Гипербола, заключающаяся в намеренном преувеличении описываемых объектов и явлений действительности, является одним из эффективных тропов, находящихся выражение на визуальном уровне и выступающих в качестве мани-

пулятивного инструмента в цифровом экономическом дискурсе.

МССДФ ярко демонстрируют манипулятивный потенциал посредством гиперболизации, основанной на комбинации гиперболы с другими тропеическими средствами, что придаёт текстам аттрактивность и оказывает прагматическое воздействие на реципиента. Проведённый анализ показал, что наиболее продуктивной формой реализации тропеических комбинаций, основанных на гиперболе, являются гиперболические метафоры, передаваемые через визуальный образ. Одним из примеров данной комбинации могут служить сюжеты на тему роста цен и инфляции. Динамичный сюжет интернет-мема на рис. 5 передаётся через метафорический перенос, сопровождаемый гиперболизацией. Цены представлены в виде кома огромных размеров, преследующего потребителя, направляющегося за покупками.



Рис. 5 / Fig. 5. Реализация тропеической комбинации «гипербола + метафора» / Implementation of the trope combination “hyperbole + metaphor”

Источник: Добролюбов П. Ценам не прикажешь [Электронный ресурс] // Аргументы Недели – Сахалин: [сайт]. URL: http://ansakhalin.blogspot.com/2014/10/blog-post_19.html (дата обращения: 13.03.2023).

Гипербола + оксюморон + ирония

Другой продуктивной тропеической комбинацией, на основе которой разворачиваются сюжеты МССДФ, является сочетание гиперболы, оксюморона и иронии. Данное сочетание в большинстве случаев отличается семантической парадоксальностью, поскольку реализуется за счёт контраста вербального и визуального компонентов с характерной иронической модальностью (от мягкой насмешки до сарказма). Оксюморонные гиперболизированные противопоставления зачастую становятся основой сюжетов МССДФ, определяя их логику. На рис. 6 представлен демотиватор, сюжет которого содержит вербальную часть, выраженную гиперболической фразой «АВТОВАЗ покоряет мир», контрастирующую с невербальным компонентом, а именно грудой буксируемого металлолома. Подобное сочетание тропов служит своеобразным аттрактором, притягивающим внимание реципиента к описываемой проблеме российского автопрома. Благодаря своей комической направленности демотиватор выполняет когнитивную, аттрактивную и эмоционально-экспрессивную функции.

Таким образом, гиперболизация является эффективным тропеическим механизмом, на основе которого строятся сюжеты МССДФ, обладающие мощным манипулятивным потенциалом, направленным на вызов нужной эмоциональной реакции, а также участвующим в переконцептуализации устоявшейся картины мира в сознании реципиента с целью формирования у него определённого мнения, стереотипов, ценностных установок по отношению к описываемым событиям из мира экономики.

Ирония + аллюзия

Как показал проведённый анализ, в сюжетах МССДФ часто выражается ироническое отношение к описываемым явлениям действительности. Приведённые



АВТОВАЗ

покоряет мир

Рис. 6 / Fig. 6. Реализация тропеической комбинации «гипербола + оксюморон + ирония» / Implementation of the trope combination “hyperbole + oxymoron + irony”

Источник: Автоваз покоряет мир [Электронный ресурс] // Демотиваторы по-русски: [сайт].
URL: <http://rusdemotivator.ru/demotivatory-prikoly/51257-avtovaz-pokoryaet-mir.html>
(дата обращения: 11.03.2023).

выше примеры МССДФ демонстрировали ироническое описание реалий мира экономики. В целом, следует отметить, что анализируемые дискурсивные формы отличаются комизмом. Здесь ирония практически всегда вступает в интегративные отношения с другими тропами, усиливая экспрессивность текста.

Ироническое отношение также проявляется через сюжет, содержащий аллюзию, представляющую собой продуктивную модель создания МССДФ в экономическом дискурсе. Механизм создания иронического отношения посредством аллюзии заключается в использовании прецедентных имён, ситуаций, высказываний, текстов, способствующих выражению определённых эмоций, ценностных установок реципиента и раскрывающих истинный смысл МССДФ.

Удачный пример данной тропеической комбинации представлен на рис. 7. Сюжет интернет-мема отсылает реципиента в детскую анимацию при помощи изображения из мультфильма и соответствующего вербального текста (строка из песни). Однако сам сюжет отражает экономический контент через вербальный компонент, а именно: надписи с ценами на столбах и наименованиями вагонов. Подобная концептуальная интеграция анимационного и экономического контекстов порождает иронию по отношению к описываемой ценовой политике на природные ресурсы (газ и нефть), заключающейся в непрерывном повышении цен. Финансовый рынок, изображённый в виде последнего вагона, метафорически концептуализируется как ведомый, зависимый от продаж природных ресур-



Рис. 7 / Fig. 7. Реализация тропеической комбинации «ирония + аллюзия» / Implementation of the trope combination “irony + allusion”

Источник: Нефть продолжает свой рост или о чем нам говорят запасы сырой нефти в США // Finbox2019: блог на Dzen.ru. URL: <https://dzen.ru/a/YCTLj6BqKmx67cs0> (дата обращения: 14.03.2023).

сов. Текст песни из мультфильма также дополняет ироническое содержание интернет-мема, как бы говоря о том, что в нынешних экономических условиях остаётся только смотреть в будущее с оптимизмом, сожалея о прошлом.

Таким образом, ирония, будучи тропеическим элементом, участвующим в разнообразных тропеических комбинациях, является продуктивным приёмом структурирования сюжетов МССДФ, активно участвующих в концептуализации объектов и явлений мира экономики.

Заключение

Проведённый анализ показывает, что современный экономический дискурс, по большей части переместившись в цифровую среду, организован по принципу тропеичности. Изучение эмпирическо-

го материала продемонстрировало, что МССДФ, участвующие в концептуализации мира экономики, построены не на одном единственном тропе, а на комбинации различных тропов, что свидетельствует о тропеической плотности экономического дискурса. В связи с широким распространением подобных МССДФ в работе анализируются наиболее продуктивные тропеические комбинации, включающие набор тропеических элементов, комплексно взаимодействующих между собой в отдельно взятой дискурсивной форме цифровой коммуникации и порождающих структурно-смысловое единство на основе концептуальной интеграции ментальных пространств.

В ходе исследования установлено, что сюжеты МССДФ цифрового экономического дискурса генерируются на основе

тропеических комбинаций, в которых основными элементами выступают метафора, метонимия, ирония, гипербола и олицетворение, плотно взаимодействующие друг с другом и участвующие в процессе интерпретации окружающей действительности путём заполнения недостающих пробелов в системе знаний человека о мире экономики и формирования определённых ценностных ориентиров, стереотипов, мнений в рамках описываемых экономических ситуаций. Анализ фактического материала позволил выявить тропеические комбинации, в которых доминирующее положение занимает определённая разновидность тропа, однако полноценное раскрытие сюжета происходит лишь при активизации всего тропеического комплекса. Следует отметить, что в большинстве случаев от-

мечается присутствие метафорического компонента, что объясняется метафоричностью мышления человека.

Таким образом, анализ фактического материала позволяет говорить о том, что экономический дискурс, будучи частью современной цифровой коммуникации, представляет собой вторичную картину мира, основанную в том числе и на принципе тропеичности.

Перспективы дальнейшего исследования усматриваются в проведении моделирования тропеической организации на основе различных аттрактивных сюжетов МССДФ цифровой коммуникации, отражающих общие и культурно-специфичные черты формирования цифровой и объективной картин мира коммуникантов.

Дата поступления в редакцию 11.04.2023

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахренова Н. А. Ключевые метафорические концепты интернет-лингвистики: киберпространство, виртуальная реальность, виртуальное сообщество, виртуальное время, виртуальная языковая личность // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2015. № 3. С. 46–55.
2. Балашова Л. В., Сосновская А. А. Интернет-коммуникация в зеркале метафоры // Известия Саратовского университета. Новая серия: Филология. Журналистика. 2009. Т. 9. № 4. С. 3–9.
3. Блох М. Я., Молчанова Е. С. Метафоры и сравнения в жанрах интернет-дискурса // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2021. № 3. С. 6–14. DOI: 10.18384/2310-712X-2021-3-6-14.
4. Бородулина Н. Ю., Макеева М. Н. Мир животного vs мир человека: через культурные коды к архетипическим характеристикам анималистической метафоры // Вестник славянских культур. 2022. № 64. С. 239–254. DOI: 10.37816/2073-9567-2022-64-239-254.
5. Войскунский А. Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. 2001. № 11. С. 64–79.
6. Каменева В. А., Горбачева О. Н. Глобальная социальная интернет-реклама. Воздействующий потенциал визуального олицетворения и овеществления в социальной интернет-рекламе // Политическая лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 144–149.
7. Канашина С. В. Специфика функционирования полимодальной метафоры в англоязычных интернет-мемах // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. № 11. С. 308–311. DOI: 10.30853/filnauki.2019.11.65.
8. Копнина Г. А. Речевая манипуляция в массмедийном тексте/дискурсе: проблема распознавания // Филология и человек. 2021. № 3. С. 30–46. DOI: 10.14258/flichel(2021)3-04.
9. Максименко О. И., Подлегаева Е. П. Интерпретация интертекста в мультисемиотичном анимационном дискурсе (переводческая проблема) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2020. № 1. С. 104–110. DOI: 10.18384/2310-712X-2020-1-104-110.
10. Опарина Е. О. Метафора в дискурсе // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. 2021. № 3. С. 131–141. DOI: 10.31249/ling/2021.03.10.
11. Поварницына М. В. Манипуляция, суггестия, аттракция и фасцинация в креолизованном тексте // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. № 2 (106). С. 117–124.

12. Прагматический эффект гиперболы в медиадискурсе (на материале немецкого и русского языков) / Пром Н. А., Высоцкая И. В., Глебова Е. А., Тихаева В. В. // Современные исследования социальных проблем. 2018. Т. 10. № 4-1. С. 176–189. DOI: 10.12731/2077-1770-2018-4-176-189.
13. Терских М. В. Специфика визуальной метафоризации в дискурсе социальной рекламы // Лингвокультурология. 2016. № 10. С. 362–386.
14. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: Либроком, 2009. 248 с.
15. Feng W. Metonymy and visual representation: towards a social semiotic framework of visual metonymy // Visual Communication. 2016. Vol. 16. Iss. 4. P. 441–466. DOI: 10.1177/1470357217717142.
16. Forceville Ch., Urios-Aparisi Ed. Multimodal Metaphor. Berlin – New York: Mouton de Gruyter, 2009. 484 p.
17. Müller C. Metaphors Dead and Alive, Sleeping and Waking: A Dynamic View. Chicago – London: University of Chicago Press, 2008. 290 p.
18. Pérez-Sobrino P. Multimodal Metaphor and Metonymy in Advertising. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2017. 232 p.
19. Saffah M. D. Hyperbole: A Pragmatic Perspective // Advances in Social Sciences Research Journal. 2021. Vol. 8. No. 8. P. 571–574. DOI: 10.14738/assrj.88.10699.

REFERENCES

1. Akhrenova N. A. [Key metaphoric concepts of Internet linguistics: cyberspace, virtual reality, virtual community, virtual time, virtual language individuality]. In: *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics], 2015, no. 3, pp. 46–55.
2. Balashova L. V., Sosnovskaya A. A. [Internet-Communication in the Mirror of Metaphor]. In: *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism], 2009, vol. 9, no. 4, pp. 3–9.
3. Blokh M. Ya., Molchanova E. S. [Metaphors and similes in the genres of Internet-discourse]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2021, no. 3, pp. 6–14. DOI: 10.18384/2310-712X-2021-3-6-14.
4. Borodulina N. Yu., Makeyeva M. N. [Animal world vs human world: through cultural codes to archetypical characteristics of animalistic metaphor]. In: *Vestnik slavyanskikh kul'tur* [Bulletin of Slavic Cultures], 2022, no. 64, pp. 239–254. DOI: 10.37816/2073-9567-2022-64-239-254.
5. Voyskunsky A. Ye. [Metaphors of the Internet]. In: *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy], 2001, no. 11, pp. 64–79.
6. Kameneva V. A., Gorbacheva O. N. [Global social Internet advertising: manipulative effect of visual personification and objectification]. In: *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics], 2015, no. 2 (52), pp. 144–149.
7. Kanashina S. V. [Specificity of multimodal metaphor functioning in the English Internet memes]. In: *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], 2019, vol. 12, no. 11, pp. 308–311. DOI: 10.30853/filnauki.2019.11.65.
8. Kopnina G. A. [Verbal manipulation in mass media text / discourse: the problem of recognition]. In: *Filologiya i chelovek* [Philology & Human], 2021, no. 3, pp. 30–46. DOI: 10.14258/filichel(2021)3-04.
9. Maksimenko O. I., Podlegayeva E. P. [Interpretation of intertext in multysemitic animation discourse]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2020, no. 1, pp. 104–110. DOI: 10.18384/2310-712X-2020-1-104-110.
10. Oparina Ye. O. [Metaphor in discourse]. In: *Sotsial'nyye i gumanitarnyye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: Yazykoznanie* [Social sciences and humanities. Domestic and foreign literature. Series 6: Linguistics], 2021, no. 3, pp. 131–141. DOI: 10.31249/ling/2021.03.10.
11. Povarnitsyna M. V. [Manipulation, suggestion, attraction and fascination in a creolized text]. In: *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University], 2016, no. 2 (106), pp. 117–124.
12. Prom N. A., Vysotskaya I. V., Glebova E. A., Tikhayeva V. V. [Pragmatic effect of hyperbole in the me-

- dia discourse (as based on the material of German and Russian languages)]. In: *Sovremennyye issledovaniya sotsial'nykh problem* [Modern Studies of Social Issues], 2018, vol. 10, no. 4-1, pp. 176–189. DOI: 10.12731/2077-1770-2018-4-176-189.
13. Terskikh M. V. [Specificity of visual metaphorization in the PSA discourse]. In: *Lingvokul'turologiya* [Linguoculturology], 2016, no. 10, pp. 362–386.
 14. Chernyavskaya V. Ye. *Lingvistika teksta. Polikodovost', intertekstual'nost', interdiskursivnost'* [Linguistics of the text. Polycode, intertextuality, interdiscursivity]. Moscow, Librokom Publ., 2009. 248 p.
 15. Feng W. Metonymy and visual representation: towards a social semiotic framework of visual metonymy. In: *Visual Communication*, 2016, vol. 16, iss. 4, pp. 441–466. DOI: 10.1177/1470357217717142.
 16. Forceville Ch., Urios-Aparisi Ed. *Multimodal Metaphor*. Berlin, New York, Mouton de Gruyter, 2009. 484 p.
 17. Müller C. *Metaphors Dead and Alive, Sleeping and Waking: A Dynamic View*. Chicago, London, University of Chicago Press, 2008. 290 p.
 18. Pérez-Sobrino P. *Multimodal Metaphor and Metonymy in Advertising*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 2017. 232 p.
 19. Saffah M. D. Hyperbole: A Pragmatic Perspective. In: *Advances in Social Sciences Research Journal*, 2021, vol. 8, no. 8, pp. 571–574. DOI: 10.14738/assrj.88.10699.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Воякина Елена Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация» Тамбовского государственного технического университета; e-mail: voyackina.elena@yandex.ru

Макеева Марина Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация», Тамбовского государственного технического университета; e-mail: marnikma@inbox.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Elena Yu. Voyakina – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of Foreign Languages and Professional Communication, Tambov State Technical University; e-mail: voyackina.elena@yandex.ru

Marina N. Makeeva – Dr. Sci. (Philology), Prof., Department of Foreign Languages and Professional Communication, Tambov State Technical University; e-mail: marnikma@inbox.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Воякина Е. Ю., Макеева М. Н. Цифровой экономический дискурс в тропеическом измерении (на материале малых сюжетосодержащих дискурсивных форм) // Вопросы современной лингвистики. 2023. № 6. С. 6–20.

DOI: 10.18384/2949-5075-2023-6-6-20

FOR CITATION

Voyakina E. Yu., Makeeva M. N. Digital economic discourse in the tropic dimension (on the material of small plot-based discursive forms). In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 2023, no. 6, pp. 6–20.

DOI: 10.18384/2949-5075-2023-6-6-20