

Чернишова Т. О.

Харківський національний університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба

МЕТОНІМІЯ ЯК МОВНИЙ ПРИЙОМ КОГНІТИВНОЇ КОНТРПРОПАГАНДИ В РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ

Обґрунтовано значущість метонімії як ефективного мовного прийому когнітивної контрпропаганди в умовах консцієнтального конфлікту сучасної російсько-української війни. Обумовлено продуктивність когнітивної контрпропаганди, спрямованої на свідомість громадян своєї країни з метою сформувати належний «імунітет» проти шкідливого пропагандистського впливу суперника. Визначено, що сучасна доба постправди є сприятливим підґрунтям для впливу метонімії на свідомість масової людини. Показано, що метонімія має значний потенціал впливу на свідомість, оскільки домени джерела та цілі перебувають в одній когнітивній моделі. Доведено лінгвокогнітивний потенціал метонімії у формуванні думки масової людини в аспекті «імунізації» проти шкідливого маніпулятивного впливу агресора. У світлі теорії ідеалізованої когнітивної моделі (ІКМ) охарактеризовано приклади концептуальних відношень в межах різних ІКМ, які є найбільш поширеними та продуктивними для подання інформації в ЗМІ в контексті російсько-української війни. Обґрунтовано, що продуктивними в контексті когнітивної контрпропаганди є метонімія «місце замість події» (актуалізація топонімів та закріплення в суспільній свідомості чіткого зв'язку між його назвою та важливою подією війни); «країна замість її мешканців» (забезпечення нечіткості повідомлення задля позитивної чи негативної інтерпретації); «місце замість інституції або окремих членів (члена) такої інституції» (створення предметного образу «центру зла», знищення якого символізує демонтаж ідеологічної системи); «контролюючий замість контрольованого» (укорінення в масовій свідомості конкретного образу винуватця всіх втрат українського народу); «контрольований замість контролюючого» («олюднення» техніки та зброї, які є надважливими для досягнення Україною перемоги).

Ключові слова: метонімія, ідеалізована когнітивна модель (ІКМ), когнітивна контрпропаганда, консцієнтальний конфлікт, постправда.

Постановка проблеми. У контексті сучасної російсько-української війни боротьба за свідомість людей (і головне – перемога в цій боротьбі) стає надзвичайно важливою для кожної протиборчої сторони. Саме тому значно зростає значення контрпропаганди як діяльності, спрямованої на зменшення або нейтралізацію шкідливого пропагандистського впливу держави-агресора. Контрпропагандистська діяльність не обмежується спрямуванням на фізичну інфраструктуру та медійний контент супротивника – не менш значущим є управління процесами сприйняття як українських громадян, так і громадян країни-суперника. Серед численних контрпропагандистських прийомів заслуговує на окрему увагу вербалізація дійсності медійними засобами з використанням метонімії, яка дозволяє формувати суспільну думку в потрібному для протистояння агресорові напрямку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ми розглядаємо метонімію у світлі когнітивної лінгвістики, а саме як частину повсякденного мислення людини, що ґрунтується на повсякденному досвіді та структурує думки й дії (за Дж. Лакоффом). Міцну та незаперечну роль метонімії в мові та комунікації продемонстровано в працях А. Барселони (2000), З. Ковечеша і Г. Раддена (2007), В. Крофта (2002), К. Лангакера (1993), Ж. Літлмор (2015) та ін. Саме цими дослідниками визначено метонімічний характер мови, оскільки природне прагнення мовця висловлюватися про ті речі, які мають для нього «більше когнітивне значення», стає причиною метонімічних висловів, що дають змогу «людині згадати про сутність, яка має більше когнітивне значення і простіше мовне вираження, тим самим викликавши уявлення про іншу сутність, менш виділену або зі складнішим позначенням» [12, р. 30]. Плідними в контексті

нашого дослідження є студії сучасних закордонних лінгвістів А. Саламурович (A. Salamurović, 2017) та Х. Жодар-Санчеса (J. A. Jodar-Sanchez, 2020), у яких метонімія розглядається крізь призму політичного дискурсу та людської інтеракції. Студії вітчизняних учених присвячуються дослідженню функціонування метонімів у сучасних медіатекстах (Г. Гецько, В. Зайцева), лінгвокогнітивних характеристик метонімії у світлі теорії ідеалізованої когнітивної моделі (І. Качур), мовних, психологічних та когнітивних аспектів метонімічних перенесень (О. Гапченко) та ін.

Метою статті є обґрунтування положення про ефективність використання метонімії як ефективного мовного прийому когнітивної контрпропаганди в сучасній російсько-українській війні.

Виклад основного матеріалу.

Важливим елементом російсько-української війни, фаза відкритого збройного протистояння якої розпочалася 24 лютого 2022 року, є консцієнтальний конфлікт, що тлумачиться вітчизняними науковцями як «війна на ураження свідомості, руйнування ідентичності, а також самої здатності людини до самоідентифікації» [6, с. 6]. Здійснюється таке ураження за допомогою інформаційно-технічної та інформаційно-психологічної зброї, тобто різноманітними засобами, що дозволяють як суто фізично впливати на системи створення та поширення інформації (нищити, руйнувати, втручатися в роботу комп'ютерних алгоритмів тощо), так і різними способами оперувати самим інформаційним контентом (блокувати, обмежувати, дискредитувати, спотворювати тощо).

Сучасна людина, яка живе в добу постправди, тобто в ситуації безлічі «правд» та відсутності колишнього централізованого джерела «правдопостачання», у більшості випадків отримує від засобів масової інформації певну інтерпретацію реальності. Не маючи змоги бути очевидцем події, людина споживає ті «правди» про неї (здебільшого – суперечливі), які надаються численними каналами масової комунікації. Емпірично ситуація постправди, на думку автора відповідної статті в Оксфордській дослідницькій енциклопедії (2018), має прояв у «постійній дискурсивній одержимості та звинуваченнях в нещирості, особливо в брехні, а також у суспільній нестабільності та породжуваній нею недовірі» [9]. Маркерами постправди автор вважає поширення фейків та індустрію фактчекінгу, збільшення «численних міжнародних досліджень, що вимірюють недовіру (до різних інституцій та акторів)», матеріальний вплив «неправдивих або навмисно оманливих заяв

та емоційно забарвленої громадської думки, яку вони породжують» тощо [9]. Можна стверджувати, що постправа є новим своєрідним видом пропаганди, оскільки формує для масового споживача таку «об'єктивну» реальність, яка б, з одного боку, максимально задовольняла його емоційно, не вимагала ґрунтовного осмислення, а з другого боку – відповідала інтересам замовників, а саме зацікавлених соціальних груп і політичних сил. Нове буття правди стає можливим саме завдяки сучасній масовій людині, яка переважно не прагне критичного осмислення реальності й «має потребу не тільки в готовій інформації, але й часто в готових інтерпретаціях і оцінках» [7, с. 7]. Безумовно, це створює благодатний ґрунт для маніпуляції масовою свідомістю, проте, з іншого боку, може бути тим фактором, який посприяє контрпропагандистським зусиллям під час війни.

У контексті вивчення контрпропагандистської діяльності заслуговує на увагу точка зору американського дослідника Скотта Бродо, який справедливо вважає найефективнішою так звану когнітивну контрпропаганду, філософія якої «частково спирається на захист від ворожої пропаганди» через управління свідомістю [8, р. 69]. Не заперечуючи значення контрпропаганди, спрямованої на фізичну інфраструктуру та контент, учений при цьому зазначає, що саме когнітивна контрпропаганда може дати фантастичні результати. Ґрунтована на когнітивних факторах, вона спрямована на свідомість громадян своєї країни з метою сформувати належний «іммунітет», не дозволити противникові в консцієнтальній війні реалізувати переважну мету – змінити свідомість опонента, унаслідок чого має відбутися розмивання його ціннісних орієнтирів та ідентифікації, що призведе до руйнації «того суб'єкта, який може вести війну і здатний розробляти й ставити стратегічні цілі» [3, с. 202]. А оскільки важливим інструментом цієї війни стає слово, мова, сугестивна функція якої висувається на перший план, то реалізація процесу «іммунізації» полягає передовсім у такому мовному оформленні інформації, яке б відповідало когнітивним здібностям масової людини й водночас формувало їх в потрібному для протистояння агресорові напрямку. Метонімію в цьому контексті можна й потрібно, на нашу думку, розглядати як той мовний прийом когнітивної контрпропаганди, що дозволяє належним чином концептуалізувати та категоризувати реальність.

Вітчизняна політологиня Л. Климанська, аналізуючи конструктивний потенціал метафори в політиці вирішення соціальних проблем, зазна-

чає, що метафора оперує концептами, «зміст яких утілено у буденній свідомості носіїв мовлення», а метафорична картина світу «світу охоплює ті фрагменти мовної картини світу, які пов'язані з індивідом та його діяльністю» [5, с. 19]. Такий самий потенціал, очевидно, має й метонімія, яка, на думку розробника ідеалізованої когнітивної моделі (ІКМ) Дж. Лакоффа створюється, коли одна концептуальна сутність, відома як ціль, розуміється за допомогою іншої концептуальної сутності, яка називається джерелом [11]. Це відбувається в одній ІКМ. З. Ковечеш визначає метонімію як «когнітивний процес, у якому одна концептуальна сутність, засіб, забезпечує ментальний доступ до іншої концептуальної сутності, цілі, в межах тієї самої ідеалізованої когнітивної моделі» [13, р. 337].

Тут важливо зазначити, що метонімія як мовний засіб когнітивної контрпропаганди є, на нашу думку, більш продуктивною за метафору, оскільки метонімічні відношення формуються за суміжністю, тобто джерело та ціль такої взаємодії лежать в одній площині: «когнітивна природа метонімії полягає в застосуванні знака одного поняття на позначення іншого в межах однієї ситуації або предметної сфери (метафора, як відомо, завжди обирає знаки з іншої сфери або ситуації)» [2, с. 58]. Метафору, яка застосовує два концептуальні домени, потрібно декодувати, витрачаючи на це інтелектуальні зусилля, у той час як метонімічні зв'язки формуються якраз для того, щоб спростити ситуацію до одного елемента й підкреслити інформаційно важливе.

Основу метонімічних відношень складає людський досвід, обумовлений як безпосередньою взаємодією зі світом та іншими людьми, так і антропоцентричним поглядом на світ [13]. Звідси впливає легкість створення та розуміння метонімічних перенесень, а отже й їхнє свідоме використання як такого прийому контрпропаганди, що спрямований на когнітивну сферу, на управління сприйняттям. Серед когнітивних принципів, якими мотивується вибір цілі та джерела в метонімічних відношеннях, З. Ковечеш визначає передовсім перевагу «суб'єктивного над об'єктивним», «конкретного над абстрактним», «функціонального над нефункціональним», «конкретного над загальним», «обмеженого над необмеженим», «стереотипного над нестереотипним» тощо [13]. Отже, у наведених принципах бачимо пріоритет реального, фактичного, конкретного досвіду, урахування якого дозволяє без проблем регулювати цілеспрямований вибір бажаного

метонімічного засобу для досягнення певної соціальної мети (у нашому випадку – впливу на свідомість з метою «імунізації» проти шкідливого пропагандистського впливу агресора).

І. Качур, характеризує такі дискурсивні функції метонімії, як створення позитивної та негативної інтерпретації, евфемізації, створення нечіткості повідомлення, формування стереотипів тощо, зауважує, що всі вони є підвидами ширшої та загальнішої функції метонімії – функції впливу на громадську думку [4, с. 66–67]. Також дослідниця зазначає, що метонімія має більший за метафору маніпулятивний потенціал за рахунок певної природності у створенні та переважної неусвідомленості учасниками спілкування.

Найбільш продуктивною, на наш погляд, у контексті створення метонімічних відношень з метою «імунізації» є ІКМ місця: «місця часто асоціюються з людьми, які там живуть, відомими установами, розташованими там, подіями, які там відбуваються або відбувалися» [13, р. 351]. В інформаційному полі російсько-української війни вже сформувалися такі метоніми, тобто топонімічні назви, які асоціюються з відомими, добре упізнаваними подіями. Наведемо лише кілька репрезентативних прикладів, хоча «завдяки» окупанту їх, безумовно, значно більше. Це назва міста Буча, яка отримала свою сумну відомість через масові вбивства окупантами цивільного місцевого населення, а також стала позначати нелюдську поведінку окупаційних військ загалом, як-от у вислові українського військового експерта О. Жданова «Буча триває і там» стосовно фізичного насилля та згвалтування співробітниць ЗАЕС (tsn.ua, 02.09.2022). Перша леді України Олена Зеленська, виступаючи на міжнародній конференції United for Justice: Bucha – The Hague (2023), наголосила на тому, щоб «слово «Буча» означало не лише трагедію, а й невідворотність покарання» (president.gov.ua, 31.03.2023). Так само назва українського заводу «Азовсталь», розташованого в окупованому нині Маріуполі, після відомих подій героїчної багатоденної оборони українськими захисниками, стала метонімом стійкості та незламності. «Допоможіть Азовсталі!»: закликав Олег Псюк зі сцени Євробачення 2022 (unian.ua, 15.05.2022). Подібні метонімічні відношення між назвою місця та подією, яка там відбулася, складаються під час вживання метоніма Бахмут. Тут слід також зазначити, що використання хештегів (ключових слів чи фраз, якими маркують повідомлення в соціальних мережах) є проявом знакової метонімії, де «форма метонімічно співвідноситься з поняттям, яке вона позначає» [13, р. 339]: «Пре-

зидент України Володимир Зеленський закликав українців, де б вони не були, підтримати героїв, що захищають Бахмут, за допомогою хештега #фортецябахмут» (tsn.ua, 20.12.2022). Отже, завдяки своїй референційній здатності метонімія актуалізує топонім та закріплює в комунікації чіткий зв'язок між його назвою та важливою подією, що його стосується. А. Саламурович зауважує, що такі метоніми «здебільшого супроводжуються атрибутами (прикметниками, іменниками, дієприкметниками, утвореними на основі метонімії) і використовуються для оцінки висловлюваного, ... сприяють формуванню колективної пам'яті, (ре)продукуючи, таким чином, панівну та/або привілейовану ідеологічну позицію» [14, р. 194]: Бахмут – «фортеця»; Харків – «залізобетон», «Азов-сталь», Чорнобаївка – «місце сили», «український бермудський трикутник», «пекло», «прокляття» тощо.

Продуктивними в контексті когнітивної контрпропаганди є метонімічні перенесення «країна замість її мешканців». І. Качур зауважує, що подібні метонімічні відношення формуються для забезпечення нечіткості повідомлення [4, с. 66-67]. Це може мати за мету позитивну чи негативну репрезентацію. Щодо росії вона має бути негативною, тому використання метонімії, про яку йдеться, спрямовані на перекладання всього тягаря відповідальності на країну з усіма її мешканцями в цілому: «росія за добу завдала 32 авіаудари» (susplne.media, 19.06.2023), «росія вбиває та завдає поранень українським дітям» (president.gov.ua, 31.05.2023), «росія нищить усе живе не тільки в Україні, а й на планеті Земля, ... краде воду не лише в Україні, а й в усього світу» (ukurier.gov.ua, 30.03.2023), «росіяни вбивають українських військовополонених» (24tv.ua, 27.04.2023) тощо. Метонімічний зсув у всіх наведених випадках формується від «частини» до «цілого» таким чином, щоб дискредитувати не тільки безпосередньо винних у злочинах (зрозуміло, що їх скоюють конкретні люди, а саме російські військові), але й країну в цілому та всіх її мешканців, незалежно від їхньої причетності до збройної агресії. У багатьох випадках така метонімія ще додатково візуалізується за допомогою плакатів, інфографіки тощо та надійніше закріплюється в суспільній свідомості.

У контексті вищезазначеного висновку слід зауважити, що з самого початку повномасштабного вторгнення в українських засобах масової комунікації почала поширюватися та поступово зміцнюватися думка про те, що «гарних росіян» не існує. Так, авторитетний український медіа-

портал «Детектор медіа» спростував 10 найпопулярніших виправдань пересічних росіян та обґрунтував, чому кожен росіянин відповідальний за війну: усі, хто ідентифікують себе з росією (представляють її на міжнародній арені, підписані на російських політичних блогерів та експертів, сплачують податки, навіть якщо виступають проти війни тощо), тією чи іншою мірою винні в цій агресії (detector.media, 11.03.2022). Нещодавно таку думку, яку відтепер можна вважати офіційною позицією керівництва української держави, висловив в інтерв'ю журналісту Д. Комарову голова Офісу Президента А. Єрмак: «Немає добрих росіян, поганих росіян. Сьогодні вони всі відповідальні. Сто відсотків населення росії відповідальні за війну в Україні... Є вбивці, які повинні повністю відповідати за свої злочини. І є люди, які мовчали, але завдяки їхньому мовчанням все це сталося» (slovoidilo.ua, 03.06.2023).

Позитивна інтерпретація в метонімічних відношеннях ІКМ місця створюється за використання метоніма «Україна» на позначення її населення, яке стійко та героїчно протистоїть ворогові, а також і керівництва, що діє від імені та в інтересах громадян. При цьому якщо «росія» асоціюється з виною та відповідальністю її керівництва та громадян, то «україна» – із захистом не лише національних, а й європейських цінностей, як-от: «Україна захищає простір свободи в НАТО (fakty.com.ua, 21.06.2023); «Україна є ключовим елементом оборони Європи» (pravda.com.ua, 21.06.2023); «Київ, як серце України, є головним форпостом боротьби за незалежність у війні з росією, а Україна стоїть на захисті всієї Європи» (kyivcity.gov.ua, 20.05.2023); «Україна стоїть на захисті моральних цінностей всього цивілізованого світу. І тому Україна нині в авангарді світу» (radiosvoboda.org, 22.08.2022) тощо.

Слід зазначити, що ІКМ місця активно використовується також для створення метонімії на позначення інституції або навіть окремих членів (члена) такої інституції. Таке метонімічне перенесення відбувається у випадку вживання топоніма «Кремль», що від початку російської агресії сприймається не тільки і не стільки як «репрезентант культурної інформації ойконіма Москва» або «місце перебування влади» [1, с. 191], скільки як «центр зла». Образ «господаря Кремля» активно демонізується в українських та західних медіа. Це зокрема відбувається й завдяки інтертексту толкінівського епосу «Володар пернів»: не беручи тут до уваги інші важливі асоціації, зазначимо, що Кремль (кремлівські вежі) асоціюється з Барад-

Дуром («темною вежею») – головною фортецею темного володаря Саурана та столицею Мордора. Тому «перемога над Кремлем» розуміється як повалення влади російського диктатора та зміна режиму в росії «Безкрайній, каламутній і страшній розлив зла, у якому тоне Росія, має джерело, і це джерело Кремль... «Кремль має бути зруйнований» (svoboda.org, 12.06.2023). Таким чином в масовій свідомості українців формується запит на фізичне знищення Кремля.

Наступним, на наш погляд, видом метонімічних відношень, які є доволі продуктивними в контексті когнітивної контрпропаганди, є ті, що виникають в ІКМ контролю: «ця ІКМ містить контролюючого та особу або предмет, що контролюється» [13, р. 349]. У цьому контексті маємо численні приклади ключового імені, що постійно фігурує в інформаційному контексті російсько-української війни, а саме президента росії: «Путін розпочав повномасштабну війну проти України» (pravda.com.ua, 24.02.2022); «Путін вбиває українських дітей зброєю проти авіаносців... Кров українських дітей з окупованого українського Донбасу також виключно на громадянину Росії Путіні... Якщо ти не протишся Путіну, то Путін рано чи пізно приходить по тебе» (detector.media, 18.01.2023) тощо. Це ім'я використовується на позначення російської армії, військових керівників, відповідальних за прийняття рішень, а також і ширше – руйнівної ідеології «руського миру». Подібний концептуальний домен-джерело свідомо використовується для того, щоб укорінити в масовій свідомості конкретний образ винуватця всіх втрат українського народу та викликати обурення й бажання справедливого покарання за злочини проти людяності.

ІКМ контролю передбачає й зворотну метонімію «контрольований замість контролюючого», яка також є продуктивною в контексті проблеми, що нами обговорюється. Наведемо деякі приклади: «... полювання леопардів на українському фронті офіційно оголошено відкритим!» (vikna.tv, 07.02.2023); «Цю війну виграють не «Леопарди», не F-16, її виграють люди» (tyzhden.ua, 22.02.2023); «Хаймарси розкували руки нашим військовим» (grivna.ua, 09.07.2022); «Leopard зайдуть вже в лютому і можуть одразу «піти в бій» (24tv.ua, 28.01.2023); «Танки й бронемашини зі Швеції вже рятують життя в Україні» (president.gov.ua, 03.05.2023); «Петріоти» в руках українців показали, на що здатна демократія» (ukurier.gov.ua, 23.05.2023) та багато інших. З. Ковечеш зазначає, що подібна метонімія застосовується в тих ситуаціях, «коли об'єкт контролю

є особливо помітним...» [13, р. 349]. Дійсно, названі одиниці західної зброї та техніки не просто виявили в руках українських військових свою надзвичайну ефективність на полі бою, а й змінили характер та результат воєнних дій. Тому в медійному полі російсько-української війни за допомогою метонімії на них переносяться якості контролюючих суб'єктів, замість офіційної номенклатури зброї (наприклад, M142 HIMARS або MIM-104 «Patriot») використовуються власні назви, які у свою чергу зазнають своєрідного «привласнення», тобто здебільшого транслітеруються, позбуваються лапок і навіть пишуться з малої літери. Подібні приклади метонімічного перенесення ґрунтуються на таких важливих когнітивних пріоритетах, як «людина над нелюдиною» та «суб'єктивне над об'єктивним». Відбувається своєрідне «олюднення», майже фетишизація техніки та зброї, які є надважливими для досягнення Україною перемоги.

У контексті формованого в масовій свідомості особливого ставлення до зразків західної техніки та віри в їхні чудодійні властивості слід зазначити, що, за даними українського Мін'юсту, війна внесла корективи у вибір імен для немовлят. Так, у 2022 році зафіксовано імена дітей на кшталт Байрактар, Джавелін, Джавеліна, Мрія. На думку Х. Жодар-Санчеса, який розрізняє лінгвістичну та культурну метонімію, такий вибір є метонімічним, оскільки номінація в цьому випадку явно соціально та культурно обумовлена, а «наш вибір є метонімічним у тому сенсі, що він виокремлює об'єкт з набору взаємопов'язаних об'єктів» [10, р. 260]. Отже, ми обираємо із численних звичних варіантів непритаманне нашій культурній традиції ім'я, метонімічно називаючи ключову, асоційовану з ним деталь: потужність, міць, незламність, перемога. Такий вибір, безумовно, є соціально детермінованим. А метонімія дозволяє пояснити деякі аспекти цієї соціально сконструйованої ідентичності.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проблема вироблення та застосування методів і прийомів контрпропагандистської діяльності є надзвичайно актуальною в контексті сучасного консцієнтального конфлікту в російсько-українській війні. Ґрунтуючись на контент-аналізі провідних українських інтернет-медіа, ми дійшли висновку, що використання метонімії можна вважати ефективним прийомом когнітивної контрпропаганди, яка спрямована на свідомість людини, на її управління сприйняттям інформації. Метонімічні відношення, які формуються в межах однієї когнітивної сфери людини, дозволяють зміщувати акценти з менш важливих аспектів тієї

самої сутності на більш вагомій. Таким чином, формуючи необхідні пріоритети та правильно розставляючи акценти, можна здійснювати такі метонімічні зсуви, які посприяють «імунізації» від шкідливого пропагандистського впливу противника. Нами було виявлено найбільш продуктивні

метонімічні відношення, як-от «країна замість мешканців», «місце замість інституції/члена інституції», «контролюючий замість контрольованого (та навпаки)». Проте, звісно, таких прикладів значно більше, що, безумовно, має стимулювати до подальших наукових розвідок у цьому напрямі.

Список літератури:

1. Браїлко Ю.І. Функційність оніма Кремль в українській поезії. Записки з українського мовознавства. 2019. Вип. 26 (1). С. 189–200.
2. Гапченко О. Когнітивні аспекти метонімії. Українське мовознавство. 2016. Вип. 1 (46). С. 53–65.
3. Задорожний Г. Консцієнтальна війна – провідна форма геоекономічного підкорення свідомості як нового предмету праці в умовах неоліберальної глобалізації. Вісник економічної науки України. 2021. № 1 (40). С. 199–206.
4. Качур І.В. Метонімія у публіцистичному дискурсі : лінгвокогнітивний і дискурсивний аспекти (на матеріалі британської кінокритики) : дис... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ – Запоріжжя, 2020. 235 с.
5. Климанська Л. Потенціал метафори в політиці вирішення соціальних проблем. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія. Соціологія. Філософія. 2010. Вип. 14. С. 18–24.
6. Остапенко М. Консцієнтальна війна як елемент гібридної війни. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. 2022. Вип. 22 (32). С. 5–12.
7. Чантурія А.В. Постправа та масова свідомість. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки. 2018. № 9 (323) Грудень. С. 4–14.
8. Brodeur S. D. Guidelines for a U. S. Counterpropaganda Strategy to Defeat Al-Qaeda Recruiting / School of Advanced Air and Space Studies, Air University. Maxwell Air Force Base, Alabama, June 2011. vi, 103 p.
9. Harsin J. Post-truth and critical communication. Oxford Research Encyclopedia of Communication. 2018. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.757
10. Jodar-Sanchez J.A. Metonymy in human interaction. Cognitive Linguistic Studies. 2017. Vol. 4, Issue 2. P. 249–272.
11. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press, 2003. XIII, 276 p.
12. Langacker R.W. Reference-point constructions. Cognitive Linguistics. 1993. Vol. 4, Issue 1. P. 1–38.
13. Radden G., Kövecses Z. Towards a theory of metonymy. The Cognitive Linguistics Reader / Edited by Vyvyan Evans, Benjamin Bergen and Jörg Zinken. London; Oakville: Equinox, 2007. P. 335–359.
14. Salamurović A. Metonymy and the conceptualisation of nation in political discourse. Yearbook of the German Cognitive Linguistics Association. 2020. Vol. 8, № 1. P. 181–196.

Chernyshova T. O. METONYMY AS A LINGUISTIC TECHNIQUE OF COGNITIVE COUNTER-PROPAGANDA IN THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

The significance of metonymy as an effective linguistic technique of cognitive counter-propaganda in the context of the consciencial conflict of the modern Russian-Ukrainian war is substantiated. The article proves the effectiveness of cognitive counter-propaganda aimed at the consciousness of citizens of their country in order to form an appropriate “immunity” against the harmful propaganda influence of the enemy. It is determined that the modern era of post-truth is a favourable basis for the influence of metonymies on the consciousness of the masses. It is shown that metonymy has a significant potential for influencing consciousness, since the domains of source and target are in the same cognitive model. The linguistic and cognitive potential of metonymy in shaping the opinion of the masses in terms of “immunisation” against the harmful manipulative influence of the aggressor is proved. In the light of the theory of the idealized cognitive model (ICM), examples of conceptual relations within different ICMs, which are the most common and productive for presenting information in the media in the context of the Russian-Ukrainian war, are characterized. It is substantiated that the following metonymies are productive in the context of cognitive counter-propaganda: “place for event” (actualisation of place names and consolidation of a clear connection between its name and an important event of the war in the public consciousness), “country for people” (ensuring the vagueness of the message for positive or negative interpretation), “place for an institution or individual member(s) of such an institution” (creation of an object image of the “centre of evil”, the destruction of which symbolises the dismantling of the ideological system), “controller for the controlled” (rooting in the mass consciousness of a specific image of the culprit of all losses of the Ukrainian people), “controlled for the controller” (“humanisation” of equipment and weapons that are crucial for Ukraine’s victory).

Key words: metonymy, idealized cognitive model (ICM), cognitive counter-propaganda, consciencial conflict, post-truth.