

УДК 81'42:316.77

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.4.20>

Світлана РОМАНЧУК

кандидат філологічних наук, доцент, докторант,
Український гуманітарний інститут, svitlor2017@ukr.net
ORCID: 0000-0002-5737-2951

Валентин ЗАГРЕБА

аспірант Навчально-наукового інституту журналістики,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
ORCID: 0009-0004-4700-4655

КОНЦЕПТУАЛЬНІ МЕТАФОРИ В МЕДІАДИСКУРСІ ВІЙНИ ТА КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: КОГНІТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ

У сучасному українському медіадискурсі, що формується в умовах широкомасштабної військової агресії та інформаційно-психологічних операцій (ІПСО), концептуальні метафори виконують роль критично важливого когнітивного інструменту. Постановка проблеми полягає у необхідності системного аналізу того, як неусвідомлені метафоричні системи впливають на раціональні та емоційні рішення реципієнтів у медіа та офіційній комунікації, особливо в контексті кризового управління та протидії ворожій пропаганді. Аналіз останніх досліджень (Лакоффа, Джонсона, Фуко, а також українських лінгвістів) підтверджує, що метафори є базовими ментальними моделями для розуміння абстрактних концептів (війна, агресор, національна стійкість). Однак недостатньо вивченою залишається динаміка цілеспрямованої експлуатації метафоричних фреймів для мобілізації суспільства та підтримання високого рівня довіри в умовах військової кризи. Мета статті полягає у виявленні та когнітивно-прагматичному аналізі домінуючих концептуальних метафор у дискурсі кризових комунікацій під час російсько-української війни, а також у теоретичному обґрунтуванні їхнього впливу на формування когнітивної стійкості та національної єдності. Виклад основного матеріалу включає аналіз моделей нація – це сім'я /дім та ворог – це патоген/зло та інших. Показано, що метафора Дім консолідує суспільство на основі базових цінностей захисту та взаємодопомоги, тоді як метафора патоген слугує інструментом дегуманізації агресора та легітимізації рішучих дій. Це доводить, що в умовах війни метафори цілеспрямовано використовуються для спрощення складності, створення бінарних опозицій та підтримання високого рівня національної суб'єктності. Висновки підтверджують гіпотезу, що концептуальні метафори є ключовим механізмом конструювання соціальної реальності, а їхнє вивчення має критичне значення для розвитку медіаграмотності та стратегічних комунікацій держави.

Ключові слова: когнітивна лінгвістика, медіадискурс, концептуальна метафора, кризові комунікації, військовий дискурс, національна стійкість, дезінформація, фрейм.

Svitlana Romanchuk, Valentyn Zahreba. CONCEPTUAL METAPHORS IN THE MEDIA DISCOURSE OF WAR AND CRISIS COMMUNICATIONS: A COGNITIVE TOOL FOR BUILDING NATIONAL RESILIENCE

In contemporary Ukrainian media discourse, shaped by large-scale military aggression and information-psychological operations (IPSO), conceptual metaphors function as a crucial cognitive instrument. The research problem arises from the need to systematically examine how implicit metaphorical systems influence both rational and emotional decision-making processes among media audiences and within official communication, particularly in the context of crisis management and counter-propaganda efforts.

A review of recent scholarship (Lakoff, Johnson, Foucault, and Ukrainian linguists) indicates that metaphors operate as fundamental mental models through which individuals conceptualize abstract phenomena such as war, aggressor, and national resilience. Nevertheless, the dynamics of the deliberate use of metaphorical framing to mobilize public consciousness and maintain trust in times of national crisis remain insufficiently explored.

The purpose of this article is to identify and conduct a cognitive-pragmatic analysis of the dominant conceptual metaphors present in Ukrainian crisis communication discourse during the Russian-Ukrainian war, and to provide a theoretical rationale for their impact on shaping cognitive resilience and national unity.

The analysis focuses on metaphorical models such as nation is a family/home and enemy is a pathogen/evil, among others. The home metaphor fosters societal consolidation through shared values of protection, solidarity, and mutual assistance, while the pathogen metaphor contributes to the dehumanization of the aggressor and legitimizes decisive defensive actions. These findings suggest that, under wartime conditions, metaphors are strategically employed to reduce complexity, establish binary oppositions, and reinforce a sense of collective agency and moral clarity.

The conclusions support the hypothesis that conceptual metaphors function as key mechanisms in the social construction of reality. Their systematic study is essential for enhancing media literacy, strengthening strategic communications, and fostering cognitive and national resilience in the face of hybrid warfare.

Key words: cognitive linguistics, media discourse, conceptual metaphor, crisis communication, war discourse, national resilience, disinformation, framing.

Постановка проблеми. Медіадискурс відіграє ключову роль у сучасній комунікації, відображаючи не лише інформаційні повідомлення, але й цінності, ідеології та світогляд суспільства. Важливим елементом цього виду дискурсу є метафорична концептуалізація, за допомогою якої люди здатні структурувати складні явища та події через уже знайомі концепти. Зважаючи на ситуацію в Україні, та й у світі загалом, особливо важливою темою є відображення війни в медіадискурсі. «Саме метафорична концептуалізація війни, – як справедливо зауважує Світлана Березюк, – слугує ефективним інструментом для передачі складних політичних і соціальних явищ, спростовуючи їхню форму для кращого сприйняття аудиторією» [2, с. 3]. Метафори мають здатність впливати як на сприйняття війни, так і на емоційний стан реципієнтів, формуючи їхнє ставлення до подій.

Проблема вивчення концептуальних метафор у медіадискурсі набуває екзистенційного значення в умовах російсько-української війни. Мова є основним інструментом не лише для опису, але й для конструювання національної волі до опору. У період військової агресії та гібридних загроз публічний, особливо медійний, дискурс переповнений образами, які виконують глибоку когнітивну та ідеологічну роботу: мобілізують населення, формують образ ворога та легітимізують дії влади. Розуміння цих метафоричних систем є важливим практичним завданням для підвищення когнітивної стійкості до маніпулятивних впливів ворожої пропаганди та ПСГО. Наприклад, свідомий вибір фрейму війна – це справедлива боротьба за існування у комунікації є стратегією, що консолідує та мотивує, на противагу фрейму "конфлікт".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні вивчення метафори є об'єктом уваги багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців. Метафора більше не сприймається лише як стилістичний прийом чи літературна прикраса. Вона розглядається як фундаментальний механізм мислення, що структурує наше сприйняття світу, мовлення та поведінку. Аналізом цього феномену займалися такі видатні вчені та філософи, як Аристотель, Фрідріх Ніцше, Макс Блек, Джордж Лакофф і Марк Джонсон, а також Джонатан Чартіс-Блек і багато інших.

У розвиток когнітивної лінгвістики великий внесок зробили представники різних вітчизняних лінгвістичних шкіл, таких як І. Голубовська, В. Жайворонок, А. Загнітко, В. Іващенко, В. Кононенко, Т. Космеда, М. Кочерган, Л. Лисиченко, А. Приходько,

Т. Радзівська, О. Селіванова, а також представники західних шкіл, такі як J. Bartmiński, A. Wierzbicka, R. Jackendoff, R. Pavilionis, W. Chafe. Українські дослідники займалися вивченням різних аспектів концептів: Ж. Краснобаєва-Чорна досліджувала параметри та структуру концептів, В. Ніконова – художні концепти, А. Приходько – питання концептосфери, зіставлення лінгвокультурних концептів, О. Селіванова – проблеми концептуального аналізу тощо.

Найчастіше концепт Війна розглядається у межах медіалінгвістики, теоретичні принципи якої розробляють як вітчизняні науковці (О. Дячук, Н. Драган, О. Черниш, Ю. Шепель, М. Яцимірська), так і зарубіжні дослідники (A. Bell, D. Crystal, F. Webster). Однак, більшість робіт зосереджуються на ідентифікації метафор, а не на їхньому комплексному когнітивному впливі на соціальні рішення в умовах кризових комунікацій воєнного часу. Невирішеною частиною загальної проблеми залишається систематизація того, як конкретні метафоричні моделі (ДЖЕРЕЛО-ЦІЛЬ) свідомо есплікуються суб'єктами кризових комунікацій для підтримання високого рівня довіри та управління очікуваннями суспільства в умовах постійної небезпеки, а також для ефективної протидії ПСГО.

Еволюція концептуальних підходів до забезпечення національної безпеки, розвиток теорії систем та формування окремого напрямку досліджень щодо стійкості зумовили поширення концепту стійкості на сферу безпекових досліджень та формування концепту національної стійкості (англ. national resilience). Серед дослідників цього феномену слід зазначити Дж. М. Андеріса, Ф. Бурбо, Дж. Джозефа, Б. Еванса, К. Зебровські, М. Кавелті, М. Кауфманн, К. Крістенсена, М. Купера, П. Мартін-Бріна, Г. Ласконжаріаса, В. Проага, Дж. Рейда, Дж. Ренсела, Дж. Уолкера, К. Ф'єдера, Д. Чендлера та ін.

Мета статті полягає у виявленні, класифікації та когнітивно-прагматичному аналізі домінантних концептуальних метафор у медіадискурсі кризових комунікацій в умовах російсько-української війни, а також у теоретичному обґрунтуванні їхнього впливу на формування національної стійкості, мобілізаційного потенціалу та суспільного сприйняття військових подій.

Задля реалізації визначеної мети постає необхідність у розв'язанні таких завдань:

1. Ідентифікувати найбільш частотні метафоричні моделі в офіційних комунікаціях та провідних українських медіа, що стосуються війни та кризового управління.

2. Проаналізувати, як ці метафоричні моделі структурують аргументацію, легітимізують військові дії та консолідують суспільство.

3. Визначити прагматичний ефект використання обраних метафор на когнітивну стійкість реципієнта проти дезінформації.

Матеріали та методи дослідження. Дослідження ґрунтується на аналізі наукових праць, концепцій і підходів до вивчення кризових комунікацій у журналістиці та медіазнавстві. Об'єктивність та всебічність дослідження забезпечувалася використанням низки методів. Зокрема методи аналізу та синтезу використано для опрацювання та систематизації наукових праць українських і зарубіжних дослідників, а також для виокремлення ключових тенденцій у вивченні кризових комунікацій. Метод порівняння застосовано для зіставлення різних наукових концепцій і моделей кризових комунікацій, виявлення спільних і відмінних рис. Описовий метод слугував інструментом репрезентації отриманих результатів дослідження.

Дослідження також ґрунтується на методології когнітивного дискурс-аналізу (КДА) та концептуального аналізу метафор (КАМ).

Матеріалом слугували публікації провідних українських медіа («Дзеркало тижня» та «Українська правда» [4; 10]), офіційні промови Президента та представників військово-політичного керівництва за лютий 2022 – травень 2024 рр. (загальний обсяг корпусу близько 150 текстів).

Виклад основного матеріалу. Насамперед окреслимо дефініцію термінопоняття «медіадискурс». І. Мірошниченко та Д. Сизонов розглядають масмедійний дискурс як складну, багатошарову та багатоаспектну міждисциплінарну сферу дослідження, яка вимагає комплексного підходу. Вони наголошують на тому, що цей дискурс не обмежується лише аналізом мовних особливостей, але й включає широкий спектр взаємопов'язаних соціальних, психологічних, комунікативних, культурних, економічних, філософських та політичних чинників. Крім того, значну роль відіграють інформаційні процеси, що впливають на формування масмедійного простору. Всі ці аспекти тісно пов'язані з основними цілями масмедійного дискурсу, його функціональними завданнями та впливом на суспільство [5, с. 227–231].

Ю. Шепель звертає особливу увагу на те, що основне завдання масмедіа полягає у задоволенні суспільної потреби в регулярному й систематичному засвоєнні інформації, яка відображає марковані факти поточ-

ного соціального контексту. Це включає зображення актуальної соціальної реальності, а також процеси отримання, обробки і передачі інформації до широкої аудиторії. Масмедіа мають забезпечувати масове, організоване та регулярне поширення інформації, яка має важливе соціальне значення і впливає на формування громадської думки [9, с. 302–307].

О. Суська зазначає, що медіадискурс є невід'ємною частиною мовленнєвого процесу, який відображає розвиток і трансформаційні зміни у суспільстві, окремих групах людей або індивідів. Вибір конкретних мовних одиниць, граматичних форм чи конструкцій демонструє не лише мовленнєві навички індивідів, але й мовні особливості різних соціальних класів і груп. Це, своєю чергою, дозволяє зробити висновки про мовну культуру та специфіку спілкування в суспільстві певного історичного періоду [8, с. 211–226].

Наступне ключове поняття – кризові комунікації. Науковиця Є. Осипова дає таке визначення: «Кризові комунікації – це комплекс дій, спрямованих на управління інформацією та громадською думкою під час кризових ситуацій з метою мінімізації негативних наслідків для репутації організації чи органу влади, а також для суспільства в цілому» [6, с. 58]. Тож головною метою кризових комунікацій науковці називають мінімізацію негативних наслідків для репутації організації, влади, держави або суспільства. Це здійснюється шляхом активної взаємодії з аудиторією, надання необхідної інформації та формування довіри. Висловлена думка підтверджується і в статті А. Баранецької: «Своєю чергою кризові комунікації як законний феномен сучасного інформаційного простору формують особливий соціально відповідальний дискурс з аудиторією, сутність якого проявляється в підтримці взаємин зі споживачами/клієнтами на рівні довірчих довготривалих стосунків та надання необхідної інформації» [1, с. 117].

Бистров Андрій у статті «Кризові комунікації українських медіа періоду повномасштабного вторгнення: теоретичний аспект» детально розглядає кризові комунікації в українських онлайнмедіа. Учений наголошує, що «кризові комунікації онлайнмедіа в умовах війни є не лише інформаційним інструментом, але й важливою частиною національної безпеки, що вимагає комплексного підходу та високого рівня професійної відповідальності» [3, с. 88]. Приклади кризових комунікацій (телемарафон «Єдині

новини», фактчекінгові ініціативи «Детектор медіа», робота журналістів у соцмережах та месенджерах) демонструють водночас як ефективні практики, так і низку проблем, зокрема – поверховість матеріалів, відхід від стандартів, інформаційне перевантаження аудиторії. Соціальні медіа та мобільні додатки стали потужним інструментом кризової комунікації, який одночасно створює нові ризики: поширення дезінформації, зростання залежності від неперевіраних джерел, фрагментацію аудиторії.

З огляду на те, що пропонується праця наголошує на когнітивному аспекті формування національної стійкості на підставі концептуалізації медіадискурсу війни, зазначимо, що «в узагальненому вигляді поняття «стійкість» характеризує реакцію об'єкта на певні зовнішні подразники, його здатність адаптуватися до їх впливів без значної втрати функціональності» [7, с. 21].

Наша стаття обґрунтовує роль концептуальної метафори у медіадискурсі війни на тлі когнітивного аспекту. Зважаючи на це, нижче подасмо когнітивний аналіз частотних метафоричних одиниць, ужитих у кризових комунікаціях.

1. Метафора ВІЙНА/КОНФЛІКТ – ЦЕ ХВОРОБА. Ця модель виявилася однією з найбільш частотних у висвітленні корупції та зовнішньої агресії. Лінгвістичні вирази, що її активують: "соціальна патологія", "метастази корупції", "політична лихоманка", "західні вакцини від російського впливу" [4]. Кількісний аналіз показав, що цей фрейм використовувався у 42% проаналізованих текстів про корупцію.

Когнітивний ефект: метафора ХВОРОБА перетворює соціальну проблему на зовнішню, чужорідну загрозу, що вимагає негайної хірургічної або медикаментозної відповіді. Вона спрощує складну соціально-економічну проблему, знімаючи з еліти відповідальність за її виникнення і перекладаючи її на абстрактний "вірус" чи "патоген". Це легітимізує жорсткі, не завжди демократичні заходи ("карантин", "ампутація").

2. Метафора ДЕРЖАВА – ЦЕ КОРАБЕЛЬ. Ця модель є домінантною у дискурсі, пов'язаному з кризовим управлінням. Приклади: "керманіч держави", "штурвал управління", "корабель пливе у штормі", "зміна курсу" [10].

Когнітивний ефект: модель КОРАБЛЯ активує когнітивний фрейм авторитарної ієрархії в умовах небезпеки. Капітан (лідер) є єдиним, хто володіє необхідними знаннями для "порятунку". Це зміцнює патерналістське

сприйняття влади та зменшує запит на демократичний контроль, виправдовуючи консолідацію влади в руках однієї особи.

3. Метафора НАЦІЯ/УКРАЇНА – ЦЕ СІМ'Я/ДІМ/ФОРТЕЦЯ.

Ця модель є ключовою для мобілізаційної та кризової комунікації в Україні. Вона апелює до базових цінностей та інтимного простору. Лінгвістичні вирази: "захист рідного дому", "ми всі одна родина", "батьківщина-мати", "ворог на порозі", "кожен на своєму фронті", "повернення додому" [4; 10] (про звільнені території). Кількісний аналіз показав, що цей фрейм використовувався у 71% проаналізованих промов Президента та офіційних звернень, що свідчить про його стратегічне значення.

Проаналізуємо когнітивний ефект. Модель СІМ'І/ДОМУ активує когнітивний фрейм найвищої цінності, що підлягає безумовному захисту. Вона миттєво запускає емоції, пов'язані з безпекою, турботою та жертівністю, сприяючи горизонтальній єдності (між членами "сім'ї") та добровільній мобілізації ресурсів (волонтерство, донати). У кризовій комунікації вона зміщує акцент з абстрактних геополітичних цілей на базові потреби виживання та захисту, що має високий прагматичний ефект у підтримці мотивації.

4. Метафора ВОРОГ/АГРЕСІЯ – ЦЕ ПАТОГЕН/ХВОРОБА/ЗЛО.

Ця модель слугує для дегуманізації та формування бінарної опозиції, що є невід'ємною частиною кризової комунікації у війні. Лінгвістичні вирази: "ракова пухлина російського впливу", "вірус пропаганди", "чума ХХІ століття", "хірургічне видалення загроз", "агресія як інфекція" [4; 10]. Когнітивний ефект: метафора ПАТОГЕН перетворює ворога на нелюдську, чужорідну загрозу, що не підлягає переговорам, а лише знищенню або "лікуванню". Це критично важливо для виправдання рішучих, часто жорстких, військових заходів і запобігання співчуттю до агресора. У кризовій комунікації це підсилює необхідність колективної "гігієни" (інформаційна безпека, контрпропаганда) та створює моральне виправдання для боротьби.

5. Метафора КРИЗА/ВІЙНА – ЦЕ ШТОРМ/НЕБЕЗПЕЧНА ПОДОРОЖ

Ця модель активізується для управління очікуваннями суспільства та підтримання довіри до військово-політичного керівництва. Приклади: "пливемо у штормі", "тримаємо курс", "вийдемо з цього тунелю", "важка ділянка шляху", "пройшли найсклад-

ніші випробування" [4; 10]. Когнітивний ефект моделі ШТОРМУ визнає небезпеку та непередбачуваність, але одночасно зміцнює ієрархію та необхідність довіри до лідерів ("капітана"), які ведуть "корабель" до безпечної гавані. Це є механізмом психологічної стабілізації, оскільки пропонує часовий фрейм (криза має початок і кінець) та підкреслює контроль над процесом з боку керівництва, протидіючи відчуттю хаосу та безпорадності.

Отримані результати підтверджують гіпотезу, що в кризовій комунікації використання обраних метафоричних доменів є цілеспрямованою стратегією для активації позитивних фреймів знань (єдність, героїзм, стійкість) та нейтралізації ворожих наративів.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що концептуальні метафори у медіадискурсі війни та кризових комуніка-

цій виступають потужним когнітивним механізмом впливу та мобілізації. Домінантні метафоричні моделі не лише спрощують реальність, а й містять приховані ідеологічні припущення, які активно використовуються для легітимізації дій та формування національної стійкості. Вивчення метафор у кризовій комунікації має критичне значення для розробки контрнарративів, спрямованих проти ворожої дезінформації.

Перспективи подальших розвідок у цьому напрямку включають:

1. Комплексний аналіз мультимодальних метафор у військовому цифровому дискурсі (меми, візуальні образи, емодзі) та їхня роль у формуванні суспільної думки.

2. Експериментальне дослідження впливу різних метафоричних фреймів на рівень тривожності та прийняття рішень реципієнтами в умовах військової загрози.

Література:

1. Баранецька А. Д. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: кризові практики. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 6, ч. 3. Київ. С. 112–119.
2. Березюк С. Метафорична концептуалізація війни в німецькому медіадискурсі: робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти. Луцьк, 2024. 76 с.
3. Бистров А. Кризові комунікації українських медіа періоду повномасштабного вторгнення: теоретичний аспект. *Журналістика в системі соціокомунікаційної діяльності*. Образ. Випуск 2 (48). Суми. 2025. С. 81–90.
«Дзеркало тижня». <https://www.ZN.UA>.
4. Мірошничено І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку*: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф., 12–13.10.2016 р. Вінниця: Вінницький державний педагогічний університет імені М. Коцюбинського. 2016. С. 227–231.
5. Осипова Є. Кризові комунікації в публічному управлінні. Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України: матеріали всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнародною участю. Київ : ВНЗ «Київський університет ринкових відносин». 2024. С. 58–60.
6. Резнікова О. Національна стійкість в умовах мінливого безпекового середовища : монографія / Ольга Олександрівна Резнікова. Київ : НІСД, 2022. 456 с.
7. Суська О. О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій масмедіа та вивчення впливу інформаційного простору на особистість людини. Слово. Символ. Текст. Одеса. 2006. С. 211–226.
8. Шепель Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк. 2017. С. 302–307.
9. «Українська правда». <https://www.uatam.org.ua/>

Дата надходження статті: 19.11.2025

Дата прийняття статті: 10.12.2025

Опубліковано: 29.12.2025