

МУЛЬТИМОДАЛЬНА КОНЦЕПТУАЛЬНА МЕТАФОРА В ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

*Шевченко І. С., доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри ділової іноземної мови та перекладу факультету іноземних мов
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна,
(Харків, Україна)*

e-mail: iryna.shevchenko@karazin.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Стаття присвячена аналізу мультимодальної концептуальної метафори в сучасному політичному медійному дискурсі на матеріалі англійської та української мов. Метою цієї розвідки є виявлення когнітивно-семіотичних механізмів метафоричного конструювання дискурсовірних концептів політичного дискурсу, а безпосереднім завданням – опис концепту ВІЙНА і пов'язаних із ним концептів УКРАЇНА, ПАРТНЕРИ УКРАЇНИ, РОСІЯ, утілених вербальними і позавербальними засобами. Матеріалом аналізу слугує новинний дискурс телеграм-каналів США й України, що висвітлює перебіг російсько-української війни за період із весни 2022 до весни 2024. Новизна статті зумовлена обранням нового об'єкта, предмета й матеріалу дослідження, а також застосуванням новітнього когнітивно-семіотичного напрямку досліджень у межах політичної лінгвістики. У результаті проведеного аналізу уточнено методологічні засади формування мультимодальної концептуальної метафори і з'ясовано механізми концептуальної метафори ВІЙНИ як дієвого способу впливу на картину світу в постах новинних телеграм-каналів. Доведено, що різні семіотичні ресурси – вербальні, графічні, синематографічні – однаково важливі для конструювання смислів телеграм-постів. Зроблено висновки про те, що мультимодальне конструювання концептуальної метафори ВІЙНИ пов'язане з концептуальною метонімією; а елементи джерела і цілі, залучені до процесу перехресного концептуального мапування, можуть належати як одній, так і різним семіотичним системам, утворюючи вербальну або візуально-вербальну концептуальну метафору.

Ключові слова: ВІЙНА, політичний медіадискурс, концептуальна метафора, концепт, мультимодальність, семіотика, телеграм-канал.

Актуальність. Концептуальна метафора відіграє помітну роль у конструюванні смислів мультимодальних новинних дискурсів політичних медіа, а надто соціальних мереж і телеграм-каналів. Сьогодні весь спектр політичних медіа України, а також англомовні медіа світу сфокусовані на російсько-українській війні і, зокрема, на дискурсовірному концепті ВІЙНА, що постає об'єктом дослідження лінгвістів, медійників, представників соціальних наук. У цій статті актуальність з'ясування механізмів мультимодального втілення концептуальної метафори ВІЙНИ і її ролі у смислотворенні підсилена обранням новітніх когнітивно-прагматичного і когнітивно-семіотичного підходів у науці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика російсько-української війни визначає зміст і дискурсовірні концепти дискурсу війни, стрижнем якого є концепт ВІЙНА / WAR. «Дискурс війни» визначений Г. Яворською як «загальні конфігурації публічних дискурсивних протиставлень, що виникають і формуються в контексті російсько-української війни. Термін вводить війну як вимір комунікації і задає перспективу, тобто ракурс погляду на смисли війни як історичної, соціальної, екзистенційної події» [3].

Із позицій політичної і когнітивної лінгвістики специфіку подання російсько-української війни в англомовній пресі проаналізувала С. Жаботинська, довівши, що основним маніпулятивним знаряддям пропаганди та ідеологічного впливу на аудиторію є емотивно навантажена мова політичних наративів [15].

У ракурсі еко- і політичної лінгвістики дискурс російсько-української війни в китайській пресі визначено як знаряддя маніпуляції і виправдання російського терору й геноциду в Україні [13].

Із позицій когнітивної прагматики виявлені типи й конфігурації семіотичних ресурсів

мультимодального представлення подій російсько-української війни в американських соціальних мережах та змодельовано сприйняття війни користувачами медіа [14]. Отже, назріла потреба з'ясувати механізми концептуальної метафори ВІЙНИ в мультимодальних постах новинних телеграм-каналів, що зумовлює **новизну** об'єкта, предмета, матеріалу та теоретичного підходу цієї розвідки.

Мета дослідження полягає в розкритті когнітивно-семіотичних механізмів формування метафори ВІЙНИ і її впливу на користувачів телеграм-каналів, для чого поставлено **наукові завдання** опису процесів концептуального мапування, прагматичного впливу і ролі окремих мовних і позамовних семіотичних ресурсів смислотворення в конструюванні смислів мультимодального інтернет-дискурсу.

Об'єктом аналізу в цій статті обрано дискурс американських телеграм-каналів «The New York Times» і «The Washington Post», які висвітлюють перебіг війни росії проти України, а також найпопулярніші телеграм-канали України, де мільйони підписників ознайомлюються з новинами і висловлюють свої думки у вигляді емоційно-реакцій. Це канали «Труха Україна» (2,78 млн підписників), «Україна сейчас» (1,7 млн), «Ukraina Online» (1,35 млн), «Реальна Війна» (1,3 млн), які публікують 40–70 постів на добу. За результатами опитування КМІС, високу популярність цих телеграм-каналів можна пояснити тим, що користувачі не лише стежать за новинами, а й ведуть вільний обмін думками в чатах.

Нині розвиток інтернет-технологій фактично перетворив телеграм-канали на різновид соціальних мереж за параметрами контенту, функцій, засобів і способів комунікації, за широтою охоплення аудиторії. Дискурс цих медіа впливає на масову свідомість, бере участь у формуванні картини світу і сам є її результатом. Це зумовило обрання **предметом аналізу** когнітивно-семіотичні процеси утворення концептуальних метафор ВІЙНИ у мультимодальному дискурсі телеграм-каналів.

Матеріалом дослідження слугували новинні пости і їхні фрагменти – мікротексти з їхніми заголовками, зображення, відео і покликання на повні тексти відповідних газет, дібрані шляхом наскрізної вибірки з указаних телеграм-каналів за період із весни 2022 до весни 2024 років.

Теоретичне підґрунтя дослідження. Аналіз концептуальної метафори в новинному дискурсі друкованих, аудіовізуальних, цифрових та мережових ЗМІ зумовлює застосування теоретичного доробку політичної лінгвістики [5; 7] загалом і медіалінгвістики зокрема. Фундаментальним положенням останньої є тлумачення дискурсу медіа як однієї з найпоширеніших форм функціонування мови в медіасфері, де мову розглядають як інтерфейс між комунікацією і соціальною практикою, як засіб впливу на картину світу носіїв мови [4].

Семіотичну складність комунікації в онлайн-медіа визначає поняття «мультимодальність» – інтегроване вживання різних модусів (інформаційних каналів) комунікації для соціального семіозису [10; 11]. Месенджери телеграм-каналів, їхні пости і реакції користувачів – це мультимодальний політичний дискурс інтерактивного характеру, утілений різними семіотичними засобами, які поєднують аудіальний і візуальний модуси смислотворення; причому за своєю роллю окремі засоби – вербальні (текст, заголовки), графічні (фото, схеми), кінематографічні та аудіальні (у відео) і гіпертекстові (у формі покликань) – є рівноправними у творенні сукупного смислу [1]. Відповідно, застосування **методів** когнітивно-семіотичного аналізу дає змогу встановити семіотичні ресурси актуалізації смислів, а мультимодального аналізу [8; 9] – виявити й описати конфігурації семіотичних засобів і стратегії розгортання інформації, що слугують конструюванню смислів.

За Ч. Форсвілем, концептуальну метафору виокремлюють з-поміж інших споріднених явищ за критеріями контексту (ураховуючи контекст, у якому вони мають місце, два явища, залучені до метафори, належать до різних категорій / доменів); за сутністю перехресних ментальних операцій (адресат переосмислює два явища – ціль і джерело, абстрактне і конкретне – шляхом мапування ознак і конотацій джерела в термінах цілі); та за механізмом перехресного мапування (джерело і ціль здатні бути втіленими більш ніж однією системою мовних і немовних знаків за участі різних модусів) [6, с. 469].

Семіотичний параметр дає змогу виокремити різновиди мультимодальної концептуальної метафори: вербальну та вербально-візуальну. За даними англомовних досліджень, вербально-візуальна метафора, утілена одночасно мовними і позамовними семіотичними ресурсами, є дієвим засобом соціально-прагматичного впливу інтернет-дискурсу [12].

Виклад основного матеріалу. Структурований згідно з когнітивним фреймом бойового зіткнення, концепт ВІЙНА охоплює слоти, чиє наповнення відповідає війні росії проти України: це СТОРОНИ збройної боротьби (УКРАЇНА, РОСІЯ); їхні ПАРТНЕРИ і союзники; ЦІЛІ ВІЙНИ (різні для України й агресора: захист або знищення суверенної України, підтримка демократії або злам світопорядку на користь росії); ІНТЕНСИВНІСТЬ боротьби; ПРОСТОРОВІ та ЧАСОВІ характеристики збройної боротьби; СПОСОБИ і ЗАСОБИ ведення бойових дій; кінцевий РЕЗУЛЬТАТ [2; 14].

Для концептуалізації ВІЙНИ основоположний принцип метафори – подібність – реалізований як у прямому, так й у зворотному напрямках зв'язку між елементами смислу, тобто ВІЙНА постає і ціллю, і джерелом концептуальної метафори. Усвідомлення невідповідності між ціллю та джерелом викликає раціональну оцінку, яку в медійному дискурсі зазвичай супроводжує емоційна оцінка, задана невербально. Приклади (a–f) демонструють вербальний і вербально-візуальний різновиди концептуальної метафори ВІЙНИ як цілі або джерела метафор і типові конфігурації семіотичних засобів конструювання смислів.

Вербальна концептуальна метафора ВІЙНИ в медіа нерідко має візуальний супровід, однак перехресне мапування елементів джерела і цілі реалізовано вербально. У прикладі (a) референційна метафора ПАРТІЯ – ЦЕ ЗНАРЯДДЯ ВІЙНИ втілена в мікротексті посту телеграм-каналу; вона є результатом перехресного мапування концепту ПОЛІТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ (ціль) і ЗНАРЯДДЯ ВПЛИВУ агресора (джерело):

(a) *Far Right's Ties to Russia Sow Rising Alarm in Germany* (<https://nyti.ms/3JkdAKQ>)

As cases proliferate, opponents fear the Alternative for Germany party is becoming a tool of Russian influence operations to undermine support for Ukraine (4).

У прикладі (a) заголовок є покликанням на повний текст газетної статті про протести в Берліні, а фотографія, що передує мікротекстові телеграм-каналу (*площа старовинного міста, вицент заповнена протестувальниками*) висвітлює події в Ростокі, Німеччина, у січні (*A protest against the Alternative for Germany party, or AfD, in January in Rostock, Germany. It was one of many around the country*).

Відповідно до типології розгортання інформації в мультимодальному дискурсі Дж. Лакоффа і М. Тернера [10], у прикладі (a) вербально подана інформація про партію прибічників росії зазнає візуалізації або акцентуації (accentuation) та розроблення (elaboration) – фото додає нову інформацію про суміжний концепт ПРОТЕСТ (про масовість протестів проти підтримки агресора в Німеччині).

У пості *The New York Times* про Запорізьку АЕС, пошкоджену ворожими дронами у 2024 році (приклад b), вербальна інформація «зіштовхується» з візуальною. Ментальний образ ВІЙНИ утворюють візуальний і вербальний модуси шляхом взаємодії графічного, вербально-текстового та гіпертекстового (назва-покликання) семіотичних ресурсів. У мікротексті концептуальна метафора ВІЙНА – ЦЕ ЯДЕРНА КАТАСТРОФА утворена проєктуванням вербалізованих когнітивних ознак джерела (домен ЯДЕРНА КАТАСТРОФА) на цільовий домен ВІЙНА:

(b) *'...reckless attacks significantly increase the risk of a major nuclear accident'* (3).

Графічні засоби (зображення людей, тихої вулиці села й атомної станції на горизонті) емоційно підсилюють вербалізовану метафору через різкий контраст загрозливого смислу мікротексту і мирного життя на світліні. У цьому пості графічно подана інформація піддає сумніву вербалізовану; це розгортання інформації за типом зіштовхування (questioning) [10].

В українських телеграм-каналах емоційна оцінка ВОРОГА подекуди набуває сатиричного забарвлення, зокрема, висміяно штампи ворожої пропаганди про неіснуючі «біолабораторії» і «бойових комарів / голубів» на озброєнні ЗСУ. У прикладі (c) така емоція супроводжує референційну метафору ЗБРОЯ – ЦЕ КОМАРІ:

(c) *На бронетехніку окупантів встановлено новітній захист від комарів та біолабораторій США. Якщо впаде в річку – ще й карасів наловить* (2).

Текст посту (с) супроводжує графіка – фото старого рашистського танка, обмотаного сіткою. Смісл, поданий графічно, «зіштовхується» з вербальною інформацією про псевдоновітній захист, що висміює застарілу техніку окупантів.

Вербально втілено й метафору-персоніфікацію. У прикладі (d) це перехресне мапування цілі (ВІЙНА) та джерела (ІСТОТА, здатна збільшувати мілітарні витрати). На відміну від втілення метафори в мікротексті (b), у прикладі (d) перехресне мапування втілене в заголовку-посиланні, який передеу мікротексту:

(d) *Ukraine War Helped Push World Military Spending to 35-Year High, Study Says* (<https://nyti.ms/3UqDd2S>)

The world spent more on military costs and weapons in 2023 than it had in 35 years, driven in part by the war in Ukraine and the threat of an expanded Russian invasion, according to an independent analysis (4).

У прикладі (d) ціль і джерело належать різним доменам й утворюють концептуальну метафору ВІЙНА – ЦЕ ЖИВА ІСТОТА. Цей пост вмщує зображення українських бійців, які заряджають гаубицю на лінії фронту. Таке зображення не потребує переосмислення й слугує візуалізації концепту ОЗБРОЄННЯ.

У вербально-візуальній концептуальній метафорі ВІЙНИ перехресне мапування елементів смислу реалізоване одночасно вербальними і невербальними (фото / відео) засобами. У новинному медіадискурсі концептуальна метафора ВІЙНИ найчастіше представлена комплексом вербальних і графічних засобів. Наприклад, у мікротексті (e) КОЛІР (домен-джерело) мапується на РЕЗУЛЬТАТ ВІЙНИ (домен-ціль) і формує концептуальну метафору ПОРАЗКА – ЦЕ МОРОК:

(e) *From the battlefield to battered cities, soldiers and civilians are counting on Congress to approve \$60 billion in military support. Without it, Ukrainian officials say, its prospects in the war are grim* (5).

Графічні засоби посту також утілюють метафору НЕСТАЧА ОЗБРОЄННЯ – ЦЕ МОРОК: на світліні зображено затемнений бліндаж, у якому українські захисники напружено чекають можливості застосувати зброю проти армії окупанта (5).

Вербально-візуальна концептуальна метафора в медіа зазвичай пов'язана з метонімією. Типовим прикладом є численні фото і відео Президента Володимира Зеленського, який після 22.02.2024 завжди постає вдягненим у светр із символікою України, кросівки; домінує армійська кольорова гама хакі. Цей імідж Президента вже набув ментального укорінення в глядачів; він формує концептуальну метафору – результат мапування джерела ВОІН на ціль ПРЕЗИДЕНТ. Метафору ПРЕЗИДЕНТ – ЦЕ ВОІН емоційно підсилює протиставлення нового іміджу В. Зеленського й стереотипного уявлення про європейського політика мирного часу, який асоціюється з костюмом, сорочкою, краваткою, чисто поголеним обличчям. Ця метафора ґрунтована на метонімії – ЗОВНІШНІСТЬ ОСОБИ ЗАМІСТЬ ОСОБИ.

У соціальних мережах, зокрема в щоденних зверненнях Президента Зеленського до країни, концептуальна метафора ПРЕЗИДЕНТ – ЦЕ ВОІН реалізована поєднанням кінематографічних і вербальних засобів. Цю метафору характеризує інтердискурсивність – взаємопроникнення військового і політичного дискурсів, коли армійська тематика і стилістика проникає в мову очільника держави:

(f) *«Бажаю здоров'я, шановні українці, українки!*

Сьогодні був дуже довгий день, більшість часу – саме військовим питанням.

Провів Ставку. Зокрема, були доповіді щодо роботи нашого ОПК – довгострокових контрактів, які вже є та вже працюють і які ще потребують окремої уваги, більшої уваги. Кожен в уряді України, в наших Силах оборони чітко розуміє поставлені завдання...» (1).

У прикладі (f) армійська стилістика (військове вітання, стереотипна «рублена» мова армійських наказів і зведень, виключення емоційного стилістичного компонента, прості речення з опущеним підметом «я») накладена на стилістику політичної промови, що формує концептуальну метафору ПРЕЗИДЕНТ – ЦЕ ВОІН.

Кінематографічні засоби відеозвернень акцентують концептуальну метафору ПРЕЗИДЕНТ – ЦЕ ВОЇН завдяки специфічному зніманню: здебільшого це статична камера, передній крупний план мовця, стримане світлотіньове рішення кадру, відсутність кольорових акцентів, перевага відтінків зеленого й подекуди жовтого та синього на білому фоні. Із відеозвернень президента практично виключений червоний колір, який може асоціюватися з кольором країни-агресора (рис.1).



Рис. 1 Відеозвернення Президента Володимира Зеленського (1).

Висновки і перспектива дослідження. Мультимодальна концептуальна метафора ВІЙНИ стала дієвим засобом конструювання смислів і впливу на картину світу в англійському та українському політичному медіадискурсі телеграм-каналів. Проведене дослідження метафоризації ВІЙНИ та пов'язаних концептів, представлених вербальними, графічними та кінематографічними семіотичними засобами, виявило два різновиди метафори: вербальну і вербально-візуальну. У першій перехресно маповано елементи смислів джерела і цілі, вербалізованих у мікротекстах та/або заголовках постів; у другій метафорично переосмислено елементи, утілені й вербально, і позавербально (графічними / кінематографічними засобами). Застосування когнітивно-семіотичного підходу до аналізу дискурсу цифрових медіа також виявило характерні для телеграм-каналів процеси розгортання інформації – акцентуацію, деталізацію, зіштовхування тощо, які супроводжують конструювання смислів у постах; і типові для телеграм-каналів концептуальні метафори, серед яких ПРЕЗИДЕНТ УКРАЇНИ – ЦЕ ВОЇН, ВІЙНА – ЦЕ ЯДЕРНА КАТАСТРОФА та ін., причому мультимодальне тлумачення концептуальних метафор ВІЙНИ нерідко пов'язане з концептуальною метонімією.

Проведена розвідка, її результати й висновки відкривають перспективи подальшого дослідження мультимодальної концептуальної метафори й метонімії в медійному дискурсі на матеріалі української, англійської та інших мов.

Список використаної літератури

1. Шевченко І. С. Сценарії смислотворення в медіадискурсі: когнітивний і мультимодальний аналіз. *Вісник Херсонського державного університету. Серія «Германістика та міжкультурна комунікація»*. 2023. № 1. С. 99–106. URL : <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2023-1-14>.
2. Яворська Г. М. Гібридна війна як дискурсивний конструкт. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4. С. 41–48.
3. Яворська Г. Дискурс війни (кілька методологічних питань). *Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика* : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2024. С. 211–228.
4. Castells M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*. 2007. № 1. P. 238–266.
5. Dinstein Y. War, Aggression and Self-Defence. 6th ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 438 p.
6. Forceville C. Metaphor in pictures and multimodal representations. In: R. W. Gibbs, Jr. (Ed.). *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. P. 462–482.
7. Hodges A. (Ed.) Discourses of War and Peace. Oxford : Oxford University Press, 2013. 304 p.
8. Kress G. Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication. London; New York : Routledge, 2010. 212 p.
9. Krysanova T. Constructing negative emotions in cinematic discourse: a cognitive-pragmatic perspective. *Cognition, communication, discourse*. 2019. № 19. P. 55–77. URL : <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-04>.
10. Lakoff G., Turner M. *More than cool reason. A field guide to poetic metaphor*. Chicago & London : The University of Chicago Press, 1989. 230 p.

11. Lüger H. Media Linguistics: Interfaces to Media and Communication Studies. In : K. Bedijs & C. Maaß (Eds.). *Manual of Romance Languages in the Media*. Berlin; Boston : DeGruyter, 2017. P. 10–32. URL : <https://doi.org/10.1515/9783110314755-002>.
12. Martynyuk A., Meleshchenko O. Twitter-based multimodal metaphorical memes portraying Donald Trump. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. 2019. V. 4(2). P. 128–167.
13. McCarthy S., CNN's Beijing Bureau (10 March, 2022). China's promotion of Russian disinformation indicates where its loyalties lie. CNN. URL : <https://edition.cnn.com/2022/03/10/china/china-russia-disinformation-campaign-ukraine-intl-dst-hnk/index.html> (date of access 27 June, 2022).
14. Shevchenko I. American social media on the Russia-Ukraine war: A multimodal vantage point. *Cognition, communication, discourse*. 2022. № 25. P. 65–79. URL : <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-05>.
15. Zhabotynska S., Brynko A. Emotive lexicon of the political narrative: Ukraine and the West in Chinese media. *Cognition, communication, discourse*. 2022. № 25. P. 89–118. URL : <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-07>.

Список використаних джерел

1. Президент України Володимир Зеленський. Чотири пріоритети: ППО, сучасна артилерія, далекобійність і щоб допомога від США прибула якнайшвидше. Звернення Президента 22 квітня 2024 року / Офіційне інтернет-представництво. URL : <https://www.president.gov.ua/news/chotiri-prioriteti-ppo-suchasna-artileriya-dalekobijnist-i-s-90485>.
2. Труха. Україна. (2023, червень 29). На росії появился очередной «аналоговнет» – курятники на колесах. [Telegram пост]. URL : <https://t.me/truexanewsua/76005>.
3. The New York Times. (2024, April 8). U. N. Inspectors Say Nuclear Plant in Ukraine Was Struck by Drones [Telegram пост]. URL : <https://t.me/nytimes/3083>.
4. The New York Times. (2024, April 15). Far Right's Ties to Russia Sow Rising Alarm in Germany (<https://nyti.ms/3JkdAKQ>) [Telegram пост]. URL : <https://t.me/nytimes/3095>.
5. The New York Times. (2024, March 19). Ukrainians Wait, Nervously, to See if U. S. Will Provide Critical Aid [Telegram пост]. URL : <https://t.me/nytimes/3100>.

References

1. Shevchenko, I. S. (2023). Stsenarii smyslotvorennia v mediadyskursi: kohnityvnyi i multymodalnyi analiz [Meaning-making scenarios in media discourse: cognitive and multimodal analysis]. In : *Visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Hermanistyka ta mizhkulturna komunikatsiia»* [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Germanic Study and Intercultural Communication], (1), 99–106. Available at: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2023-1-14> (in Ukr.)
2. Yavorska, G. M. (2016). Gibrydna vijna yak dyskursyvnyj konstrukt [Hybrid war as a discursive construct]. In: *Stratehichni priorytety* [Strategic priorities], (4), 41–48 (in Ukr.).
3. Yavorska, G. (2024). Dyskurs viiny (kilka metodolohichnykh pytan) [Discourse of war (several methodological issues)]. In: *Mova i vijna: dynamika movnoyi systemy i movna polityka* [Language and war: the dynamics of the language system and language policy]. Kyiv: Dmytro Burago Publishing House, 211–228 (in Ukr.).
4. Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. In: *International Journal of Communication*, (1), 238–266 (in Eng.).
5. Dinstein, Y. (2017). *War, Aggression and Self-Defence*. 6th ed. Cambridge: Cambridge University Press, 405 (in Eng.).
6. Forceville, C. (2008). Metaphor in pictures and multimodal representations. In: R. W. Gibbs, Jr. (Ed.). *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 462–482 (in Eng.).
7. Hodges, A. (Ed.). (2013). *Discourses of War and Peace*. Oxford University Press, 304 (in Eng.).
8. Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London & New York: Routledge, 212 (in Eng.).
9. Krysanova, T. (2019). Constructing negative emotions in cinematic discourse: a cognitive-pragmatic perspective. In: *Cognition, communication, discourse*, (19), 55–77. Available at: <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-04> (in Eng.).
10. Lakoff, G. & Turner, M. (1989). *More than cool reason. A field guide to poetic metaphor*. Chicago & London: The University of Chicago Press, 230 (in Eng.).
11. Lüger, H. (2017). Media Linguistics: Interfaces to Media and Communication Studies. In: K. Bedijs & C. Maaß (Eds.). *Manual of Romance Languages in the Media*. Berlin, Boston: DeGruyter, 10–32. Available at: <https://doi.org/10.1515/9783110314755-002> (in Eng.).
12. Martynyuk, A. & Meleshchenko, O. (2019). Twitter-based multimodal metaphorical memes portraying Donald Trump. In: *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, 4(2), 128–167 (in Eng.).
13. McCarthy, S., & CNN's Beijing Bureau (10 March, 2022). China's promotion of Russian disinformation indicates where its loyalties lie. CNN. Retrieved 27 June, 2022. Available at: <https://edition.cnn.com/2022/03/10/china/china-russia-disinformation-campaign-ukraine-intl-dst-hnk/index.html> (in Eng.).

14. Shevchenko, I. (2022). American social media on the Russia-Ukraine war: A multimodal vantage point. In: *Cognition, communication, discourse*, (25), 65–79. Available at: <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-05> (in Eng.).
15. Zhabotyńska, S. & Brynko, A. (2022). Emotive lexicon of the political narrative: Ukraine and the West in Chinese media. In: *Cognition, communication, discourse*, (25), 89–118. Available at: <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-07> (in Eng.).

MULTIMODAL CONCEPTUAL METAPHOR IN POLITICAL MEDIA DISCOURSE

*Iryna Shevchenko, Doctor of Sciences in Linguistics, Professor, Head of ESP and Translation Department,
V. N. Karazin Kharkiv National University
(Kharkiv, Ukraine)*

e-mail: iryna.shevchenko@karazin.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Researcher ID AAB-7671-2020

Abstract. Introduction. *This article addresses the multimodal conceptual metaphor in the modern English and Ukrainian political media discourse.*

Purpose. *The purpose of this study is to identify the cognitive-semiotic mechanisms of metaphorical construction of discourse-generating concepts of political discourse in social networks. To reach this aim, an immediate task of this research is to describe the concept of WAR and related concepts of UKRAINE, PARTNERS OF UKRAINE, RUSSIA presented through visual and audial modes by verbal, graphic, and cinematic semiotic resources. The material for the analysis was drawn from the news discourse of American and Ukrainian Telegram channels, which cover the course of the Russia-Ukraine war for the period from spring 2022 to spring 2024.*

Results. *This present study helped clarify the methodological principles of the formation of a multimodal conceptual metaphor. The research made it possible to single out mechanisms of cross-mapping underlying the multimodal conceptual metaphor of WAR as an effective way of influencing the users' world construals by verbal, visual, and cinematic semiotic resources in the posts of news telegram channels.*

Originality. *The novelty of this study lies in the choice of its object, subject, and material, as well as a cognitive-semiotic framework of their analysis. Today, a cognitive-semiotic approach to the online media discourse opens up new perspectives for political linguistics.*

Conclusions. *In the posts Ukrainian and English telegram news channels, both verbal and visual semiotic resources are able to construct conceptual metaphors of WAR, The mechanism of multimodal construction of conceptual metaphors of WAR is related to conceptual metonymy. I claim that in the multimodal media discourse, the target concept of WAR and source elements involved in the process of cross-mapping can belong to the same or different semiotic systems, thus forming a verbal or hybrid visual-verbal conceptual metaphor.*

Key words: *WAR, political media discourse, conceptual metaphor, concept, multimodality, semiotics, Telegram channel.*

Надійшла до редакції: 17.02.24.

Прийнято до друку: 21.03.24