

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра стилістики та мовної комунікації**

**Вплив інтралінгвальних та екстралінгвальних чинників на
конфліктогенність у медіа**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студентки II курсу магістратури,
галузь знань 03 Гуманітарні науки,
спеціальність – 035 Філологія / 035.01,
освітня програма «*Українська філологія
та західноєвропейська мова*»
Кристини Ігорівни ГАНЖІ

Науковий керівник:
к. філол. н., доц. Лариса ШУЛІНОВА

«Допущено до захисту»

Протокол засідання

кафедри стилістики та мовної комунікації

протокол №__ від «__»_____2024 року

завідувач кафедри _____(підпис)

д.філол.н., проф. Лариса ШЕВЧЕНКО

КИЇВ
2024

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	4
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. КОНФЛІКТОГЕННІСТЬ У СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ	
1.1. Поняття «конфліктогенність» та «лінгвоконфліктогенність».....	12
1.2. Умови зарахування конфліктогенного тексту до патогенного.....	17
1.3. Вплив патогенного тексту на колективну та індивідуальну свідомість.....	22
Висновки до Розділу 1	
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНА ЕКСПЕРТИЗА КОНФЛІКТОГЕННИХ ТЕКСТІВ	
2.1. Домінантні компоненти та критерії лінгвістичної експертизи медійного тексту.....	27
2.2. Регламентація експертної діяльності юридичними документами.....	34
2.3. Специфіка лінгвістичної експертизи конфліктогенного тексту.....	36
Висновки до Розділу 2	
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ КОНФЛІКТОГЕННОСТІ В МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ ВІДПОВІДНО ДО ЖАНРУ	
3.1. Жанри масмедіа та їх класифікація в дискурсі сучасного філологічного знання.....	55
3.2 Вплив інтра- та екстралінгвальних факторів на конфліктогенність у медійних жанрах розважальної підгрупи.....	57
3.3 Вплив інтра- та екстралінгвальних факторів на конфліктогенність у медійних жанрах комунікативної підгрупи.....	68

Висновки до Розділу 3

ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	81
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	87
ДОДАТКИ.....	88

АНОТАЦІЯ

У магістерській роботі досліджено вплив екстралінгвальних та інтралінгвальних чинників на конфліктогенність у медіа. Вивчення цих чинників породження конфлікту в медіа уможливило розпізнавання головної мети адресата повідомлення, а отже дозволяє реципієнтам застерегти себе від деструктивного впливу на свідомість та емоційний складник особистості. З'ясовано, що більшість досліджень спрямовані на аналіз саме патогенних текстів, тобто будь-який деструктивний вплив медійного контенту на аудиторію. Встановлено, що сам процес породження конфлікту потребує більш ґрунтовного розгляду, який дав би можливість сформулювати основні механізми та маркери конфліктогенності в медіа.

Об'єктом дослідження стали конфліктогенні тексти розважальної та комунікативної підгруп медійних жанрів, а також ті висловлювання, що спричинили велику кількість негативних реакцій реципієнтів.

Мета полягала у виявленні механізмів та ключових ознак медійних текстів, що породжують конфлікти, а також у з'ясуванні того, як екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори впливають на формування конфліктогенного матеріалу. У роботі сфокусовано увагу на аналізі тих вербальних та невербальних елементів, що є основою для розвитку можливих конфліктів. Завданнями дослідження визначено: розглянути алгоритм проведення лінгвістичної експертизи, визначити, які вербальні елементи є системними в породженні конфліктогенних текстів, класифікувати екстралінгвальні чинники породження конфліктів.

Для реалізації поставлених мети і завдань дослідження застосовано такі методи: узагальнення, аналізу, спостереження, а також метод контент-аналізу.

У роботі зафіксовано, які вербальні та невербальні елементи є системними в породженні конфліктогенних текстів, що дало змогу проаналізувати основні

механізми набуття текстом патогенності та причини виникнення негативних реакцій у реципієнтів.

Ключові слова: медійний текст, екстралінгвальні чинники, інтралінгвальні чинники, патогенний текст, конфліктогенний текст, лінгвістична експертиза.

SUMMARY

The master's thesis investigates the influence of extralingual and intralingual factors on conflictogenicity in the media. The study of these conflict generation factors in the media makes it possible to recognise the main goal of the addressee of the message, and thus allows recipients to warn themselves against destructive influence on the consciousness and emotional component of the individual. It is found that most studies are aimed at analysing pathogenic texts, i.e. any destructive impact of media content on the audience. It is established that the very process of generating conflict requires a more thorough consideration, which would make it possible to formulate the main mechanisms and markers of conflictogenicity in the media.

The object of the study was the conflictogenic texts of the entertainment and communicative subgroups of media genres, as well as those statements that caused a large number of recipients' negative reactions.

The aim was to identify the mechanisms and key features of media texts that generate conflicts, as well as to find out how extralingual and intralingual factors influence the formation of conflictogenic material. The paper focuses on the analysis of those verbal and non-verbal elements that form the basis for the development of possible conflicts. The objectives of the study are to consider the algorithm of linguistic expertise, to determine which verbal elements are systemic in the generation of conflictogenic texts, to classify extralingual factors of conflict generation.

To achieve the aims and objectives of the study, the following methods were used: generalisation, analysis, observation, and the method of content analysis.

The paper identifies which verbal and non-verbal elements are systemic in the generation of conflictogenic texts, which made it possible to analyse the main mechanisms of the text's pathogenicity and the causes of negative reactions among recipients.

Key words: media text, extralingual factors, intralingual factors, pathogenic text, conflictogenic text, linguistic expertise.

ВСТУП

У сучасному медіапросторі конфліктогенність можна простежити достатньо часто в політичних, рекламних, новинних текстах, а також у текстах дописів соціальних мереж. Конфліктогенні тексти підштовхують реципієнтів до формування негативних стереотипів, ворожих уявлень та агресивних реакцій. Це може призвести до погіршення міжособистісних взаємин і на рівні індивідуумів, і між групами чи спільнотами. Негативний вплив може охоплювати не лише віртуальний медіапростір, але й перетворюватися на реальні ситуації конфліктів. Виявлення ознак конфліктогенності тексту, а також мети її породження дозволяє краще аналізувати динаміку інформаційного простору та вберегти реципієнтів від негативних упереджень щодо того чи іншого явища.

Актуальність дослідження зумовлена частотним формуванням негативних стереотипів та агресивних реакцій реципієнтів, що стають наслідками впливу саме конфліктогенних текстів на свідомість. Важливість виявлення конфліктогенності та розкриття мети та механізмів її породження має на меті сприяти збалансованому розумінню подій та явищ у сучасному світі; виявляти та відстежувати висловлювання, виражені у формі наклепу; розуміти, яким є об'єктивний зміст систематичної апеляції до певних концептів, аналізувати значення конкретних виразів, фраз та тлумачити, чи можуть вони будуть образливими для реципієнтів.

Мета роботи полягає в розкритті механізмів та основних маркерів конфліктогенності в медіа, а також визначенні впливу інтралінгвальних та екстралінгвальних чинників на формування конфліктогенного контенту. Робота зорієнтована на аналіз мовних елементів, що є текстовою основою для можливого конфлікту. Крім того, дослідження спрямоване на визначення можливих наслідків конфліктогенності для суспільства та розвитку стратегій для зменшення негативного впливу такого контенту на сприйняття аудиторії.

Реалізація мети потребує вирішення таких **завдань**:

- з'ясувати розуміння понять «конфліктогенність», «лінгвоконфліктогенність», «конфліктогенний текст» та «патогенний текст», «лінгвістична експертиза», «стратегія дискредитації» у сучасній науці;
- дослідити функціонування лінгвістичної експертизи в контексті доказової фахової аргументації щодо комунікативного потенціалу мовних одиниць у конфліктних текстах;
- розглянути алгоритм проведення лінгвістичної експертизи;
- визначити основні репрезентанти стратегії висміювання в медійних текстах;
- з'ясувати причини виникнення конфліктогенності, зважаючи на комунікативну мету повідомлення;
- виявити різницю впливу на реципієнтів імпліцитної та експліцитної конфліктогенності текстів;
- класифікувати екстралінгвальні чинники породження конфліктів;
- схарактеризувати вплив інтралінгвальних та екстралінгвальних чинників на породження конфліктогенності тексту;
- визначити, які вербальні елементи є системними в породженні конфліктогенних текстів.

Об'єктом дослідження є конфліктогенні тексти розважальної та комунікативної підгруп медійних жанрів. Імовірність породження конфліктів у таких видах жанрів є дуже високою, зважаючи на динамічний розвиток гумористичних шоу, що постійно опиняються під впливом екстралінгвальних факторів, а також зважаючи на відсутність юридичних нормативів, що врегульовували б контент у соціальних мережах. Також об'єктами лінгвістичних експертиз нашого дослідження стали висловлювання Олексія Арестовича та Ірини Федишин.

Предмет дослідження – вербальні та невербальні засоби реалізації конфліктогенності в медійних текстах.

Стан дослідження проблеми – лінгвістичне обґрунтування конфліктогенності в масмедійній комунікації є недостатньо досліджуваною темою серед науковців, адже дослідники традиційно звертають увагу на патогенність, тобто будь-який деструктивний вплив медійного контенту на реципієнтів, а не на сам процес породження конфлікту. Оскільки конфліктогенні тексти все ж таки зараховуються до патогенних, основою нашого дослідження стали праці таких науковців: Б. Потятиника, який увів поняття «патогенний текст», сформулював його визначення, виокремив симптоми патогенного тексту, розмежував ключові аспекти, що можуть викликати негативний вплив на реципієнтів, а також створив власні варіанти нейтралізації такого типу «хворобливого» контенту; Т. Кузнєцової, яка виокремила ті вербальні елементи, за допомогою яких найбільш системно увиразнюється негативна оцінність щодо когось або чогось, а також спеціальні маніпулятивні прийоми з такою ж інтенцією; Н. Ліщинської, яка визначила стрижневі елементи змісту патогенного тексту, а саме власне текст та підтекст; Чеберяк А. та Сербіної Т., які виокремили види висміювання, що є формою реалізації стратегії дискредитації. Серед інших ґрунтовних досліджень, які сприяли поглибленню знань у контексті лінгвістичної експертизи важливими для нашого дослідження стали праці Шевченко Л. та Сизонова Д., які визначили предмет лінгвістичної експертизи окреслили основні завдання лінгвістичної експертизи в юрислінгвістиці, дослідили актуальні проблеми лінгвістичної експертології, а також сформулювали основні напрямки і форми лінгвоекспертної діяльності.

Матеріал дослідження – нами розглянуті тексти висловлювань Олексія Арестовича та Ірини Федішин (у вигляді лінгвістичної експертизи проаналізовано висловлювання адресатів, що є правопорушеннями відповідно до законодавчих вимог). Окрім висловлювань окремих медійних особистостей, нами було досліджено тексти розважальної та комунікативної підгруп медійних жанрів, а саме тексти гумористичних шоу «Дизель шоу» та «Вечірній квартал», історії в соціальній мережі Instagram блогерки Анни Алхім, тексти дописів

Мар'яни Безуглої в соціальній мережі Facebook, допис Дениса Суділковського в мережі «X», а також коментар Максима Нефьодова під цим дописом.

Методи дослідження – для написання роботи використано методи узагальнення, аналізу та спостереження. Перший із названих застосовано для виведення узагальненої класифікації екстралінгвальних чинників породження конфліктів в медіа. За допомогою спостереження виокремлено, які вербальні засоби негативної оцінності системно впливають на породження конфлікту, а також які саме вербальні компоненти є репрезентантами стратегії дискредитації. У роботі активовано новий підхід до дослідження завдяки методу контент-аналізу, що передбачає можливість визначення намірів комунікатора та виявлення ефектів впливу конфліктогенного тексту з погляду теорії.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі узагальненого аналізу прийомів та вербальних засобів породження конфліктів у медіа, що комбінує декілька мовних рівнів, а саме лексичний, стилістичний та синтаксичний; виокремлення системних вербальних засобів негативної оцінності, а також висміювання; створення класифікації екстралінгвальних чинників, які системно впливають на породження конфліктів у медіа.

Практичне значення виконаної роботи полягає насамперед у тому, що обґрунтовані в ній положення та отримані результати можуть бути застосовані у сфері медіаосвіти. Оскільки розпізнавання інтралінгвальних та екстралінгвальних чинників породження конфлікту в медіа дозволяє розпізнавати головну мету адресата повідомлення, реципієнт може вберегти себе від деструктивного впливу на його свідомість. Адже такий аналіз враховує сприйняття, розуміння та аналіз інформації, спирається на знання про різні аспекти комунікації, окремі рівні вираження негативної оцінності, сприяє розвитку критичного мислення та ефективного використання медіа в сучасному світі.

Апробація дослідження відбулася на IX Міжнародній науково-практичній конференції «Theoretical and practical aspects of the development of science and education» (Прага, Чехія 05 – 08 березня 2024 року).

Публікації. Дотичну проблематику, теоретичні й практичні здобутки викладено в тезах «Медіалінгвістичний ресурс вербальних засобів впливу». Тези ілюструють узагальнений аналіз лінгвосугестивних технологій, що комбінують декілька мовних рівнів впливу, а саме лексичний, стилістичний та синтаксичний, найефективніші стилістичні маніпулятивні засоби, класифікацію спеціальних мовних анормативів, що потужно впливають на свідомість та підсвідомість реципієнтів. Ці концепти стали основою для нашого дослідження, оскільки охоплюють всі рівні вираження маніпулятивного впливу. Тези опубліковані в збірнику матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Theoretical and practical aspects of the development of science and education», Praga, 05–08 March, 2024 (Ганжа К. «Медіалінгвістичний ресурс вербальних засобів впливу». *Theoretical and practical aspects of the development of science and education*, С. 205-214).

Структура роботи. Дослідження має такі складники: вступ, три розділи, загальні висновки, список використаних джерел (54 позиції) та список джерел ілюстративного матеріалу (5 позицій), а також додатки.

РОЗДІЛ 1.

КОНФЛІКТОГЕННІСТЬ У СУЧАСНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Поняття «конфліктогенність» та «лінгвоконфліктогенність»

На нашу думку, досить важко знайти зараз людину, яка б зуміла прожити день, не натрапивши на медійний текст, адже масмедійний простір – платформа, на якій зараз розміщено важливий спектр інформації. Однією з домінантних цілей медійних текстів – є привернення уваги аудиторії. Привернення цієї уваги досягається різними способами. Один із яких – це породження конфлікту. Ця стратегія базується на активізації емоційної реакції глядачів чи читачів та спонукає їх активно взяти участь у дискусії. Така стратегія має свої переваги, оскільки сприяє збільшенню зацікавлення реципієнтів. Однак, водночас це може призвести до загострення соціальних конфліктів та зіткнення поглядів у суспільстві. Вважаємо за необхідне простежити трактування поняття «конфлікт» у різних наукових галузях задля подальшого глибшого розуміння специфіки його залучення в медійні тексти.

У філософському енциклопедичному словнику наведено таку дефініцію «конфлікт (від. лат. *conflictus* – зіткнення) в соціальній теорії – зіткнення інтересів, мотивів, тенденцій, суб'єктів суспільного життя. В межах системи як певної цілісності елементи (складові частини) знаходяться в К. з іншими елементами системи за умови, що «відкрите виявлення» інтересів, мотивів, цілей одних елементів системи з необхідністю активізує дії протилежних інтересів, мотивів системи. Зародження К. можливе лише тоді, коли в межах цілісної системи на одному рівні знаходяться неідентичні в своїх виявах елементи; відповідно К. визначається як певна об'єктивація взаємодії неідентичних елементів» [45, с.299]. Зважаючи на раціональний філософський підхід

неідентичність, протиставлення та зіткнення виступають домінантами в контексті породження конфліктів. Це визначення також дозволяє нам зробити висновок, що неприховане виявлення своїх вподобань із високою вірогідністю активізує інтенцію до транслявання протилежних інтересів. Це є традиційним шляхом виникнення конфлікту.

У визначенні поняття «конфлікт» у тематичному словнику-довіднику з психології зазначено, що традиційно виокремлюють такі види конфліктів:

- внутрішньоособистісний (інтраіндивідуальний) – зіткнення або конфлікт між протилежно спрямованими мотивами, потребами, інтересами, чи прагненнями у межах свідомості одного індивіду.
- міжособистісний (інтеріндивідуальний) – протистояння між окремими індивідами, які мають різні або несумісні цілі або дотримуються різних цінностей. Сюди можна зараховувати конфлікти конкуренції, де сторони мають однакову мету, але її досягнення можливе лише для когось одного.
- міжгруповий – конфлікт між організаціями або соціальними групами, що мають несумісні цілі та діють так, що ці цілі, а також дії заперечують одна одну [13, с.128].

На нашу думку, медійні тексти можуть породжувати кожен із цих типів конфліктів. Зважаючи на інтенційність, тобто авторський задум, той чи інший текст може провокувати різні наслідки. Задля досягнення своєї мети автори медійних текстів залучають маніпулятивні технології. За допомогою їх окремого або ж комбінованого використання досягають конфліктогенності. Наприклад, технології створення міфів, нав'язування стереотипного сприйняття світу, вибіркового добіру фактів можуть призвести до міжособистісних або міжгрупових конфліктів, адже автори, які залучають такі типи маніпуляцій, нав'язують свої неправдиві погляди як правильні, а отже заперечують наявність протилежних думок. Залякування або ж метод психологічного шоку призводять до

внутрішньоособистісного конфлікту, адже впливають на емотивну поведінку реципієнтів, на їх ментальний стан, породжують деструктивні відчуття.

Також ми звернули увагу на дефініцію поняття «конфлікт» у політології. Згідно з визначенням у словнику політології «конфлікт політичний – це надмірне загострення взаємовідносин сторін у політиці або їх зіткнення, пов'язане з відмінностями їх становища в суспільстві. К. п. – це зіткнення проблемних або таких, що не збігаються, інтересів, дій, поглядів окремих особистостей, представників політичних партій і громадських організацій, об'єднань, етнічних, соціальних груп, держав та їх органів. К. п. можуть виникати навмисно (з чіткої ініціативи) і на основі існуючих суперечностей» [31, с.412]. Конфлікти в медійних текстах так само можуть виникати з різних причин, включно з їх навмисним породженням чи появою внаслідок уже наявних суперечностей. Навмисне породження, на нашу думку, матиме більш складний механізм створення, адже залучатиме ознаки патогенності і на текстовому, і на позатекстовому рівнях.

Аналізуючи різні праці та досліджуючи поняття конфліктогенності в мовознавстві, простежуємо відсутність дефініції поняття «лінгвоконфліктогенність» як такого. Натомість поняттям «лінгвоконфліктологія» активно послуговуються науковці. Дослідниця Гарбера Ірина сформулювала таку дефініцію цього поняття «лінгвістична конфліктологія (лінгвоконфліктологія) – розділ прикладної та комунікативної лінгвістики, що вивчає питання конфліктної комунікації, часто деструктивної міжособистісної взаємодії, серед яких найбільш активно розглядаються: поняття мовного конфлікту в різних сферах суспільного життя; механізми комунікативних конфліктів, способи їх запобігання в конкретних ситуаціях залежно від типів мовленнєвої поведінки, типів вербальної творчості, різних психічних особливостей і соціальних характеристик комунікантів; вивчення конфліктного потенціалу побутових, політичних, молодіжних, масових, віртуальних тощо комунікацій; вивчення маніпулятивної та інвективної функцій мови; види

мовленнєвих конфліктів тощо» [52, с.34]. Наше дослідження спрямовано на аналіз саме конфліктогенних текстів, а не конфліктних. Таких, що підштовхують реципієнтів до формування негативних стереотипів, ворожих уявлень та агресивних реакцій, навіюють негативні упередження щодо того чи іншого явища.

Відомий англійський мовознавець Алан Белл у праці «Approaches to Media Discourse» зазначає, що «визначення медіатексту виходить за межі традиційного погляду на текст як на послідовність слів. Воно є значно ширшим і включає голосові та звукові параметри, візуальні образи, тобто медіатексти втілюють технології, які використовуються для їх створення та поширення» [50, с.660]. Таке поняття як креолізація, процес вкраплення та симбіозу вербальних та невербальних компонентів, робить цей вид текстів особливим, легшим для транслювання потрібних автору сенсів. Оскільки медійний текст вважають вербалізованою свідомістю його автора, а отже архітектонічною цілісністю, що об'єднана граматичним та смисловим зв'язками, включає в себе такі параметри, як локальна зв'язність, прагматизм та когерентність. Конфліктогенність є одним із важливих складників дослідження. Адже її аналіз у межах тексту, по-перше, допомагає розкривати домінуючий зміст комунікативного повідомлення, зважаючи на те, що конфліктогенність є частотним засобом привернення уваги та залучення аудиторії, тобто маніпуляцією. По-друге, сприяє визначенню рівня патогенності комунікативного повідомлення, оскільки конфліктогенний текст містить елементи, що можуть викликати негативну реакцію в реципієнтів. По-третє, дозволяє розмежовувати оцінні судження та твердження, що є одними з основних об'єктів дослідження в лінгвістичній експертизі. Тож зважаючи на концептуальність конфліктогенності в медійному тексті, вважаємо за необхідне сформулювати власне визначення поняття «лінгвоконфліктогенність».

Спершу проаналізуємо поняття «конфліктогенність» у наукових працях із інших суміжних дисциплін. Дмитро Шеренговський, автор численних публікацій на тему конфліктогенності в сучасних міжнародних системах,

формулює визначення поняття «конфліктогенність», беручи за основу політичний складник, у такий спосіб: «якісна оцінка взаємозалежної здатності елементів міжнародної системи формувати та закріплювати конфліктогенні чинники в структурі міжнародної системи та здатності міжнародної системи здійснювати вплив на трансформацію конфліктогенних чинників у міжнародні конфлікти» [48]. Це визначення акцентує на взаємозалежності конфліктогенних чинників, адже вони існують не ізольовано, а взаємодіють у межах певної системи. Також автор підкреслює, що конфліктогенність відзначається певною процесуальністю, адже виникає внаслідок взаємодії суб'єктів, взаємозалежностей та трансформації факторів. Із погляду соціальної географії конфліктогенність це «потенціал можливих конфліктів, що виникатимуть в процесі взаємодії суб'єктів міського розвитку, що може впливати на стан міського середовища та проявляється у мобілізації просторових, матеріальних і нематеріальних ресурсів, асиметричності деструктивних дій, та може призвести до згубних наслідків для сторін-носіїв інтересів». [26, с.23]. У цій дефініції акцент зроблено на вірогідності виникнення конфлікту між декількома суб'єктами, що потенційно матиме можливі негативні наслідки для тих, хто задіяний у цій інтеракції. Погляд із боку соціології диференціює та увиразнює особливості конфліктогенних умов та чинників: «умови конфліктогенності можуть бути специфічними та проявлятися окремо для кожного конфлікту, у свою ж чергу, конфліктогенні чинники є більш універсальними та їх можна класифікувати» [30, с.46]. Порівнюючи цю характеристику з вищезазначеними, можемо виокремити ще одну ознаку, а саме поступовість наростання конфронтації під впливом певних внутрішніх та зовнішніх факторів. Зважаючи на політичний дискурс, знаходимо таке визначення: «конфліктогенний текст – соціокультурне, когнітивнокомунікативне і лінгвосеміотичне утворення політичного дискурсу, складний лінгвосоціальний конструкт, який не має однозначного витлумачення» [6, с. 35]. Запропоноване визначення конфліктогенного тексту відображає його неоднозначний характер.

Конфліктогенний текст є результатом взаємодії соціокультурних, когнітивно-комунікативних та лінгвoseміотичних чинників. Такий підхід враховує значення контексту, у якому функціонує текст, а також вплив екстралінгвальних факторів на нього. Однак, визначення вказує й на те, що конфліктогенний текст не завжди має однозначне тлумачення, що може створювати певні труднощі в його аналізі.

На основі концептуальності дефініції поняття «конфліктогенність» у таких дисциплінах, як політологія, соціологія та соціальна географія, можемо сформулювати власне визначення поняття «лінгвоконфліктогенність», зважаючи на специфіку мовознавства як науки, що вивчає мову в усій складності її функціонування. Лінгвоконфліктогенність – це здатність елементів мовної системи сприяти виникненню конфліктів. Це поняття охоплює взаємодію вербальних та невербальних елементів, що породжує деструктивні реакції, непорозуміння, розбіжності у сприйнятті інформації, конфлікти між групами чи спільнотами та спричиняє негативний вплив на реципієнтів. Лінгвоконфліктогенність вивчається як процес, у якому відбиваються маніпулятивна та інвективна функції мови.

1.2. Умови зарахування конфліктогенного тексту до патогенного

Однією з ознак конфліктогенного тексту є деструктивний вплив на реципієнтів. Таку ж результативність мають усі патогенні тексти. Чи можемо ми зараховувати конфліктогенний текст до патогенного? Аби відповісти на це питання, проаналізуємо визначення поняття «патогенний текст» та розглянемо всі його ознаки.

Б. Потятиник ввів поняття «патогенний текст» у науковий обіг і сформулював таке визначення: «...текст, який завдає чи, на думку експертів, спроможний завдавати шкоду моральному та психічному здоров'ю окремої

особи, нації, держави, людства» [32 с. 209]. Найбільш виразними ознаками, або ж як їх називає сам науковець, «симптомами» патогенного тексту є:

- 1) «погіршене сприйняття нової, особливо суперечливої інформації, зациклення на певній інформації, як єдино правильній, параноїдальна одержимість певним текстом;
- 2) зниження морально-психологічного рівня функціонування особистості» [32, с. 209].

Також автор стверджує, що патогенний текст має певні властивості, які можуть впливати на сприйняття і психологічний стан реципієнта. Певні вербальні елементи окремо або ж у комбінації з іншими невербальними елементами можуть спричинити зацикленість на певній інформації, а також зниження морально-психологічного рівня функціонування особистості. Це вказує на те, що патогенні тексти мають негативний вплив на психічне здоров'я й сприйняття реципієнта та потребують ретельного аналізу.

На нашу думку, маніпулятивна природа патогенного тексту є домінантною через ряд ознак. До основних ознак патогенних текстів можна віднести:

- марнування часу реципієнта
- маніпулювання увагою реципієнта
- неправильне використання технічних засобів, що може призвести до спотворення її сприйняття та негативно вплинути на аудиторію.
- стереотипізація на основі гендерного аспекту
- порушення законодавчих вимог [4, с. 362–363].

У кожній з цих п'яти ознак закладений маніпулятивний складник. Оскільки патогенний текст має не меті не лише проінформувати аудиторію про щось, але й спонукати до певних дій, використовувати людські страхи, емоції, настрої в потрібний автору комунікативного повідомлення спосіб, то аспект впливу завжди буде присутній. На нашу думку, ці ознаки є важливими та достатньо яскраво визначають патогенність текстів. Але варто зазначити, що

спектр цих характеристик розширюється майже щодня, адже контroversійних тематичних векторів, як, наприклад, гендерна стереотипізація, існує та виникає безліч. Тому чітко класифікувати ці тематичні вектори майже нереально. Ми вважаємо за доцільне розмежування патогенних текстів на два типи: патогенність, що визначається законодавчим аспектом і патогенність, що виявляється на морально-етичному рівні. Зважаючи на це, до першого типу належать усі тексти, що порушують законодавство України, до другого – ті, що негативно впливають на аудиторію, але не порушують закон. Перший тип пов'язаний із законодавчим аспектом, забезпечує дотримання правових норм, захищаючи суспільство від незаконної діяльності авторів медіатекстів та їх шкідливого впливу. Другий тип містить морально-етичний складник. Такі тексти виходять за межі традиційної системи поглядів та уявлень, норм та оцінок, що регулюють поведінку людей.

Окрім головних ознак патогенності та способів її відстеження, маємо звернути увагу на зміст та форму такого тексту. Дослідниця Н. Ліщинська до стрижневих елементів змісту патогенного тексту відносить власне текст та підтекст. Використання вербальних елементів для передачі негативних ідей – це власне текст. Виявлення негативного тексту «між рядків» є ознаками підтексту [23]. Власне негативний текст є експліцитним вираженням негативних думок, почуттів або оцінок у тексті. Це включає в себе використання слів із негативною конотацією, фраз або ідеї, які транслюють інвективну тактику комунікативного повідомлення. Підтекст, у контексті негативної конотації, є імпліцитним транслюванням негативних думок, почуттів або оцінок через прихованість їх у самому тексті. Це дозволяє авторам патогенних текстів приховувати основний деструктивний зміст повідомлення, водночас підсилюючи вплив на реципієнтів.

Розглядаючи форму патогенного тексту, маємо звернути увагу на такі аспекти: мовне оформлення тексту, форма представлення, жанр тексту. Перший аспект характеризується так званою «мовою ворожнечі», інвективною лексикою, неоднозначними висловами, що мають на меті породження конфлікту. Другий

аспект, форма представлення, може бути реалізований у таких варіантах: писемний, усний та креолізований формати. На нашу думку, найбільш системною формою представлення в контексті патогенності є усний та креолізований формати. Адже процес вкраплення та симбіозу вербальних та невербальних компонентів робить патогенні тексти ще більш маніпулятивними та успішними в реалізації цього впливу. Розглядаючи аспект жанру, вважаємо що всі підгрупи жанрів можуть бути патогенними. Автори медійних текстів активно застосовують маніпулятивні техніки та лінгвосугестивні технології, а також підтекст, який може бути використаний для маніпуляції реципієнтами.

Тож головними ознаками патогенного тексту є порушення законодавчого аспекту та морально-етичних регулятивів, наявність власне тексту та підтексту, що має на меті вплинути на поведінку та процес розмірковування реципієнта, сприяє формуванню стереотипів та негативних уявлень, марнує час реципієнта, завдає шкоди психічному здоров'ю аудиторії. Більшість дослідників патогенних текстів схиляються до того, що найважливішою та найбільш впливовою характеристикою таких текстів є їх маніпулятивний ефект. Оскільки зміст таких текстів часто спрямований на те, щоб впливати на поведінку людини, навіть якщо ця поведінка може бути шкідливою. На нашу думку, кожен медійний текст є маніпулятивним, тож кожна підгрупа жанрів може потенційно мати деструктивний вплив. Це залежить від інтенції автора.

Беручи до уваги ці ознаки, можемо проаналізувати конфліктогенний текст та визначити, чи доречно зараховувати його до різновиду патогенних текстів. Конфліктогенний текст має на меті спровокувати конфронтацію. Тому остаточною метою також залишається деструктивний вплив на реципієнта. Так само, як і в патогенному тексті, мета конфліктогенного досягається за допомогою використання лінгвосугестивних технологій. Оперуючи системним поетапним процесом впливу, послуговуючись спеціальними комунікаційними стратегіями, створюючи «зручне» подання інформації, залучаючи текст та підтекст, автори конфліктогенних текстів досягають основної своєї мети – породження

конфлікту. На нашу думку, конфліктогенний текст може так само бути реалізований у різних медійних жанрах, адже залежить від намірів автора. У нашому дослідженні ми звертатимемо увагу саме на розважальну та комунікативну підгрупи жанрів, адже відсутність юридичних нормативів, що врегульовували б контент у соціальних мережах, а також екстралінгвальні фактори, що миттєво відображаються на гумористичному контенті, дають змогу простежити широкий спектр вербальних та невербальних конфліктогенних елементів. Загалом конфліктогенність у медійному тексті – це побудова, що складається з кількох ключових компонентів. Ними є головні сторони конфлікту (автор тексту та аудиторія), протиріччя їх поглядів, результат конфлікту як імовірне завдання шкоди психічному здоров'ю, образа, провокування напруженості та конфронтації в реципієнтів, породження емоційних реакцій та розділення думок, підвищення рівня конфліктів. Також важливими аспектами є тимчасовий та просторовий характер конфлікту.

Р. Дарендорф виокремлює не тільки негативні фактори конфлікту, але й позитивні. Конфлікт може виступати як джерело інновацій та соціальних змін, проте його еволюція має важливу перспективу. Дослідник вважає, що для успішності результату конфлікту важливі ключові три аспекти: розмаїття точок зору, висока організованість конфліктних груп та наявність правил гри [54]. Незважаючи на ймовірність позитивного результату конфлікту, вважаємо за доцільне зарахування конфліктогенних медійних текстів до патогенних, адже найбільш системно вони негативно впливають на реципієнта, не вирізняються високою організованістю конфліктних груп, можуть бути в різних медійних жанрах та мають подібні ознаки. Різняться лише кінцева мета, яка в конфліктогенному тексті є вужчою, а саме породження конфлікту.

1.3. Вплив патогенного тексту на колективну та індивідуальну свідомість

Зважаючи на синоніми лексеми «патогенний», а саме «хвороботворний» [42, Т.6, с. 94], можемо вже казати про потенційну небезпеку та шкідливість таких текстів і для колективної, і для індивідуальної свідомості. Питання полягає в тому, як саме відбувається процес «зараження» та як запобігти такій деструкції свідомості.

Автори патогенних текстів завжди керуються комунікаційними стратегіями, що мають різний негативний вплив. Для формування негативних уявлень у реципієнтів, автори медіатекстів використовують маніпулятивні методи, такі як дискредитація опонентів, наклеп, або приписування їм прихованих мотивів. Ці методи порушують стандарти професійної етики, оскільки використовують лексику з відкрито негативними конотаціями та подають необ'єктивну інформацію. Симптоми патогенного тексту, які визначив Б. Потятиник, відображають два ключові аспекти, що можуть викликати негативний вплив на реципієнтів. Перша ознака може призвести до агресивного ставлення до інших поглядів. Другий симптом спричиняє збільшену вразливість та негативно впливає на психічне здоров'я читача, глядача чи слухача.

На нашу думку, патогенний текст завжди впливає на колективну свідомість. Комунікативні стратегії, тактики та лінгвосугестивні технології націлені на масову свідомість. Впливаючи на окремих індивідів, вони формують спільні думки, погляди, цінності, спираються на різноманітні психологічні прийоми. К. Серажим у роботі «Журналістський текст патогенного характеру» також засвідчує неодмінний деструктивний вплив такого контенту на адресата. Цей вплив може бути керованим або випадковим. Як зазначає К. Серажим, існують загальноприйняті схеми взаємодії між слухачем і розповідачем. Текст повинен пройти кілька етапів та зупинитися на численних точках, перш ніж дійде до завершення. Очевидно, що ті, хто створюють патогенні тексти, повинні

ретельно продумувати кожне слово до найдрібніших деталей. Це вимагає великого досвіду, щоб ефективно маніпулювати патогенними текстами та спрямовувати людей хибним вектором [40, с.164]. Маємо згадати тут і про нейролінгвістичне програмування, адже автори текстів, володіючи набором психологічних технік, можуть керувати певними психічними процесами.

Н. Ліщинська пропонує представити механізм маніпуляцій людським розумом у вигляді кола, де в центрі розміщений патотекст, який із часом знищує здатність до критичного мислення. Маніпулятор використовує міф, який поширюється через масові засоби комунікації та чутки, із постійним повторенням і добором неправдивої інформації, що підтверджує сказане, щоб створити враження правдивості. Це призводить до формування стереотипів. Людина, піддавшись цьому впливу, втрачає критичне мислення, вважаючи нав'язану істину за факт, що призводить до втрати індивідуальності і розчинення у масі однодумців [23, с. 66]. Наприклад, окремі держави використовують стратегічні наративи для дискредитування загальнонаціональної парадигми іншої країни задля того, аби поставити під сумнів чинну державну стратегію. Також такі держави часто використовують стратегічні наративи задля консолідації свого суспільства і ведення інформаційної війни, загрожуючи національній безпеці іншої держави. Можемо назвати концепцію «русского миру», яку керівництво рф використовує для консолідації російського суспільства і ведення інформаційної війни, загрожуючи національній безпеці нашої держави.

Борис Потятиник виокремлює два варіанти нейтралізації патогенного тексту:

- організаційний, спрямований на контроль інформаційних потоків через цензуру;
- альтернативно-конкурентний включає в себе усунення негативного впливу патогенного тексту шляхом написання конкуруючого тексту. Традиційно така протидія спрямована на свідомість реципієнта [32].

Часто вищезазначені методи комбінують задля досягнення ефективного результату.

Маємо звернути увагу на таке явище, як медіаграмотність. У контексті розгляду патогенного та конфліктогенного текстів медіаграмотність відіграє надто важливу роль для реципієнта. Маючи базові знання щодо функціонування маніпуляцій, реципієнт може захистити себе від різного виду маніпуляцій. «Медіаграмотність – оптимальний щодо мети й завдань медіакомунікації спосіб виробництва та поширення інформації в динаміці сучасних лінгвомедійних технологій впливу на масову аудиторію. М. пов'язана з концепцією медійної правильності, що була запропонована на початку 90-х рр. 20 ст. та полягала в розробці й описі особливостей і результатів мовних впливів (зокрема засобами масової інформації) на масову свідомість. М. охоплює технічну, когнітивну, пізнавальну, емоційну, естетичну, моральну та ін. комунікації» [24, с.95]. Тому медіаграмотність є ключовим складником сучасної медіаосвіти, що охоплює різноманітні аспекти сприйняття, розуміння та аналізу інформації, яка поширюється через масові медіа. Вона спирається і на технічні, і на культурні аспекти комунікації, сприяючи розвитку критичного мислення та ефективного використання медіа ресурсів у сучасному інформаційному середовищі.

Зважаючи на високий рівень залученості реципієнтів у медіа, їх масштабний вплив на свідомість аудиторії, ідеологічну спрямованість, постійну модернізацію відповідно до запиту реципієнтів, а також стрімке зростання кількості медійної інформації, необхідність впровадження медіаосвіти є справді значущою. Дослідники з Великої Британії, Е. Харт та К. Безелгет, висловлюють думку, що освіта у сфері медіа повинна базуватися на розгляді шести ключових концепцій. Агентства медіа аналізуються з погляду їх функціонування, цілей, джерел інформації, які вони створюють та поширюють у вигляді медіатекстів. Категорії медіа розглядаються з огляду на типи медіатекстів, враховуючи їх види, жанри та інше. Технології медіа аналізуються щодо технологічного процесу створення медіатекстів. Мова медіа охоплює аудіовізуальні засоби

виразності, коди, знаки, стиль та інші аспекти медіатекстів. Аудиторія медіа досліджується з точки зору типології та рівня сприйняття медіатекстів. Репрезентації медіа аналізують конкретне представлення авторами, джерелами інформації або агентствами змісту в медіатекстах [53]. Ми вважаємо, що аналіз цих 6 компонентів справді важливий для розуміння механізмів маніпуляцій та захисту себе від патогенного впливу. Лише комплексний розгляд цих факторів здатний визначити патогенність тексту. У нашому дослідженні ми будемо глибинно аналізувати мову медіа, а також типи медіатекстів. Аби створити успішний маніпулятивний текст, автору необхідно використовувати найбільш дієві лінгвістичні техніки. Успішний конфліктогенний текст матиме емоційно-експресивне навантаження, певний набір специфічних стилістичних засобів, прийомів, лексем, словосполучень, підтекст, оцінність та приховану семантику. За допомогою аналізу цих складників ми визначатимемо, чи справді текст є конфліктогенним, а отже патогенним, та чи порушує він законодавство України.

Висновки до Розділу 1

Отже, лінгвоконфліктогенність – це здатність елементів мовної системи сприяти виникненню конфліктів. Це поняття охоплює взаємодію вербальних та невербальних елементів, що породжує деструктивні реакції, непорозуміння, розбіжності у сприйнятті інформації, конфлікти різних типів. Автори медійних текстів достатньо часто залучають конфліктогенність у свої тексти, адже в такий спосіб легко не лише привернути увагу реципієнтів, але й вплинути на їх свідомість. Зважаючи на поняття «конфлікт» у суміжних наукових галузях, маємо розуміти, що конфлікт породжується тоді, коли виникає зіткнення поглядів, інтересів, думок чи оцінок. Під час аналізу конфліктогенних текстів маємо звертати увагу на такі ознаки:

- вид конфлікту: внутрішньоособистісний, міжособистісний, міжгруповий;
- причини появи конфлікту: навмисне породження, підкреслення наявних суперечок, специфіка мовленнєвої ситуації, реакція аудиторії на зміст і форму комунікативного повідомлення;
- наявність тексту та підтексту;
- використання маніпулятивних технологій.

Зважаючи на цей спектр характеристик, можемо вважати конфліктогенність текстів окремим явищем, що не ототожнюється з конфліктністю, адже має на меті породження конфлікту, а не містить закладений конфлікт у собі. Проте зарахування конфліктних текстів до патогенних ми вважаємо доцільним, оскільки форма, зміст, жанрові особливості спорідненими, лише кінцева мета конфліктогенного тексту є вужчою, ніж у патогенного.

Також важливим для нашого подальшого дослідження є поділ конфліктогенних текстів на два види: конфліктогенність, що визначається законодавчим аспектом і конфліктогенність, що виляється на морально-етичному рівні. Перший вид текстів порушує законодавство України, другий – лише негативно впливає на аудиторію.

Роль медіаграмотності для реципієнта виявляється надзвичайно важливою. Володіння базовими знаннями щодо механізмів маніпулювання дозволяє реципієнтам захистити себе від різних видів впливу, що залучають автори патогенних текстів. Навички виявлення конфліктогенного тексту дозволяють критично оцінювати інформацію, що надходить до аудиторії через медійні канали. Тому в контексті сучасного медійного середовища актуальним є розвиток медіаграмотності серед широкого кола споживачів інформації. Це є необхідною передумовою для формування свідомого та відповідального реципієнта.

РОЗДІЛ 2.

ЛІНГВІСТИЧНА ЕКСПЕРТИЗА КОНФЛІКТОГЕННИХ ТЕКСТІВ

2.1. Домінантні компоненти та критерії лінгвістичної експертизи медійного тексту

Конфліктогенні тексти бувають двох типів, а саме ті, що порушують законодавство України, та ті, що нівелюють морально-етичні засади. Проведення лінгвістичних експертиз є єдиним способом довести належність конфліктогенного тексту до того чи іншого типу. Адже саме лінгвіст-експерт, адаптуючи лінгвістичне знання до потреб судочинства та юриспруденції, використовує спектр лінгвістичних методик комплекс філологічних дій задля встановлення мовних фактів, що є судовими доказами.

Об'єктом нашого дослідження є експертизи публічних конфліктогенних текстів, що були оприлюднені ЗМІ. «Лінгвістична експертиза медійного тексту – (1) складна вербалізована сутність спілкування у сфері масової комунікації, що охоплює всі сфери життя суспільства, перехрещує в мовній свідомості медію рефлексію особистості й соціуму. Лінгвістична експертиза медійного тексту включає експертизу друкованих та електронних ЗМІ, інтернеткомунікацію, рекламних та піартекстів, дописів соціальних мереж тощо; (2) комплекс мовознавчої аргументації доведення правильності / неправильності точності / неточності, коректності / некоректності вислову та відповідності медіатексту комунікативному завданню та стильовим параметрам» [21, с.124]. Незважаючи на те, що функційний апарат медійних текстів є достатньо розгалуженим, домінантними функціями традиційно виокремлюють функції інформування та впливу. Зважаючи на це, одним із першочергових завдань лінгвіста-експерта є наведення аргументів щодо

випадковості або ж цілеспрямованості добору певних мовних одиниць. Окрім закладеного змісту, лінгвіста цікавлять структура та форма тексту, екстра- й інтралінгвальні чинники, що вплинули на його створення, та, звісно, аналіз мовних одиниць. Незважаючи на тематичну варіативність, будь-який конфліктогенний текст, на нашу думку, виражає оцінність. Формування негативно-оцінного потенціалу медіатексту, що є яскравою ознакою конфліктогенних текстів, досягається використанням окремих комунікативних засобів.

Зважаючи на дослідження науковиці Тетяни Кузнецової, негативна оцінка когось або чогось досягається за допомогою використання негативно-оцінних лексем, а також спеціальних маніпулятивних прийомів на кшталт «навішування ярликів», «приписування опонентам прихованих цілей». Досить часто негативно-оцінну лексику автори тексту ставлять у сильну позицію, аби миттєво вплинути на аудиторію. Так звані пейоративи містять негативну емотивну сему. Аби довести це, лінгвісту-експерту варто подивитися на етимологію самої лексеми, а також проаналізувати можливі її значення в різних словниках. Також негативно-оцінні лексеми представлені просторіччями, обценною та розмовною лексикою, жаргонізмами, сленгізмами, вульгаризмами та перифразами. На нашу думку, за допомогою використання такого виду емотивних слів легко спровокувати конфлікт. Саме ці мовні одиниці можуть потенційно засуджувати когось або щось, викликати в адресата почуття докору, прикрості, обурення. Окрім вищезазначених маніпулятивних прийомів, можемо виокремити й такі: «створення контрасту», «фокус уваги на деяких особливостях», «вибір без вибору». «Створення контрасту» – це процес відбору фактів та образів, які допомагають надати оцінці понять чітко виражений та потрібний ракурс. Техніка «фокус уваги на деяких особливостях» подібна до попередньої, адже так само спрямована на підкреслення вигідних авторові аспектів та водночас нівелює позитивні фактори. Маніпулятивна техніка «вибір без вибору» навмисно обмежує доступ

до альтернативних поглядів або інформації, яка суперечить певному уявленню або думці, що пропонується. Ця техніка нерідко використовується з акцентом на негативну оцінку, змушуючи реципієнтів сприймати певну думку або погляд як єдиний правильний або відповідний. Обмеженням доступу до альтернативних думок або інформації медійний текст змушує аудиторію приймати бажаний погляд без можливості адекватної оцінки ситуації. Такий підхід може сприяти формуванню негативного ставлення до певних подій, осіб або ідей.

Окрім цього, на нашу думку, варто зазначити про багатозначні слова, а також про художні засоби, застосування яких часто є контроверсійним та має на меті сприяти виникненню конфлікту. Використання гіперболізації, порівнянь, літоти, сарказму, іронії, метафор, метонімії, неофразем, квазіцитацій так само призводить до негативних реакцій адресата повідомлення. Такі мовні засоби експліцитно увиразнюють негативнооцінну характеристику щодо когось або чогось.

У нашій роботі будуть проаналізовані медійні жанри розважальної підгрупи, тому варто детальніше зацентувати на видах висміювання, що є формою реалізації стратегії дискредитації. Під час залучення такої стратегії автор стикається з викликом «подвійної адресації», адже, по-перше, йому потрібно дискредитувати сам об'єкт висміювання, а, по-друге, переконати аудиторію у його ймовірних негативних характеристиках [46, с. 221]. Серед конкретних мовленнєвих прийомів, що виражають негативну оцінність стосовно об'єкта висміювання, дослідниці Чеберяк А.М. та Сербіна Т.Г. виокремлюють такі: непряма форма висловлення, підкреслена ввічливість, метафоричність, інтонаційне виділення деяких смислових елементів контексту, що часто мають наступні форми репрезентації: саркастичне переосмислення, іронічний натяк, іронічне прохання, іронічна порада, іронічна пропозиція [46, с. 222-224]. Зважаючи на спектр притаманних особливостей, можемо сказати, що саркастичне переосмислення відбивається

в непередбачуваній модифікації суті висловлювання, що трансформує першопочаткову, на перший погляд, суть комунікативного повідомлення. Досліджуючи іронічний натяк, а також іронічні прохання, пораду, пропозицію та інші ймовірні мовленнєві акти, маємо акцентувати на значенні цілих висловлювань, а не окремих мовних одиниць. Такий спосіб уможлиблює вияв імпліцитних негативних тверджень мовця, що увиразнюють висміювання.

Звісно, експерт-лінгвіст має зважати й на імпліцитну оцінність, що віддзеркалюється в синтаксичній будові медіатексту. Еліпсиси, парцельовані речення, інверсія не є прямим виявом оцінки, але оформлення висловлювань із такою будовою уможлиблює фокусування уваги реципієнта на конкретному моменті, що посилює оцінну властивість фрагмента. А тому, зважаючи на вищесказане, можемо визначити специфічність стилістичних норм, активізацію впливу форм розмовного стилю та мовну експресію як домінантні інтралінгвальні чинники, що породжують конфлікт у медіатексті.

Медійний стиль зорієнтований на достатньо широке коло реципієнтів, а тому медійний текст будується не лише під впливом інтралінгвальних чинників, але й екстралінгвальних. Звісно, ці фактори відіграють важливу роль у контексті дослідження того чи іншого тексту, адже осмислення мовного явища досягається відповідно до мовних і позамовних чинників. Мова медіа постійно трансформується, а отже миттєво реагує на суспільні трансформації. На думку Лариси Шевченко та Дмитра Сизонова, основними позамовними чинникам, що впливають на сучасний процес еволюції медіакомунікації є:

- «глобалізаційні процеси в соціумі;
- науково-технічний прогрес;
- розширення геолінгвістичної картини світу;
- концепція «мовної домінантності»;
- розширення меж комунікативного-інформаційного поля;
- полікультурність та інтеграційність міжнародних інформаційних систем;

- явище мовної економії;
- поява нових медіаканалів та жанрів» [44, с.102].

На нашу думку, поява нових медіаканалів, жанрів, а також розширення меж комунікативного-інформаційного поля є стрижневими в контексті розгляду тих чинників, що можуть зробити текст конфліктогенним. Також дослідники виокремлюють екстралінгвальними факторами розвиток демократії, що провокує безвідповідальність комунікантів щодо інформації, яку вони висловлюють та еволюцію соціальних мереж, у яких усі висловлювання вважаються особистою думкою, а отже не регулюються окремими нормативами та часто переходять загальноприйнятні межі в культурній традиції [21, с. 100]. Окрім зазначених зовнішніх факторів, ми спробували створити класифікацію тих, що зараз є джерелом конфліктогенності в медійних текстах:

1) Конкуренція за увагу аудиторії

Зі стрімким зростанням медіаканалів, що транслюють інформацію, збільшується конкуренція за увагу аудиторії. Зважаючи на це, автори медіатекстів досить часто залучають конфліктогенні вербальні та невербальні компоненти, що спричиняють конфронтацію.

2) Явище кенселінгу

Зараз «культура скасування», «культура бойкоту», тобто позбавлення підтримки публічних осіб, брендів, компаній через їх непопулярні або контроверсійні висловлення та дії стрімко поширюється, що має значний вплив на породження конфліктогенних медіатекстів. Кенселінг спричиняє гостру поляризацію громадської думки, адже транслює певну думку як єдину правильну, що може суперечити поглядам значної кількості аудиторії. А це стимулює появу нових конфліктогенних медіатекстів, що мають на меті засудження тієї чи іншої позиції.

3) Недостатній рівень толерантності суспільства

Перелік об'єктів дискримінації насправді є достатньо великим навіть зараз. Відповідно засудження на основі характеристики когось або чогось спричиняє загострення соціальних протиріч. Дискримінаційна лексика та стереотипізація щодо певної спільноти, упередження щодо етнічного походження, мова ворожнечі, що проілюстрована в прямих та завуальованих закликах до насилля, до дискримінації, до виправдування насилля та дискримінації, звинувачення певної групи в негативному впливі на інших – когнітивно-прагматичні установки, що роблять текст патогенним та породжують конфлікт.

4) «Позаконтекстність», нівелювання проукраїнських інтересів

У воєнний час надважливим стає питання формування громадської думки та правдивого висвітлення подій. Цей екстралінгвальний фактор притаманний медіатекстам, що створені блогерами та інфлюенсерами. Адже перебування поза контекстом подій, створення медіатекстів без урахування ситуацій сьогодення, нівелювання проукраїнських поглядів щодо мови, культури, мистецтва достатньо системне явище в соціальних мережах. Медійні особистості соціальних мереж не мають конкретних регулятивів щодо цих аспектів, тож транслують своє бачення, яке достатньо часто суперечить думці інших, свідомих у контексті сьогодення подій людей.

5) Деморалізація суспільства

Під час воєнних подій або загострених конфліктів суспільство переживає спектр деструктивних емоцій. Це може спровокувати появу текстів, які підштовхують до конфлікту та поділяють громадян. Автори медійних текстів використовують різні маніпулятивні техніки, що викликають страх, емоційне збурення, та створення негативних стереотипів, щоб розділити суспільство та зародити і внутрішньоособистісний, і міжособистісний конфлікти.

Тому комплексний аналіз у вигляді лінгвістичної експертизи, що спирається і на інтралінгвальні, і на екстралінгвальні фактори, спрямований оцінити масову комунікацію щодо її відповідності правовим нормам.

Як ми зазначали в попередньому розділі, наше дослідження буде спрямоване на аналіз текстів розважальної та комунікативної підгруп. Лінгвістична експертиза медійного тексту охоплює всі жанри медійної комунікації. Незважаючи на вищу чи нижчу ймовірність виникнення конфлікту в тому чи іншому жанрі, усі жанри медійної комунікації містять маніпулятивний компонент, що так чи інакше може спровокувати конфронтацію.

Семантико-текстуальна експертиза медійного тексту досить часто має за завдання розтлумачити характеристику висловлювання як оцінне судження або ж фактичне твердження. Відповідно до 2 частини статті 30 Закону України про внесення змін до Закону України «Про інформацію» «оціночними судженнями, за винятком наклепу, є висловлювання, які не містять фактичних даних, критика, оцінка дій, а також висловлювання, що не можуть бути витлумачені як такі, що містять фактичні дані, зокрема з огляду на характер використання мовно-стилістичних засобів (вживання гіпербол, алегорій, сатири). Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості» [33]. Можемо зробити з цього висновок, що оцінне судження містить позитивну або негативну оцінку проведених дій, висловлює власні думки та позиції, а також коментує отримані чи не отримані результати, при цьому не має фактичного підґрунтя або підтвердження. Натомість фактологічні твердження – це висловлювання, які відображають об'єктивну реальність та підкріплені сукупністю фактів.

2.2. Регламентация експертної діяльності юридичними документами

Лінгвістична експертиза, як і кожен документ судового процесу України, спирається на державні регулятиви, як наприклад: Конституція України, Закон України «Про судову експертизу», Закон України «Про інформацію», Закон України «Про авторське право і суміжні права», Закон України «Про рекламу», «Про друковані засоби масової інформації», «пресу в Україні», закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Зважаючи на те, що наше дослідження спрямоване на лінгвістичну експертизу медійного тексту, вважаємо доцільним розглянути ті нормативи, що є стрижневими та системно використовуються лінгвістами-експертами.

Достатньо системними є лінгвістичні експертизи медійних текстів, що спростовують чи навпаки ж підтверджують факт приниження честі та гідності громадянина. Так звана «дифамація», поширення про осіб неправдивої інформації, що призводить до вищезазначених наслідків, регулюється ч. 4 ст. 32 Конституції України та Цивільним кодексом України [16]. Задля доведення правопорушення лінгвісту-експерту варто аргументувати, чи наявні в тексті негативні відомості без підстав (поширення негативної інформації про особу чи організацію без належних обґрунтувань, невмотивована критика особистості та її діяльності), недоведені твердження (поширення інформації, що не має підтвердження фактами або доказами, неперевірені твердження, які можуть шкодити репутації особи чи організації), порушення приватності (публічне висвітлення особистої інформації без згоди власника, розкриття даних, які не мають суспільного значення і можуть завдати шкоди особистому життю), наклеп та дезінформація (свідоме поширення неправдивих даних про особу, організацію, події чи суспільні процеси, наклеп), викривлення офіційних даних (перекручування офіційно поданих відомостей, поширення неправдивої інформації, що може призвести до негативних наслідків для

суспільства). Захищаючи право на свободу світогляду і віросповідання, лінгвіст-експерт керується статтями 35, 34 та 21 Конституції України [16], у яких зазначено, що кожен має право на свободу віросповідання, включаючи можливість сповідувати будь-яку релігію або не мати жодної, проводити релігійні обряди та культу, як і здійснювати релігійну діяльність. Проте це право може бути обмежене законом тільки з метою забезпечення громадського порядку, здоров'я, моралі та прав і свобод інших людей. Задля доведення правопорушення лінгвіст-експерт повинен аналізувати лексеми, фраземи, словосполучення, речення, які використовуються в медійних матеріалах та оцінювати їх відповідність зазначеним статтям Конституції України, перевіряти, чи не містять вони експліцитних або імпліцитних закликів до дискримінації за тими чи іншими ознаками. Задля захисту державних символів України, лінгвіст-експерт керується статтями 20, 65 та 66 Конституції України [16], що зазначають про обов'язок захищати Батьківщину, її незалежність та територіальну цілісність, а також поважати державні символи. Кожен також зобов'язаний утримуватися від заподіяння шкоди природі та культурній спадщині, а у разі завдання збитків, відшкодовувати їх. Також маємо зазначити про лінгвістичні експертизи, що порушують Законодавство України про мову. Стаття 10 Конституції України закріплює українську мову як державну [16]. Держава забезпечує її розвиток і функціонування на всій території країни. Лінгвісту-експерту задля доведення правопорушення варто дати відповідь на такі питання:

- Чи була вербально відображена неповага до української мови та символіки?
- Чи відбулося спотворення української мови в певній комунікативній ситуації?
- Чи наявна в медійному тексті вульгаризація державної мови або символіки?

Звісно, лінгвіст-експерт не обмежується вищезазначеними питаннями або аспектами, адже кожен медійний конфліктогенний текст є унікальним випадком та розглядається окремо. Але сформовано базовий алгоритм лінгвістичної експертизи масмедійного тексту:

- 1) Перелік матеріалів для лінгвістичної експертизи та відповідного висновку спеціалістів-лінгвістів.
- 2) Формулювання запитань, на які лінгвіст-експерт має дати відповіді.
- 3) Науково-дослідна частина, у якій наводяться аргументи щодо підтвердження або скасування фактів правопорушення.
- 4) Висновки експерта, де висвітлені ті результати експертизи, що дають змогу відповісти на сформульовані запитання.
- 5) Список джерел, що використовувалися як допоміжні під час експертизи. [21, с.53-54]

Така послідовність дозволяє комплексно та раціонально оцінити конфліктогенний текст, довести чи навпаки ж спростувати факт мовленнєвого правопорушення стосовно певного об'єкта чи явища, зважаючи на текст та контекст. Застосування цього алгоритму сприяє вибудові комплексної та обґрунтованої оцінки текстів, а також науково аргументованого висновку лінгвіста-експерта.

2.3 Специфіка лінгвістичної експертизи конфліктогенного тексту

Розглянемо специфіку лінгвістичної експертизи відповідно до дібраних матеріалів.

Приклад лінгвістичної експертизи конфліктогенного тексту №1.

Для лінгвістичної експертизи та відповідного висновку спеціалістів-лінгвістів надано:

- відеофрагменти з двох платних семінарів школи Олексія Арестовича «Апейрон», оприлюднені на YouTube каналі «Палає»
- копію офіційного листа судового позову представниці феміністичного руху Тетяни Маляр (*прізвище та ім'я особи-позивача змінено задля збереження конфіденційності*)
- витяг із протоколу огляду Youtube каналу «Палає»
- скрин-копії коментаря Олексія Арестовича з мережі «Telegram»

Спеціалісти-лінгвісти мають дати відповіді **на запитання:**

- 1) Чи містяться в тексті висловлювання, виражені у формі закликів до насилля? Якщо так, то чи є ці заклики публічними?
- 2) Чи наявні в тексті висловлювання образливого характеру щодо жінок?
- 3) Чи міститься в тексті інформація негативного змісту щодо жінок?

НАУКОВО-ДОСЛІДНА ЧАСТИНА

Відповідаючи на питання, винесені на розгляд експертного дослідження, експерт спирається на такі вихідні положення:

1. Наданий для експертизи матеріал – текст із відеофрагментів семінару Олексія Арестовича, оприлюдненого на YouTube каналі «Палає»; текст відповіді Олексія Арестовича, оприлюдненого у своєму Telegram-каналі
2. Висновок експертів спирається на наукові принципи мовної комунікації, що визначають засади та критерії міжособистісного спілкування в юридичній сфері суспільного життя.

Задля того, щоб довести, чи наявні в тексті висловлювання образливого характеру щодо жінок, маємо проаналізувати, які лексеми автор уживає. Олексій Арестович звертається до «хлопчиків», домінантної аудиторії свого семінару, адже водночас зазначає «доки нас дівчатка не чують» та питає «от скажіть, що хочеться зробити із цими істотами?» [4]. Маємо довести, кого

саме він називає *«цими істотами»*, та що має на меті використання такої мовної одиниці. Перед лексемою *«істоти»* стоїть вказівний займенник *«ці»*. За Академічним словником української мови в 11 томах займенник *«цей»* може «вказувати на дії, явища, обставини, події і т. ін., про які говориться в попередньому чи наступному контексті» [42, Т.11, с. 193]. Через те, що наступний контекст передбачає лише відповіді на поставлене питання, маємо звернути увагу на попереднє речення задля розуміння, на кого або на що саме вказує вищезазначений займенник. *«Доки нас дівчатка не чують, і ми можемо з вами нормально і відверто поговорити»* [4]. У зазначеній цитаті автор висловлювання констатує та акцентує на відсутності жінок на семінарі. Зважаючи на це, за його словами, уможлиблюється *«нормальна»* та *«відверта»* розмова. Одразу після цього автор ставить вищезазначене питання до аудиторії, використовуючи мовну одиницю *«ці істоти»*, тобто *«дівчатка»*, які *«не чують»*, та не присутні на семінарі. Вважаємо, що номінація *«ці істоти»* використана саме для окреслення жінок, про яких ішла мова в попередньому реченні.

Аби проаналізувати, у якому контексті та з якою метою автор висловлювання вжив лексему *«істоти»*, описуючи жінок, варто подивитися на визначення цієї мовної одиниці в словнику. В Академічному словнику української мови в 11 томах зазначено, що істота – це «живий організм; людина, тварина» [42, Т.4, с. 52]. Аби довести, чи несе лексема *«істоти»* образливий характер стосовно жінок, маємо довести її негативну конотацію в цьому контексті. Додатковий семантичний відтінок цього слова має негативну конотацію. По-перше, у межах двох вищезазначених речень простежуємо антитезу. Спершу Олексій Арестович використовує демінутив *«дівчатка»*, що передає основне значення слова з відтінком ніжності. Уже в наступному реченні використовує лексему *«істоти»* задля окреслення того ж самого об'єкта. У такий спосіб мовна одиниця *«істоти»* набуває додаткового негативного забарвлення в протиставленні з попередньою номінацією. Також

важливим є розгляд наступного речення, що є відповіддю на поставлене запитання: *«От скажіть, що хочеться зробити із цими істотами? Придушити!»* [4]. Тобто з кожним новим реченням простежуємо низхідну семантичну градацію: *«дівчатка»* – *«істоти»* – *«душити»*. Тому можна стверджувати, що справді лексема *«істоти»*, використана задля номінації жінок, має образливий характер. А отже порушує статтю 2 Закону України *«Про Засади запобігання та протидії дискримінації в Україні»*, у якій зазначено, що Законодавство України ґрунтується на принципі недискримінації, що передбачає незалежно від певних ознак забезпечення рівності прав і свобод окремих осіб чи груп осіб та повагу до гідності кожної людини [35]. А також порушує статтю 21 Конституції України, де зазначено, що всі люди є вільні та рівні у своїй гідності та правах.

Аби довести, чи є в текстах інформація негативного характеру щодо жінок, маємо спершу проаналізувати, чи справді інформація є негативною, тобто такою, що засуджує, не схвалює, та кого саме вона стосується. Олексій Арестович генералізовано стверджує, що *«жінка...кричить, дряпає, намагається випити всі соки, зробити вас винним, каже «скажи що-небудь, сволото!»* [4]. У цьому фрагменті використано лексему *«жінка»* в однині задля узагальненого висвітлення всіх жінок як однорідної групи. Автор не вживає цю лексему задля опису конкретної жінки, адже звертається до своєї чоловічої аудиторії на загал *«у момент, коли жінка кричить на вас»* [4], тобто йдеться про кожну потенційну жінку з групи. Задля доведення, що це саме негативна інформація, варто подивитися на визначення дієслів, що автор використовує під час опису жінок. За Академічним словником української мови одне зі значень дієслова *«кричати»* – це *«із криком ляяти кого-небудь»*. [42, Т.4 с. 354]. Наступне використане автором дієслово *«дряпати»* – це *«подразнювати що-небудь, роздратовувати»* [42, Т.2, с. 427]. Також автор залучає словосполучення *«намагається зробити вас винним»* [4]. Задля оцінки цієї мовної одиниці варто подивитися значення лексеми *«винний»*. У словнику

знаходимо таку дефініцію – «який вчинив що-небудь погане, зробив злочин, провинився у чомусь» [42, Т.1, с. 440]. Тобто Олексій Арестович зазначає, що всі жінки звинувачують своїх чоловіків. Далі автор залучає фразеологізм «*випити усі соки*», що в словнику фразеологізмів має такі значення:

1. Нещадно експлуатувати, визискувати кого-небудь.
2. Дуже знесилювати, виснажувати кого-небудь важкою роботою [28].

Простежуємо певну модифікацію фразеологізму автором, адже замість лексеми «*випити*» в словнику знаходимо такі можливі варіанти «*видавлювати (вижимати, витягати і т.ін)*». Позначка «т.ін» дозволяє нам ототожнити варіант «*випити всі соки*» з вищезазначеними значеннями. Вважаємо необхідним проілюструвати саме обидва значення фразеологізму, адже вони обидва семантично вплітаються в канву тексту. Далі автор висловлювання дослівно передає цитату, що нібито промовляє жінка до чоловіка, а саме «*скажи, хоч що-небудь сволото*» [4]. У словнику знаходимо дефініцію лексеми «*сволота*» лише з негативною конотацією, а саме «*підлі люди; мерзотники*» [42, Т.9, с. 100]. Тобто Олексій Арестович стверджує, що всі або ж переважна більшість жінок виявляє моральне або фізичне насилля щодо чоловіків. Вважаємо наведені описи жінки саме твердженнями. Перед тим, як перераховувати вищезазначені мовні одиниці стосовно жінки, автор зазначає «*у момент, коли*». Тобто йде мова про конкретний проміжок часу, у який жінки, зважаючи на вищенаведені значення дієслів, негативно ставляться до чоловіків. Можемо зробити висновок, що автор поширює неправдиві відомості про всіх представниць жіночої статі, що принижують їх честь та гідність, а отже є наклепом. Таке дискредитування є порушенням Закону України «Про внесення змін до Кримінального та Кримінально-процесуального кодексів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за наклеп» [34]. Також Олексій Арестович порушує статтю 68 Конституції України «Кожен зобов'язаний неухильно додержуватися Конституції України та законів України, не посягати на права і свободи, честь і гідність інших людей» [16].

Ця ситуація також суперечить статті 5 Закону України «Про Інформацію», де чітко визначено, що право на доступ до інформації не повинно порушувати права, свободи та законні інтереси інших громадян, а також права та інтереси юридичних осіб [36].

Після вищезазначених негативних висловлювань, Олексій Арестович ставить питання своїм слухачам. Питання є риторичним, адже мовець сам дає згодом відповідь на нього: «Що ви повинні робити?» [4]. Зважаючи на наступні відповіді, знову простежуємо негативну інформацію щодо жінок. Автор наводить декілька порад, серед яких «*відійти подалі, кинути гаманець, сказати – йди, купи собі все, що хочеш*», «*обійняти її мовчки*», «*обійняти й тра***ти*» [4]. Деякі з цих висловлювань експліцитно принижують та дискредитують жінок, адже, на думку мовця, «*кидання гаманцем*» та надання грошей сприяє «*заспокоєнню*» жінки. Такі вирази описують їх як меркантильних та залежних від фінансової винагороди. Використання вульгаризму «*тра***ти*» також принижує жінку. За словником Лесі Ставицької «Українська мова без табу» «*тра***ти*» – це вульгаризм, що означає «здійснювати статевий акт з ким-небудь» [43, с. 371], а отже Олексій Арестович зазначає, що статевий акт та обійми – це один із небагатьох способів заспокоїти жінку. Відсутність урахування думки жінки та системна апеляція до її негативних рис ще раз підтверджує факт правопорушення статті 68 Конституції України «Кожен зобов'язаний неухильно додержуватися Конституції України та законів України, не посягати на права і свободи, честь і гідність інших людей» [16].

Аби довести наявність закликів до насилля в тексті, спершу маємо звернутися до дефініції поняття «заклик». За Академічним словником української мови заклик – «звертання до певної групи людей, у якому в стислій формі висловлено провідну ідею часу, політичну вимогу, завдання; відозва, гасло» [42, Т. 3, с. 147]. Автор висловлювання звертається узагальнено до «хлопчиків», тобто до цільової аудиторії свого семінару, а саме ставить

питання «що хочеться зробити з цими істотами?» [4]. Як ми вже зазначали вище, це питання є риторичним, адже Олексій одразу відповідає на нього самотійно. Одна із функцій залучення риторичних питань під час публічних виступів – спонукальна. Тобто, використовуючи такий художній засіб, Олексій Арестович публічно спонукає слухачів до погодження з його думкою, закликає до тих настанов, що він далі даватиме. Відповіддю на попереднє питання стало таке висловлювання *«спочатку, звісно, хочеться тра***ти, а коли набридне, чи звикли, чи наїлись, далі хочеться придушити нах**, щоб її ніколи не було. І після цього не розмикати пальців роки три, доки гарантовано не задушиш. Із цим їхнім ниттям, з тривожністю, зі спробами контролювати, каструвати, нікуди не пускати»* [4]. У цьому фрагменті заклики до насилля є імпліцитними через використання маніпуляцій автором. Тобто автор експліцитно не зазначає, що, кому і коли варто зробити. Проте, по-перше, Олексій Арестович застосовує лексему *«звісно»*, яка за Академічним словником вважається вставним словом, що уживається на підтвердження впевненості в чому-небудь [42, Т. 3, с. 488]. У такий спосіб приховано переконує в правильності своєї думки. По-друге, Олексій Арестович використовує зворотнє дієслово з постфіксом *-ся*, що ніби узагальнено описує ймовірні відчуття, які мають виникати в інших. По-третє, після перерахунку всіх дієслів на позначення інтенцій щодо жінки автор висловлювання вживає односкладне, безособове речення з ампліфікацією додатків, що знову ретранслюють негативну інформацію про жінок: *«Із цим їхнім ниттям, з тривожністю, зі спробами контролювати, каструвати, нікуди не пускати»* [4]. Ця вставна конструкція не наводить нової інформації, але підсилює тон основного повідомлення. Довівши наявність непрямих закликів у тексті, варто відповісти на питання, чи справді це заклики до насилля та до якого саме виду насилля. Традиційно виокремлюють фізичне, психологічне, економічне та сексуальне насилля. Аби визначити, до якого саме виду насилля належать заклики Олексія Арестовича, варто подивитися

на ті мовні одиниці, що він використовує після лексеми «хочеться». Ними є «тра**ти», «придушити нах**», «не розмикати пальців» [4].

1. «Тра**ти»

Вульгаризм, що означає «здійснювати статевий акт з ким-небудь» [43, с. 371]

2. «Придушити»

Доконаний вид дієслова від «душити», що у свою чергу означає «нищити силою» [42, Т.7, с. 609]. У словнику наведено декілька значень, але ми вважаємо саме це таким, що семантично влітається в канву тексту. Окрім цього, цій мовній одиниці передують лексеми «нах**», що є ненормативною лексикою та за словником українського сленгу означає «напрямок, куди посилають когось, хто не є бажаним в якомусь оточенні, або коли хтось вже занадто осточортів» [27]. Таке залучення ненормативної лексики підсилює негативно забарвлений контекст.

3. «Не розмикати»

Не роз'єднувати що-небудь зімкнуте, стулене, з'єднане; не розтуляти. Відповідно фрагмент «не розмикати пальців роки три, доки гарантовано не задушиш» [42, Т.8, с. 739] після висловлювання «придушити нах**» [4] означає намір до безперервного душіння жінки допоки «гарантовано не задушиш» [4], тобто остаточно не заподієш смерті, здавлюючи горло.

Зважаючи на семантику дієслів, що використовував автор після дієслова «хочеться», можемо зробити висновок, що Олексій Арестович закликає до фізичного та сексуального насилля. Аби довести це, варто подивитися на визначення вищезазначених понять. Інформаційна кампанія «Розірви коло» програми UNFPA Фонду ООН у галузі народонаселення із протидії та запобігання домашнього та/і гендерно зумовленого насильства трактує фізичне насильство «як умисне нанесення побоїв, тілесних ушкоджень, що може призвести або призвело до травмування, порушення фізичного чи

психічного здоров'я, заподіяння шкоди честі та гідності, в окремих випадках, до смерті» [38], а сексуальне насильство як «будь-який неприпустимий сексуальний акт, примус або тиск, що виконується над іншою людиною без її згоди. Воно може проявлятися через небажані дотики, несанкціоновані сексуальні дії, зґвалтування, насильство або погрози насильства» [39]. Тому можемо зафіксувати факт кримінального правопорушення за статтею 300 Кримінального кодексу [17], а саме розповсюдження відеопродукції, що пропагує культ насильства та жорстокості. А також порушення статті 28 «Зловживання правом на інформацію» Закону про інформацію, де зазначено, що інформація не може бути використана для закликів до насильства [36].

Окрім цього, варто звернути увагу на іронію, із якою Олексій Арестович коментує резонанс навколо своїх висловлювань. Використання іронії традиційно трактують, як висловлювання, що контекстуально є протилежним буквальному змісту. Спираючись на медіалінгвістичне знання, можемо зараховувати цей троп до засобу реалізації тролінгу, що є девіантною поведінкою у віртуальному просторі. Можемо назвати тролінг негативною взаємодією у мережі, що полягає в інтенції спровокувати конфлікт, викликати емоційну реакцію або ж розповсюдити дезінформацію за допомогою публікації провокаційних чи образливих коментарів, повідомлень та інших взаємодій з користувачами в Інтернеті. Тож така поведінка має здебільшого провокативний та агресивний характер, адже вчиняє віртуальний натиск на реципієнтів. [12, с. 160]. У своєму коментарі Олексій Арестович використовує окличні речення *«не пропустіть свій шанс!»* (Додаток 1.2), тактику інтимізації, а саме звертання на ти, *«пам'ятай, ти – особлива»* (Додаток 1.2.), гоноратив *«дами»* (Додаток 1.2), а також гіперболізацію *«Потрібні дами, яких я буду показово душити в ефірі. Вважайте конкурс відкритим»* (Додаток 1.2). Урізноманітнення мовлення на лексичному рівні різноманітними тропами є виявом токсичності тексту. Незважаючи на те, що це оцінні судження, які не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості, ми ще раз

підтверджуємо агресивний тон комунікації, що характерний для мови ворожнечі, що Олексій Арестович і застосовує у своїх висловлюваннях.

ВИСНОВОК ЕКСПЕРТІВ

Результати експертизи дають змогу відповісти на поставлені запитання в такий спосіб:

1. У наданому для дослідження тексті містяться висловлювання, виражені у формі публічних закликів до насилля, адже автор спонукає слухачів свого публічного виступу до сексуального та фізичного насилля стосовно жінок.

2. У наданому для дослідження тексті містяться висловлювання, що ображають жінок, адже всі мовні одиниці, які використовує Олексій Арестович є негативно забарвленими та такими, що принижують гідність. Автор генералізовано засуджує поведінку жінок.

3. У тексті наявна інформація негативного змісту щодо жінок, адже автор висловлювання узагальнено висвітлює всіх жінок як однорідну групу в негативному світлі, дискредитує їх, наводячи факти, що є неправдивими вигадками, що завдають моральну шкоду та принижують гідність та честь жінок.

Приклад лінгвістичної експертизи конфліктогенного тексту №2

Для лінгвістичної експертизи та відповідного висновку спеціалістів-лінгвістів надано:

- оригінал відеоінтерв'ю Ірини Федішин на YouTube каналі «Аліна Доротюк», оригінал текстів з історій та допису із соціальної мережі Instagram Ірини Федішин
- копію офіційного листа судового позову Тараса Карасійчука, голови Всеукраїнської громадської організації «Гей-Альянс Україна»

- витяг із протоколу огляду сторінки Ірини Федішин у соціальній мережі Instagram та Youtube каналу «Аліна Доротюк»
- скрин-копії історії та допису з мережі «Instagram» Ірини Федішин

Спеціалісти-лінгвісти мають дати відповіді **на запитання:**

- 1) Чи містяться в наданому для дослідження тексті висловлювання, виражені у формі наклепу?
- 2) Яким є об'єктивний зміст систематичної апеляції до концепту «*grіx*» у висловлюваннях Ірини Федішин та чи ображає це представників ЛГБТ-спільноти?
- 3) Яке значення мають та чи можуть вони бути образливими для представників ЛГБТ-спільноти такі фрази: «*для мене це було важко*», «*цей прапор зовсім не веселковий*», «*такі учасники*»?

НАУКОВО-ДОСЛІДНА ЧАСТИНА

При відповіді на питання, винесені на розгляд експертного дослідження, експерт спирається на такі вихідні положення:

1. Наданий для експертизи матеріал – текст із відеоінтерв'ю Ірини Федішин, оприлюдненого на YouTube каналі «Аліна Доротюк»; текст із відеозвернення Ірини Федішин, оприлюдненого в історії соціальної мережі Instagram Ірини Федішин, текст з історії Ірини Федішин у соціальній мережі Instagram, текст допису, оприлюдненого в соціальній мережі Instagram Ірини Федішин.
2. Висновок експертів спирається на наукові принципи мовної комунікації, що визначають засади та критерії міжособистісного спілкування в юридичній сфері суспільного життя.

Аби підтвердити чи спростувати той факт, що у висловлюваннях Ірини Федишин є наклеп, вважаємо за необхідне спершу звернутися до дефініції поняття «наклеп». Беремо за основу матеріали Академічного словника української мови, де наведено таке тлумачення: «наклеп – неправда, поширювана з метою знеславити, зганьбити, заплямувати кого-, що-небудь; поширення неправдивих відомостей» [42, Т.5, с. 105]. Та Закону України «Про внесення змін до Кримінального та Кримінально-процесуального кодексів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за наклеп», у якому визначено, що «наклеп – поширення завідомо неправдивих вигадок, що ганьблять іншу особу» [34]. Авторка поширює неправдиві відомості про всіх представників ЛГБТ-спільноти, що принижують їх честь та гідність. Її висловлювання є неправдивими вигадками, що дискредитують: *«ви вимагаєте толерантності до себе, натомість принижуєте людину, у якої інша думка»* (Додаток 2.3).

Залучаючи пряме звертання в другій особі множини до всіх гомосексуалів, авторка генералізовано стверджує, що представники ЛГБТ-спільноти *«принижують людей, у яких інша думка»* (Додаток 2.3). Відсутність конкретних покликань та ілюстративних прикладів щодо того, хто саме з ЛГБТ-спільноти принижує інших та в який спосіб, звертання до конкретної групи осіб, а саме представників ЛГБТ-спільноти, використання лексеми *«принижувати»* з яскраво вираженою негативною конотацією, що за Академічним словником української мови в 11 томах має значення «ставити в принизливе становище, ображати» [42, Т.7, с. 689] мають на меті посягання на гідність представників ЛГБТ-спільноти. Відповідно це порушує статтю 68 Конституції України «Кожен зобов'язаний неухильно додержуватися Конституції України та законів України, не посягати на права і свободи, честь і гідність інших людей» [16]. Також це порушує статтю 5 Закону України «Про Інформацію», у якому зазначено, що реалізація права на інформацію не повинна порушувати громадські, політичні, економічні, соціальні, духовні,

екологічні та інші права, свободи і законні інтереси інших громадян, права та інтереси юридичних осіб [36].

Неодноразово авторка висловлювань залучає інтертекстуальність, а саме покликається на Біблію. Висловлюючи свою думку про ЛГБТ-спільноту, стверджує, що це є гріхом. Ці висловлювання є саме твердженнями, адже вони містять фактологічність, а саме покликання на першоджерело, Біблію, наприклад: «*Господь створив Єву і Адама, а не Адама і Адама*» (Додаток 2.2), системність (апеляцію простежуємо в кожному з групи текстів) та логічність. Ці твердження ображають представників ЛГБТ-спільноти, адже посягають на право та свободу світогляду. По-перше, поняття «гріх» за Академічним словником української мови в 11 томах має такі значення:

1. Порухення релігійно-моральних догм, настанов і т. ін.
2. Поганий, непорядний вчинок; якийсь недолік, помилка, недогляд [42, Т.2, с. 171].

Зважаючи на будь-яку з цих двох можливих дефініцій, проведення паралелей між приналежністю до ЛГБТ та вчиненням гріху є образливим для цієї групи людей, тому що зачіпає почуття, адже викликає почуття провини за власний світогляд, що трактуються авторкою висловлювання як «*поганий, непорядний вчинок*» (Додаток 2.2). Вважаємо, що це порушує статтю 35 Конституції України, що зазначає «Кожен має право на свободу світогляду і віросповідання» [16]. Стверджуючи, що гомосексуалізм є гріхом, покликаючись на Біблію, авторка висловлювань не вводить реципієнтів в оману, адже справді Священне Писання свідчить, що сексуальні відносини між представниками однієї статі протиприродні та є гріхом: «Не лягай з чоловіком, як з жінкою: це мерзота» [37]. За порушення цієї заповіді покарання несе не тільки порушник, але й ціле суспільство, яке діями чи бездіяльністю схвалює такий гріх: «Дотримуйтеся постанов моїх і законів Моїх і не робіть усіх цих гидот, ні тубілець, ні прибулець, що живе між вами... бо якщо хто буде робити усі ці мерзоти, то душі, які роблять це, знищені

будуть з народу свого» [37]. Але вважаємо за необхідне звернутися до морально-етичних аспектів неоліберального богослов'я. Простежуємо, що традиційний погляд, якого дотримується авторка висловлювань, викликає полеміку поміж священників та вже не є загальноусталеним. Пастор УАПЦ Яків Кротов зазначив, що приклад ЛГБТ виявляє низький рівень розуміння Святого Письма більшістю християн. Пастор акцентує на тому, що якщо вважати гомосексуальність вродженою характерною ознакою, то гомосексуальна поведінка не може вважатися гріхом [29, с. 136]. Можемо зробити висновок, що є протестантські церкви, які відносяться до ЛГБТ-груп достатньо відкрито. Ця відкритість може бути різною: у деяких церквах відбувається вінчання одностатевих пар, у деяких гомосексуалістам дозволяють вступати до священницьких служб або навіть обирають їх єпископами. Тож систематично апелюючи до традиційного погляду Біблії на гомосексуалізм, авторка висвітлила представників ЛГБТ-спільноти як грішників, що руйнують себе. У такий спосіб посягнула на право свободи світогляду гомосексуалів та не взяла до уваги морально-етичні аспекти неоліберального богослов'я.

1. Аби визначити, яке насправді значення мають та чи ображають перелічені фрази («для мене це було важко», «цей прапор зовсім не веселковий», «такі учасники») представників ЛГБТ-спільноти, вважаємо за необхідне з'ясувати тлумачення окремих лексем за Академічним словником української мови в 11 томах. Лексема «веселковий» має два значення, а саме:

1. Подібний до кольорів веселки; різнобарвний

2. *перен.* Приємний, радісний, який обіцяє щось гарне, добре [42, Т.1, с. 339]

Вважаємо, що у своєму висловлюванні «*Ти дізнався, що цей прапор, насправді, зовсім не веселковий. Ти побачив наскільки люди під таким прапором можуть бути агресивними*» (Додаток 2.4), авторка використовує лексему «веселковий» саме в переносному значенні, адже надалі проводить паралель значення «не

веселкового прапору» з агресивними людьми. Додаючи заперечну частку «не» до лексеми «веселковий» дає негативну оцінку символіці ЛГБТ-спільноти. «Не веселковий прапор» відповідно означає неприємний, нерадісний, не такий, що обіцяє щось гарне, добре. Вважаємо висловлювання образою, адже це зневажливе ставлення щодо символіки конкретної групи осіб.

Також у тексті згадується про щорічний пісенний конкурс Євробачення, на якому авторка висловлювання входила до складу журі. Описуючи своє відчуття під час того, як бачила представників ЛГБТ-спільноти, вона зазначає: *«На Євробаченні ми бачимо багато таких учасників – це було для мене важко. Але я теж це абстрагувала»* [2]. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови В.Бусела знаходимо такі значення поняття «важко»:

1. Про відчуття великої ваги
2. Про почуття втоми, неприємного фізичного стану, болю, страждань.
3. Про дуже сумний, безрадісний гнітючий настрій.
4. Про гнітючу напружену ситуацію [5, с. 107].

Вибір словника В.Бусела замість, традиційного в нашому дослідженні, Академічного словника української мови в 11 томах умотивований ширшим спектром дефініцій лексеми «важко» у вищезазначеному джерелі.

Зважаючи на контекст, вважаємо, що авторка розуміє саме 3 або 4 значення, адже зазначала про своє власне почуття під час того, як бачила гомосексуалів. Також додає вказівний займенник *«такі»* до лексеми *«учасники»* задля виокремлення їх з-поміж інших, адже за Академічним словником української мови в 11 томах лексема «такий» має дефініцію: «саме цей, про який ішла або йде мова, вказуючи на властивість особи, якість предмета тощо; вищезгаданий» [42, Т.10, с. 21].

Відповідно робимо висновок, що для авторки висловлювання бачити саме представників ЛГБТ-спільноти є таким явищем, що створює гнітючу напружену ситуацію, робить її настрої сумним, безрадісним. Інші ж учасники,

що не є представниками ЛГБТ-спільноти такого ефекту не справляють. Вважаємо, що це порушує статтю 21 Конституції України «Усі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах. Права і свободи людини є невідчужуваними та непорушними» [16].

ВИСНОВОК ЕКСПЕРТІВ

Результати експертизи дають змогу відповісти на поставлені запитання в такий спосіб:

1. У наданому для дослідження тексті містяться висловлювання, виражені у формі наклепу, адже авторка поширює неправдиві відомості про всіх представників ЛГБТ-спільноти, а саме зазначає, що представники ЛГБТ-спільноти принижують людину, у якої інша думка, відмінна від їх.

2. Об'єктивний зміст систематичної апеляції до концепту «*гріх*» у висловлюваннях Ірини Федишин – це висвітлення належності до ЛГБТ як погане, непорядне явище. Такі порівняння є образливими для цієї групи людей, тому що викликають почуття провини за власний світогляд.

3. Фраза Ірини Федишин «*цей прапор зовсім не веселковий*» (Додаток 2.4) виражає зневажливе ставлення щодо символіки представників ЛГБТ-спільноти, адже лексема «*веселковий*», що вжита в переносному значенні в поєднанні із заперечною часткою «*не*» означає неприємний, нерадісний, не такий, що обіцяє щось гарне, добре. Фрази «*для мене це було важко*» [2] та «*такі учасники*» [2] висвітлюють участь ЛГБТ-спільноти в Євробаченні як явище, що створює гнітючу напружену ситуацію, робить настрій авторки висловлювання гіршим.

Діяльність експерта-лінгвіста не передбачає оцінювання висловлювання, а лише надає об'єктивну інформацію з покликанням на актуальні лексикографічні наукові джерела, що наведені в списку літератури.

Висновки до Розділу 2

Проведення лінгвістичних експертиз є єдиним способом довести належність конфліктогенного тексту до того типу патогенних текстів, що нівелюють морально-етичні засади, або ж до тих, що порушують законодавство України. Лінгвіст-експерт, послуговуючись традиційним алгоритмом проведення лінгвістичної експертизи, вибудовує науково аргументовану оцінку тексту, що дозволяє зробити об'єктивні висновки щодо наявності або ж навпаки відсутності правопорушень у вербальних фрагментах.

Серед системних конфліктогенних вербальних елементів, які аналізує лінгвіст експерт, можемо виокремити негативно-оцінну лексику, яку автори тексту ставлять у сильну позицію з маніпулятивною метою; використання пейоративів, що містять негативну емотивну сему, негативно-оцінні лексеми представлені просторіччями, обценною та розмовною лексикою, жаргонізмами, сленгізмами, багатозначними словами, вульгаризмами та перифразами. Окрім цих мовних одиниць, виокремлюємо й такі маніпулятивні тактики: «створення контрасту», «фокус уваги на деяких особливостях», «вибір без вибору». Використання виражальних стилістичних засобів, таких як гіперболізація, порівняння, літога, сарказм, іронія, метафора, метонімія, неофразема, квазіцитатація так само може бути контроверсійним та спричинити конфронтацію.

Акцентуючи на особливостях того чи іншого мовно-виражального засоба, маємо зазначити, що висміювання є однією з імовірних форм реалізації стратегії дискредитації. Саме тому саркастичне переосмислення, іронічні натяки, прохання, поради, пропозиції уможливають підрив авторитету, іміджу й довіри чогось або когось.

Оформлення висловлювань із залученням інверсії, еліпсисів та парцельованих речень є теж важливим у контексті дослідження конфліктогенного тексту, адже такі засоби можуть бути імпліцитним виявом негативної оцінності, оскільки маніпулятивно фокусують увагу реципієнта на необхідному автору моменті.

Окрім інтралінгвальних факторів, ми створили власну класифікацію екстралінгвальних чинників, що впливають на конфліктогенність тексту. Серед її головних компонентів виокремили конкуренцію за увагу аудиторії, явище кенселінгу, недостатність рівень толерантності суспільства, «позаконтекстність», нівелювання проукраїнських інтересів, деморалізацію суспільства. На нашу думку, ці чинники найбільш системно впливають на вірогідність породження конфлікту в медійному тексті, адже охоплюють домінантні особливості медійних текстів як комунікативних феноменів, спрямованих на широке коло реципієнтів.

На прикладі лінгвістичної експертизи висловлювань Олексія Арестовича ми з'ясували, які вербальні елементи підтверджують наявність закликів до насилля, спонукання до сексуального та фізичного насильства щодо жінок, а також приниження їх гідності. Увиразнення негативного ставлення до жінок, заклики до фізичного та сексуального насилля вербально передавалось через генералізацію, системність використання лексем із негативною конотацією, а також іронію, демінутиви, риторичні запитання, фразеологізми, тактику інтимізації. Висловлювання автора з вищеперерахованими засобами є конфліктогенними та не тільки нівелюють морально-етичні засади, але й порушують законодавство України.

На прикладі лінгвістичної експертизи висловлювань Ірини Федішин нам удалося визначити, що авторка справді залучає висловлювання, що містять наклеп, спрямований на представників ЛГБТ-спільноти. Вона поширює неправдиві відомості, стверджуючи, що ці люди принижують інших за їхні переконання, а також порушують релігійно-моральні догми та

настанови. Такі вислови викликають відчуття провини за власні погляди та порушують гідність представників спільноти. Також Ірина Федішин вербально увиразнює негативне ставлення до символіки ЛГБТ-спільноти та створює напружену атмосферу. Такі результати експертизи ґрунтовані на аналізі лексем із негативною конотацією, багатозначних слів, систематичного апелювання до концепту «гріх», прийому генералізації, маніпулятивного використання фактологічних тверджень, а також залучення порівнянь та паралелізмів.

РОЗДІЛ 3.

ОСОБЛИВОСТІ КОНФЛІКТОГЕННОСТІ В МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ ВІДПОВІДНО ДО ЖАНРУ

3.1. Жанри масмедіа та їх класифікація в дискурсі сучасного філологічного знання

Сучасний інформаційний простір перебуває в постійній еволюції. На нашу думку, екстралінгвальні фактори, а саме розвиток демократії в інтернет-просторі, конкуренція за увагу аудиторії, явище кенселінгу, недостатній рівень толерантності суспільства, «позаконтекстність», нівелювання проукраїнських інтересів, деморалізація суспільства впливають на засоби, методи і форму інформування суспільства та породжують конфлікти. Методи інформування в медіа, як лінгвістичні, так і структурні, хоч і мають загальні, сталі характеристики, проте піддаються впливу різних позамовних факторів. Ці фактори з одного боку, визначають їхню змінність, а з іншого – різноманітність підходів до наукового аналізу [11, с. 26]. Можемо сказати, що позамовні чинники впливають на великий спектр систем та парадигм ЗМІ, включно з мовною, яка відбиває появу нових лексем або їх семантичну трансформацію, функціональну і, звичайно, взаємозалежну від останньої, жанрову. Чому функціональна та жанрова парадигми корелюють та перебувають у безпосередньому взаємозв'язку? Сучасні ЗМІ виконують різноманітні функції, як загальні для будь-якої мови, так і специфічні. Ці функції включають комунікативну, інформаційну, емоційно-експресивну, когнітивну, сугестивну, маніпулятивну та інші. Кожна з них може виявлятися по-різному в різних медіажанрах, що створює домінантні та маргінальні функції жанрів [8, с. 29]. Вважаємо, що доречним буде обґрунтування думки

про ймовірний синтез функцій та, як результат, жанрову дифузію. Процес, під час якого різні медійні жанри поступово перетинаються та взаємодіють, що призводить до еволюційних змін і синтезування форм та смислових елементів. На наш погляд, жанрова дифузія першочергово утворюється саме через задоволення різних потреб реципієнта, а тому і виконання різних функцій. Такий спосіб подачі медійного матеріалу, як інфотейнмент, має на меті і проінформувати реципієнта, і розважити його, тому тут жанрова парадигма буде синкретичною, адже апелювання до емоцій читача, слухача, глядача реалізується поєднанням багатьох функціональних характеристик. На думку Дмитра Дергача, медіалінгвістична концепція стратифікації жанрів медіа, в основу якої покладено критерії функціоналізму, враховує такі функції як «інформаційна (новини, інформаційна стаття, інформаційне інтерв'ю, бліц-інтерв'ю, замітка, оголошення, афіша та ін.), аналітична (аналітична стаття, тижневі новини, аналітичне інтерв'ю, соціальна реклама, ток-шоу, стрес-шоу, пост-шоу, огляд, коментар та ін.), маніпулятивна (комерційна реклама, політична, соціальна програма, гасло, слоган та ін.), реалізована в особливому використанні мови з метою впливу (інформації) на мовну свідомість реципієнтів, когнітивна (інтелект-шоу), розважальна (в першу чергу йдеться про телевізійні та радійні варіанти жанру шоу), комунікативна (чат, сторінка в соціальних мережах, електронний лист, блог та ін.), естетична (есе, нарис, фейлетон та ін.)» [10, с.3 0-31]. Звичайно, для кожної окремої підгрупи жанрів будуть притаманні свої характеристики та ознаки. Якщо для інформаційної підгрупи жанрів властивим є об'єктивне інформування без подачі авторської думки, оцінки та коментаря, то в аналітичних жанрах уже можемо побачити маніпулятивний складник, відбитий у мовній категорії модальності, що розкриває позицію щодо конкретного матеріалу. Маніпулятивна група жанрів уособлює вплив та сугестію, ці елементи є домінантними та такими, без яких жанрова парадигма цієї підгрупи не досягала б своєї комунікативної мети. У групі жанрів, об'єднаних за когнітивною функцією, інформаційний ресурс

апелює (але не шляхом свідомого і підсвідомого впливу) до реципієнта, його досвіду, умінь і мотивує їх розвиток, співвіднесений із пізнавальним характером інформації та специфічним оформленням мовного матеріалу.

Для аналізу впливу інтра- та екстралінгвальних факторів на конфліктогенність у медіа ми взяли медійні жанри комунікативної та розважальної підгруп, адже ймовірність породження конфліктів у таких видах жанрів є дуже високою та системною, зважаючи на вищеперераховані екстралінгвальні фактори, а також на відсутність юридичних нормативів, що врегульовували б контент у соціальних мережах. На прикладі жанрів, у яких системно породжуються конфлікти, а саме дописи, історії та коментарі в соціальних мережах, ми дослідили, які засоби активно сприяють конфліктогенності, а отже патогенному впливу на реципієнтів у групі комунікативних жанрів, а на прикладі гумористичних шоу – у групі розважальних жанрів. Добір текстів саме таких підгруп медійних жанрів також ілюструє спільні риси щодо мети використання мовних засобів, спрямованих на породження конфлікту, а саме привернення уваги аудиторії до контенту.

3.2. Вплив інтра- та екстралінгвальних факторів на конфліктогенність у медійних жанрах розважальної підгрупи

Один із репрезентантів розважальних жанрів у медіа – це гумористичне шоу. Традиційний канал транслявання розважального шоу – це телебачення, але зараз достатньо багато такого типу шоу виходить на онлайн-платформах, як наприклад YouTube. Гумористичне шоу, як форма сценічної комедії, має чітку структуру, що ґрунтується на поєднанні самостійних міні-творів таких як, етюди, мініатюри, памфлети, монологи, та фейлетони, що об'єднуються сценаристом у цілісну динамічну, інтерактивну концепцію. Суто розважальні програми поділяють на:

- 1) гумористичні програми;
- 2) кулінарні шоу;
- 3) реаліті-шоу;
- 4) розважальні шоу-видовища;
- 5) «програми-перевтілення»
- 6) ігрові розважальні програми (інтерактивні ігри);
- 7) світські хроніки (програми про моду та модне світське життя);
- 8) музичні програми [49]

Об'єктом нашого дослідження є гумористичні програми, що спрямовані на розвагу глядачів за допомогою комедійних сценок, виступів, імпровізацій, сатиричних елементів та інших комічних прийомів. Гумористичні програми можуть мати різноманітні формати, включно з комедійними серіалами, сатиричними шоу, стендап-комедіями, імпровізаційними виставами та інші. Зважаючи на думку дослідників, основною особливістю гумористичного шоу є те, що це споріднене видовище театру в малій формі, у якому будь-яка дія будується сценаристом та режисером відповідно до загальної теми програми. Завдання режисури сучасної гумористичної шоу-програми на сцені – висвітлити сучасні процеси та явища суспільного життя, знайти шляхи вирішення нагальних проблем, які викликають загальне обурення більшості пересічних громадян. Тому сатирична комедія сьогодні є найпопулярнішим жанром, оскільки особливість цього жанру полягає в критиці соціальних проблем, які загрожують суспільству. Сатирична комедія має характер безкомпромісної критики. Характер цього жанру – перебільшення негативних рис особистості [51].

На нашу думку, висміювання також є однією з форм реалізації стратегії дискредитації. На прикладі фрагментів із гумористичних шоу ми з'ясуємо, якими є найбільш поширені прийоми репрезентації висміювання. Такі стилістичні фігури іронії, як саркастичне переосмислення, іронічний натяк, іронічна пропозиція, а також контекстуальна літота, а саме применшення

значущості об'єкта висміювання, мовна гра, гіперболізація та деякі інші виокремлюються дослідниками як активні мовленнєві прийоми публічного висміювання [46]. Зокрема ці засоби й породжують конфлікти в багатьох випадках, оскільки можуть образити чи вразити окремих осіб або групи людей. Такі форми висміювання можуть стати причиною і внутрішньоособистісних, і міжособистісних чи міжгрупових конфліктів.

Аналіз фрагментів гумористичного шоу «Дизель шоу» показує широку палітру конфліктогенних текстів. Сам зміст програми наповнюється мовою ворожнечі, а саме пропагуванням споживання алкоголю, насміханням над українцями та іншими національностями, ксенофобною та гендерною стереотипізацією. Звісно, таке пропагування та нав'язування думок увиразнюється спеціальними мовними засобами, зокрема й тими, що реалізують маніпулятивні технології. На прикладі цитат із декількох випусків «Дизель шоу» ми з'ясуємо, які мовні засоби є системними, а також які екстралінгвальні фактори вплинули на конфліктогенність цих медіатекстів.

У новорічному випуску 2023 року три номери поспіль були присвячені чоловікам, що люблять споживати алкоголь. Далі наводимо цитати, що відображають ставлення до алкоголю, та в який спосіб ці сенси транслуються аудиторії.

1. *«Якщо на Новий рік ялинка у вас штучна, а шампанське безалкогольне, то й снігуронька буде гумова» [1].*

Автор цього тексту уподібнює три явища, а саме *«штучну ялинку»*, *«безалкогольне шампанське»* та *«гумову снігуроньку»*. У такий спосіб залучає паралелізм, що за літературознавчою енциклопедією Ю. Коваліва є стилістичним прийомом паралельного зображення, аналогією, уподібненням, спільністю ознак або дій [22, Т.2, с. 182]. У всіх використаних мовних одиницях простежується спільна конотативна сема *«несправжності»*. Епітети, що використовує автор на позначення концептів, віддзеркалюють саме це значення. Тобто *«безалкогольне шампанське»* так само є штучним, як

«ялинка» та «гумова снігуронька». Також автор використовує підрядне речення умови. Мета використання такої конструкції – це вказати на умову, за якої може відбуватися дія. У цьому контексті – відсутність справжнього свята без наявності справжнього алкоголю. Такий паралелізм є справді конфліктогенним, адже пропагує споживання алкоголю, що, по-перше, порушує морально-етичні засади, а, по-друге, суперечить думці тих людей, що не споживають алкоголь. Також можемо зазначити, що у фрагменті наявна лінгвосугестивна технологія, що підвищує ефект навіювання потрібної автору думки. Мова йде про конкретність та образність ключових слів, що одразу ж можна подумки уявити [15, с. 13].

2. «Мамо, як сало без холоденької?» [1].

Малюнок 3.1. Розмова дитини з мамою про алкоголь у шоу «Дизель шоу»



Ця цитата є конфліктогенною і через інтралінгвальні, і через екстралінгвальні фактори. По-перше, варто звернути увагу на вжитий евфемізм «холоденька» замість лексеми «горілка». Такий демінутив є показником ніжних почуттів та любові до алкогольного напою, що насправді шкодить здоров'ю. У такий спосіб автор намагається нав'язати патогенну думку про те, що алкоголь – обов'язковий складник прийому їжі. По-друге, це висловлювання промовляє дитина до своєї матері із запитальною інтонацією та захопленим тоном, що ще більше підкріплює патогенність тексту. Використання евфемізмів, що актуалізують роботу підсвідомості споживача інформації й формують необхідний маніпулятору образ, у цьому разі –

невід’ємний компонент процесу споживання їжі, вважається лінгвосугестивною технологією за Компанцевою Ларисою Феліксівною [15, с. 14]. Цей текст є конфліктогенним, адже приховує шкідливість алкоголю, підштовхує до утвердження ідеї, що вживання спиртних напоїв є нормою та стимулює формування негативних звичок в аудиторії.

3. *«Ось так за годину до Нового року виглядає чоловік. У мене колись був такий тверезий Новий рік» [1].*

Малюнок 3.2. Зображення тверезого чоловіка в шоу «Дизель шоу»



Конфліктогенність текстів доволі часто підкріплюється креолізованими елементами, як наприклад, зображеннями. Автор зазначає, що «ось такий» на вигляд чоловік, який має *«тверезий Новий рік»*. Це висловлювання супроводжується вищезазначеним невербальним елементом. Комбінація невербальних та вербальних елементів у цьому випадку створює чіткий образ, який повинна мати вигляд людина, що не споживає алкоголь на свята. А саме роздратований та агресивний. Прислівник *«так»* та займенник *«такий»* використовують задля вказівки, що мова йде саме про того, хто зображений на екрані.

Окрім пропагування алкоголю, автори насміхаються над іншими національностями, нав’язують ксенофобні стереотипи, що, звісно, не може не викликати негативну реакції та деструктивні емоції в більшості реципієнтів.

1. *У сусідній Румунії до діточок у Новий рік приходять Мош Кречун (номінація Діда Мороза), який їздить на красивому коні або на ослику, бо коня цигани вкрали» [1].*

Розмірковуючи та жартуючи над тим, який на вигляд Дід Мороз у Румунії, автор висловлювання залучає номінацію «цигани». Такий варіант назви групи народів індоарійської етнічної групи є прийнятним, але патогенним є сам зміст комунікативного повідомлення, а саме «*коня цигани вкрали*» [1]. Цей вираз увиразнює ромофобію, гостру антипатію щодо осіб ромської народності. Значення лексеми «*красти*» є негативно забарвленим, адже за Академічним словником в 11-томах красти – це «*нишком привласнювати чуже*» або ж «*займатися злодіємством*» [42]. На нашу думку, автор висловлювання залучає лінгвосугестивні технології, адже має намір нав'язати думку, натякнути, що всі цигани – крадії. А саме використовує готову мовленнєву формулу «*цигани – крадії*», що швидко й економно передає прецедентний зміст. Такий текст може спровокувати й внутрішньоособистісний, і міжособистісний, і міжгруповий конфлікти, адже публічно трансліює неправдиве уявлення про конкретну соціальну групу. Це може призвести до дискримінації та навіть насильства щодо представників названої групи. Такі стереотипи розширюють соціальні розриви та сприяють формуванню негативних стосунків між людьми.

2. «*Ізраїльський Папай Ноель нікуди не ходить, а сидить вдома. Тому що якщо дітям треба подарунки, то хай самі і приходять*» [1].

Продовжуючи тему ксенофобних стереотипів, хочемо проаналізувати ще одне подібне висловлювання. Цей фрагмент побудований на стереотипі про жадібність євреїв, адже як зазначено у висловлюванні, Папай Ноель не приходить додому до дітей, як це традиційно відбувається в інших країнах. Замість цього чекає, поки діти самі прийдуть, та лише за цієї умови дає подарунки. Автор використовує готову мовленнєву формулу «*євреї жадібні*», що швидко й економно передає прецедентний зміст. У самому тексті використано антитезу «*Папай Ноель не ходить, а сидить*» [1], що одразу руйнує традиційний образ Діда Мороза, який щиро хоче подарувати дітям гостинці. Знову ж таки таке насадження стереотипів є деструктивним для

аудиторії та навіть потенційно небезпечним внаслідок можливих майбутніх інтеракцій людей різних національностей.

Наступною темою для висміювання стає гомосексуальність. Недостатній рівень толерантності створювачів програми ображає представників ЛГБТ-спільноти, адже в шоу об'єктом висміювання постають саме гомосексуали. На наступному прикладі ми дослідимо, через використання яких вербальних елементів, досягається стратегія дискредитації

3. *Дід Мороз, а де твоя бабуся?*

– *Нету.*

– *І ніколи не було?*

– *Та вродє і не було.*

– *То може ти взагалі по дідусям? А то я думаю, що ти так га «голубий огоньок» поспішаєш.*

– *Слухай, діду, а Снігурка точно твоя онучка, чи ти просто збоченець?*

[1].

У цьому фрагменті автором використано іронічний натяк. Маємо говорити про набуття нейтральними в стилістичному розумінні мовними засобами експресивного значення. У цьому контексті відбувається переосмислення значення номінації «голубий огоньок». Мовець не має на меті розказати про телевізійну музично-розважальну програму, але згадує про неї задля навіювання думки про гомосексуального чоловіка, адже в українській мові для позначення цієї сексуальної орієнтації часто використовують жаргон «голубий». Окрім висміювання гомосексуалів, автор використовує сексуалізовані жарти, залучаючи риторичне питання з контекстуальною антитезою, а саме «дідусь» та «збочинець». У такий спосіб порушує морально-етичні засади, пропагує непристойні алюзії, що потенційно можуть викликати негативні емоції в реципієнтів.

Гендерно орієнтовані стереотипи є невід'ємним складником цього гумористичного шоу. Автори жартів системно дискредитують та принижують жінок своїми пародіями з негативною оцінністю, гіперболами та натяками.

4. Текст із фрагмента номеру, що зображує магазин, у якому запаковуються подарунки. Діалог покупця і пакувальника:

- *Можна у вас подарунок придбати?*
- *Ні, знаєте, на жаль, ні. Ми запаковуємо, а не продаємо.*
- *Я знаю, але мені дуже потрібне ось це (показує на скотч).*
- *Скотч? Кому ви його зібрались дарувати?*

Далі до розмови доєднується жінка покупця, кричить агресивним тоном:

- *Ну довго я буду чекати тебе в машині? Ну скільки ж можна, а? Пішов і нічого не сказав. Та як так можна? Я хочу піти по магазинам, а ти тут стоїш. Та як так можна? Я хочу сапожки. Я хочу бюстгальтер. Ти ніколи не цікавишся моїм життям. Та як так можна, а? Взагалі якщо ти б мені нічого не сказав, я би маму із собою взяла!*

Далі покупець: Скільки з мене?

Продавець: Це подарунок... [1].

Домінантним об'єктом висміювання в цьому фрагменті стає жінка. Її образ транслюється як сварлива, агресивна, неврівноважена людина. Таке ілюстрування досягається за допомогою парадіювання, у якому на мовному рівні можемо визначити такі особливості:

- системне повторення риторичних питань, що мають на меті підсилити експресію комунікативного повідомлення, підвищити напругу діалогу;
- повторення виразу «я хочу», що гіперболізує частотність намірів жінки купити щось;

- повторення займенника «*ти*» задля висловлення докорів чоловіку, тобто використання негативно-оцінних висловлювань, що сконцентровані на вчинках і якостях чоловіка.

Така стереотипізація образу жінки підкріплюється інтенцією чоловіка купити «*скотч*». Цей намір стає стрижнем жарту, адже після вищезазначених висловлювань жінки, продавець просто дарує «*скотч*».

Окрім гендерних та ксенофобних стереотипізацій, пропагування алкоголю та відсутності толерантності, великою проблемою в гумористичних шоу постає висміювання самих українців. Досить часто така тематика транслює неповагу до державної символіки, до співгромадян та до культури загалом, а отже є конфліктогенною. На прикладі гумористичного шоу «Вечірній Квартал» ми розглянемо, якими вербальними елементами увиразнюється висміювання над українцями, та чому воно є конфліктогенним. Для аналізу ми так само взяли фрагменти з новорічного випуску 2023 року, аби аналіз екстралінгвальних факторів виникнення конфлікту був максимально актуальним у контексті сьогодення. В одному з номерів цього випуску було показано героїню зі Скадовська, що приїздить на Закарпаття і під час розмови з місцевим чоловіком намагається говорити українською. Назва сценки – «*Дівчина, яка все життя розмовляла російською мовою, переїхала на Закарпаття*» [3]. Мета номеру, як зазначають автори, показати який мають вигляд люди, котрі в повсякденному спілкуванні не наважуються розмовляти українською, адже бояться припуститися помилки, та підтримати їх. Щоб довести, чи справді текст не має на меті образити, висміяти та дискредитувати мешканців Скадовська, варто проаналізувати його вербальне наповнення.

Спершу звертаємо увагу на девіацію, що автори допускають на початку номеру. Представлення сценки подано в такій формі: «*Отже, уявіть, дівчина, яка переїхала зі сходу України на Закарпаття....*» [3]. Автори залучають лексему «*схід*» задля позначення розташування Скадовська, що насправді

знаходиться на півдні України. Таке сплутування, на нашу думку, не має навмисного наміру, швидше засвідчує низький рівень розвитку та неосвіченість авторів, але саме висловлювання водночас уже стає підґрунтям до породження конфлікту.

Варто зазначити, що вся сценка побудована на мовній грі. Окрім активного використання суржику, мовна гра постає стрижневим способом кумедного транслювання намагань дівчини говорити українською. Унаслідок неправильної вимови слів системно утворюються просторіччя та вульгаризми. Коли мешканець Закарпаття питає *«А чому до цього українською не спілкувалися?»* [3], дівчина відповідає *«ну потому що я сіська довська»* [3]. Замість мовної одиниці *«зі Скадовська»* використана омонімічна форма *«сіська довська»*, один із компонентів якої є вульгаризм. Аби довести, що весь номер справді побудований на мовній грі, простежуємо скільки разів застосовано каламабури в сценці.

1. Замість *«реагують»* – *«рагулюють»*
2. Замість *«вивчала»* – *«варчала»* та *«волчара»*
3. Замість *«слів»* – *«слив»*
4. Замість *«позабувала»* – *«позаблювала»*
5. Замість *«пообіцяйте»* – *«пообісцяйте»*
6. Замість *«ім'я»* – *«вим'я»*
7. Замість *«ліс»* – *«лис»*
8. Замість *«хвоя»* – *«хвойда»*
9. Замість *«стовбур»* – *«бовдур»*
10. Замість *«синиці»* – *«сідниці»*
11. Замість *«пихта»* – *«пихва»*
12. Замість *«господарство»* – *«госпідарство»*
13. Замість *«курки»* – *«курви»*
14. Замість *«готувала»* – *«твалтувала»*
15. Замість *«вродлива»* – *«уродліва»*

16. Замість «стосунки» – «сосунки»
17. Замість «балакуча» – «балика куча»
18. Замість «маяк» – «маячня»
19. Замість «шлях» – «шлюх»
20. Замість «задоволення» – «зад оленя»

Тривалість номеру 10 хвилин. Протягом цього проміжку часу мовну гру було використано більше 20-ти разів і майже в кожному реченні, сказаному дівчиною. У 17-ти з 21-го прикладу мовну гру було засновано на використанні вульгаризмів та просторіч. Перманентне використання суржику та брутально-лайливих слів, що порушують загальноприйняті мовні норми, зображують мешканку Скадовська як неосвічену людину, що зовсім не знає рідну мову. Зазначаючи конкретний топонім «Скадовськ», автори шоу створюють збірний образ всіх мешканців Скадовська, що принижує їх честь та гідність. Варто дослідити і коментар головної посадової особи територіальної громади міста Скадовськ, що підтверджує конфліктогенність тексту. Мер окупованого Скадовська, Олександр Яковлев, висловився щодо побаченого фрагмента та закликав попросити вибачення:

«Жарти про «сіські» зі Скадовська, напевно, комусь здаються дуже дотепними. Але хай це буде на совісті режисерів. Сподіваюся, у них вистачить сили вибачитися перед українцями. Скадовськ сьогодні в окупації, і дійсно, чого зараз потребують скадовчани, – це підтримки» [5].

Бачимо, що Олександр Яковлев вимагає вибачення та у своїй відповіді використовує модальне значення безсумнівності, адже мовна одиниця «напевно» підкріплює ту думку, що сценка безперечно є смішною для когось, але водночас такий гумор залишатиметься «на совісті режисерів». Така метафора акцентує на провині створювачів цього патогенного тексту.

3.3 Вплив інтра- та екстралінгвальних факторів на конфліктогенність у медійних жанрах комунікативної підгрупи

В умовах тотальної демократизації соціальних мереж і створювачі контенту, і його споживачі безвідповідально ставляться до інформації, яку вони продукують. Досить часто оцінні судження, що мають на меті транслювання власної позиції, думки стосовно когось чи чогось порушують морально-етичні засади, а отже вчиняють деструктивний вплив на реципієнтів та породжують конфлікти. Внутрішніх правил користування окремою соціальною мережею інколи недостатньо, аби запобігти пропагуванню, транслюванню патогенного контенту та видозмінити форму комунікативного конфліктогенного повідомлення.

Високий модус комунікативності та діалогічності робить мову соціальних мереж особливо емоційно насиченою. Це створює сприятливу атмосферу для вираження різних поглядів та думок, що призводить до конфліктів унаслідок негативної інтеракції споживачів та створювачів контенту. Варто зазначити й про те, що соціальні мережі є платформами для маніпуляції. Породження конфлікту досить часто має невинуватий характер. Адже саме через конфлікт маніпулятор може привернути увагу до свого акаунту, до своєї думки, викликати дискусію навколо тези, що він пропонує аудиторії.

Розглянувши дібраний матеріал, ми проаналізуємо, унаслідок яких елементів медійний текст набуває конфліктогенності, а також яким екстралінгвальними чинниками це спровоковано.

Депутат Київради від фракції «Голос» Максим Нефьодов у соціальній мережі «Х» у відповідь на публічне питання підприємця Дениса Суділковського використовує коментар у формі жарту, що має на меті применшити гідність жінки. Автор обирає тактику насмішкливої характеристики особи. Внаслідок використання паралелізму *«жінка –*

посудомийка», що відображений у відповіді політика *«може купити їй квіти»* (Малюнок 3.3 Допис Дениса Суділковського в мережі «X») (*«їй»* тобто *«посудомийці»*), про яку зазначав до цього в питанні Денис), значення жінки ототожнюється з пристроєм, що виконує лише одну функцію. Таке іронічне порівняння, звісно, дискредитує та викликає негативні реакції. Гендерно орієнтована стереотипізація породжує яку внутрішньоособистісний, так і міжособистісний конфлікти, адже викликає деструктивні відчуття неповноцінності з боку жінки та підсилює конфронтацію між чоловіками та жінками.

Малюнок 3.3 Допис Дениса Суділковського в мережі «X»



Наступним прикладом конфліктогенності в соціальних мережах є жанр stories у соціальній мережі Instagram. Ми проаналізували патогенний контент блогерки Анни Алхім (назва профілю: anna_alkhim), що трансліює неповагу до українців західних регіонів, української культури, зокрема мови, та нівелює проукраїнські погляди (Малюнок 3.4 Скриншот stories Анни Алхім з Instagram). Сама stories побудована на інтертекстуальності, адже Анна Алхім робить репост, на її думку, дотепного мему про те, що мешканці Хмельницької, Львівської, Закарпатської, Волинської та Тернопільської областей – це люди з вродженою психічною неповноцінністю та розумовою відсталістю. Така думка досягається за допомогою вербальних і невербальних

елементів, а саме двох зображень, де на одному проілюстровано завод машин, а на іншому – західні регіони. Конфліктогенним є залучений паралелізм, а саме «завод автомобілів» та «завод дебілів з приводу «Чому не державною?» (Малюнок 3.4 Скрин stories Анни Алхім з Instagram). Окрім того, що авторка використовує номінацію психічної хвороби «дебіл» задля опису українців, вона акцентує на тому, що такими людьми є саме ті, хто пропагують спілкування державною мовою. Такі порівняння є деструктивними, образливими не лише для мешканців західних регіонів, а і для всіх людей, що вимагають україномовного спілкування. Конфліктогенність цього фрагмента зумовлена зокрема таким екстралінгвальним фактором, як загострення дискусій щодо мовного питання в Україні після початку повномасштабного вторгнення, а отже нівелюванням проукраїнських поглядів та «позаконтекстністю» авторки історії.

Малюнок 3.4 Скриншот stories Анни Алхім з Instagram

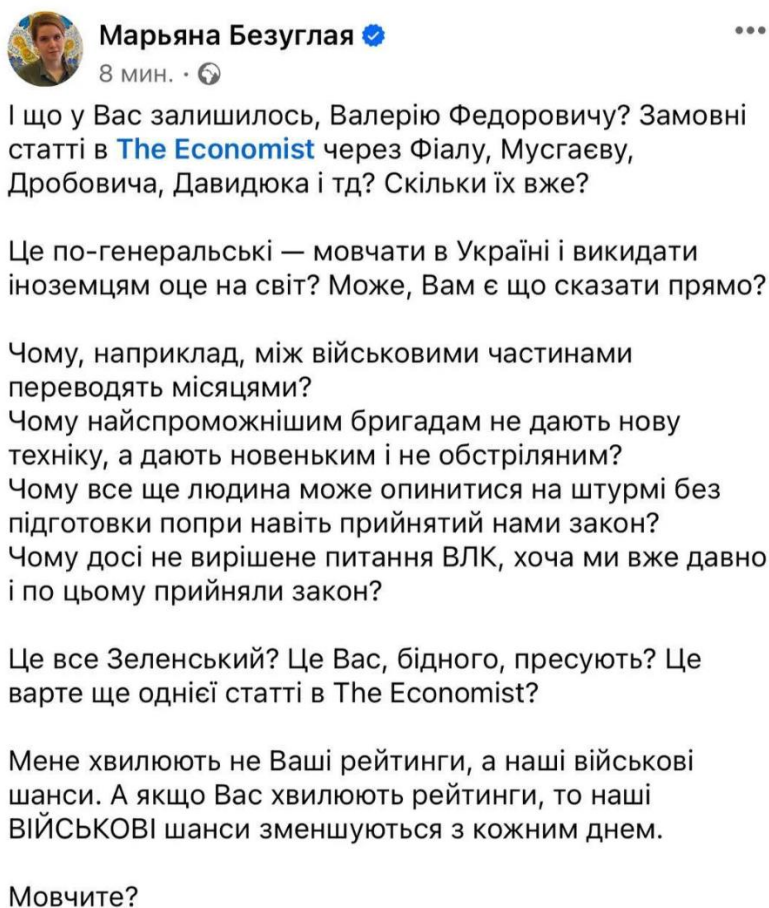


Далі ми хотіли б подивитися на серію конфліктогенних текстів одного автора, а саме депутатки Мар'яни Безуглої. Ці патогенні тексти зумовлені одним екстралінгвальним фактором, а саме деморалізацією суспільства під час повномасштабної війни. Користуючись нестабільним емоційним станом

реципієнтів, вона привертає увагу до своїх поглядів, які ще більше дестабілізують стан українців.

Текст №1

Малюнок 3.5 Скриншот допису Мар'яни Безуглої з Facebook

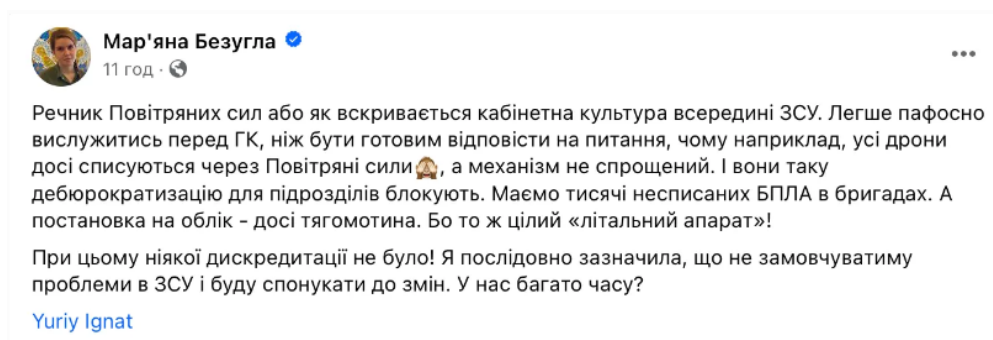


У цьому фрагменті (Малюнок 3.5 Скриншот допису Мар'яни Безуглої з Facebook) використано тактику саркастичного переосмислення, адже авторка спершу звертається до попереднього головнокомандувача України з повагою та на «ви» і вже потім знижує тон комунікативного повідомлення докором. Докір увиразнюється за допомогою використання негативно-оцінних лексем, таких як «замовні статті». Також конфліктогенність тексту підсилюється наведенням фактів, що роблять висловлювання твердженням, а не судженням. Використання риторичних питань додають тексту експресивності, що в комбінації з іншими елементами робить текст справді маніпулятивним. Окрім

маніпулятивної характеристики, можемо зазначити, що текст є конфліктогенним, адже увиразнює наклеп та провокує дестабілізацію суспільства, адже містить негативно-оцінну характеристику головнокомандувача.

Текст №2

Малюнок 3.6 Скриншот допису Мар'яни Безуглої з Facebook



У цьому дописі (Малюнок 3.6 Скриншот допису Мар'яни Безуглої з Facebook) знову спостерігаємо наклеп, адже авторка наводить факти, що дискредитують речника Повітряних Сил Юрія Ігната. Авторка висловлювання застосовує паралелізм, а саме уподібнення персоналії речника Повітряних сил до процесу «вскривання» кабінетної культури всередині ЗСУ. Також депутатка залучає докір, що виражений у формі контекстуальної антитези «легше пафосно виступити перед ГК, ніж бути готовим відповісти на питання» (малюнок 3.5 Скриншот допису в Facebook Мар'яни Безуглої). У такий спосіб Мар'яна Безугла протиставляє нібито некоректні дії речника (адже для опису їх залучає лексеми з негативною оцінністю «пафосно виступити») імовірним, на її думку, правильним крокам. Далі наводить перелік фактів, що роблять це висловлювання твердженням, а не судженням, а отже наклепом на Юрія Ігната. Яскравим маніпулятивним виразником, на нашу думку, є експліцитне миттєве заперечення дискредитації. Наприкінці висловлювання авторка зазначає «при цьому ніякої дискредитації не було» (Малюнок 3.6 Скриншот допису Мар'яни Безуглої з Facebook). У такий спосіб випереджає ймовірні негативні коментарі, що виникатимуть в аудиторії. Також ставить риторичне питання «Я послідовно зазначила, що не

змовчуватиму проблеми в ЗСУ і буду спонукати до змін. У нас багато часу?» (Малюнок 3.6 Скриншот допису Мар'яни Безуглої з Facebook), домінантна мета якого актуалізувати очевидну відповідь для сприйняття слухачами та додати емоційність, щирі наміри комунікативному повідомленню.

Текст №3

Малюнок 3.7 Скриншот опитування в Facebook Мар'яни Безуглої



Це опитування (Малюнок 3.7 Скриншот опитування в Facebook Мар'яни Безуглої) є ілюстративним прикладом маніпулятивної дестабілізації суспільства. Користуючись емоційним станом громадян в умовах війни, депутатка залучає мову ворожнечі у форматі відкритого опитування з питанням «Чи бажаєте ви народним депутатам Верховної Ради України смерті?». На нашу думку, таке формулювання є приховуванням агресивних намірів і поведінки за інтеракцією з аудиторією. Мар'яна Безугла фокусується на гніві суспільства, а отже підкріплює схвальними відповідями реципієнтів свої попередні висловлювання у формі критики щодо інших посадових осіб. Це комунікативне повідомлення нівелює морально-етичні засади та породжує деструктивні думки, погляди, наміри, а отже конфлікти в суспільстві.

Зважаючи на системність екстралінгвального чинника, що породжує конфлікт у проілюстрованих текстах Мар'яни Безуглої, а також досить невеликий інтервал між постингом цього контенту, можемо зробити висновок, що породження конфлікту є маніпулятивним та навмисним, спрямованим на привернення уваги до своєї персоналії. Емоційний підтекст, а також власне

текст, що презентує її думки як унікальні та єдино правильні, є виразниками тактик «створення контрасту», «фокус уваги на деяких особливостях», «вибір без вибору». Авторка висловлювань обирає ті факти та образи, які допомагають надати оцінці потрібний характер. Техніка «фокус уваги на деяких особливостях» підкреслює вигідні авторові аспекти та водночас нівелює позитивні фактори. Маніпулятивна техніка «вибір без вибору» навмисно обмежує доступ до іншої думки, яка суперечить певному уявленню, що пропонується. Такий підхід сприяє створенню негативного ставлення до певних посадових осіб, про які зазначає авторка висловлювань.

Висновки до Розділу 3

Нам вдалося з'ясувати, що медійні жанри комунікативної та розважальної підгруп системно породжують конфлікти, адже активно послуговуються впливом екстралінгвальних факторів, а також відсутністю юридичних нормативів, що врегульовували б контент у соціальних мережах.

На прикладі жанрів, у яких системно породжуються конфлікти, а саме дописів, історій та коментарів у соціальних мережах, ми дослідили, що репрезентантами конфліктогенних прийомів є паралелізми, підрядні речення умови, метафоризації, евфемізми, демінутиви, готові мовленнєві формули з прецедентним змістом, іронія, сарказм, мовна гра, риторичні питання, контекстуальні антитези, порівняння, повтори. Саме ці вербальні елементи часто сприяють конфліктогенності, а отже патогенному впливу на реципієнтів у групі комунікативних та розважальних жанрів. Також було простежено використання номінацій хвороб задля характеристики когось. Ці мовні засоби та конструкції часто стають репрезентантами таких прийомів, як пародіювання, саркастичне переосмислення, іронічний натяк та докір.

Звісно, ефект від використання цих вербальних елементів підвищується під час залучення креолізованих компонентів. Патогенний вплив виразнюється за допомогою використання невербальних елементів, що виразнюють негативно-оцінні лексеми, іронію, сарказм тощо. Наочне виразнення тих характеристик, що висміюються, дає можливість сильніше вплинути на аудиторію та отримати очікувану авторами реакцію.

Зафіксовано, що мовна гра стає одним із найрезультативніших способів висміювання об'єкта. Автори гумористичного шоу «Вечірній квартал» у межах однієї пародійної сценки, що триває 10 хвилин, залучили мовну гру більше 20-ти разів. Унаслідок неправильної вимови слів системно утворювалися просторіччя та вульгаризми, що характеризували об'єкт висміювання в потрібний авторів спосіб.

У жанрах розважальної підгрупи медійних жанрів ми простежили залучення лінгвосугестивних технологій, класифікацію яких запропонувала дослідниця Л. Компанцева. Серед таких нами виявлені конкретність та образність ключових слів, а також використання евфемізмів, що актуалізують роботу підсвідомості реципієнта інформації і формують необхідний маніпулятору образ.

Добір текстів цих підгруп медійних жанрів також проілюстрував спільні риси щодо мети вживання мовних засобів, спрямованих на породження конфлікту, а саме привернення уваги аудиторії до контенту. Наприклад, автори дописів у соціальних мережах досить системно привертають увагу до своєї персоналії внаслідок породження поляризації суспільства, що відбита у взаємодіях із контентом. Екстралінгвальний фактор, що впливає на породження таких конфліктів масштабується. Адже дестабілізоване суспільство набуває ще більшої кількості деструктивних відчуттів унаслідок конфронтації.

Конкуренція за увагу аудиторії, недостатній рівень толерантності суспільства, «позаконтекстність», деморалізація суспільства стали

домінантними екстралінгвальними чинниками виникнення конфлікту для тих текстів, що ми дібрали. Тож створена нами класифікація справді комплексно відбиває системні чинники породження конфліктів у медійних текстах.

ВИСНОВКИ

Теоретико-методологічне опрацювання обраної теми дає змогу узагальнити, що конфліктогенність у медійних жанрах виявляється систематично. Набуття текстом конфліктогенних характеристик може залежати від свідомої інтенції автора або ж бути результатом специфіки мовленнєвої ситуації, а також реакції аудиторії на зміст і форму комунікативного повідомлення. Усе більш активно автори залучають конфліктогенність саме свідомо, адже зважаючи на стрімке зростання медіаканалів, які транслиують інформацію, збільшується конкуренція за увагу аудиторії. Зважаючи на це, автори медіатекстів досить часто залучають конфліктогенні вербальні та невербальні компоненти, що спричиняють конфронтацію, а отже привертають увагу більшої кількості реципієнтів.

Під час дослідження ми з'ясували, що включення конфліктогенних медійних текстів до категорії патогенних є доцільним, оскільки вони систематично впливають на аудиторію негативно, не відрізняються високою організованістю у конфліктних групах, можуть бути наявні в різних медійних жанрах та мають схожі ознаки. Їхні цілі можуть бути відмінними, проте головною особливістю конфліктогенного тексту є породження конфлікту.

У дослідженні ми дійшли висновку, що всі конфліктогенні тексти можна поділити на 2 типи: тексти, що порушують законодавство України, а також тексти, що негативно впливають на аудиторію, але не порушують закон. Перший тип фокусується на дотриманні законодавчих норм, що регулюють діяльність у сфері створення та поширення медіатекстів. Мета цих норм – захистити суспільство від незаконної діяльності з боку авторів медіаконтенту, а також від негативного впливу патогенних медіатекстів. Другий тип залежить від морально-етичного складника. Ті автори, що послуговуються цим компонентом, виходять за межі традиційної системи поглядів та уявлень, норм та оцінок. Цей аспект стосується впливу медіатекстів на цінності, норми та

поведінку людей у суспільстві. Деякі медіатексти суперечать традиційним уявленням та етичним принципам, що призводить до суперечок та дискусій. Важливо зазначити, що обидва аспекти тісно взаємопов'язані. Із одного боку, законодавчі норми спираються на морально-етичні принципи суспільства. Із іншого боку, медіатексти можуть впливати на еволюцію цих принципів та норм. Тож під час дослідження важливо зважати на обидва аспекти. Варто зазначити, що лінгвістична експертиза є єдиним способом довести належність конфліктогенного тексту до того чи іншого типу. За допомогою традиційного алгоритму проведення цієї процедури вибудовується комплексна та раціональна оцінка конфліктогенного тексту, доводяться чи навпаки ж спростовуються факти мовленнєвого правопорушення стосовно певного об'єкта чи явища. Тож аргументований висновок лінгвіста-експерта залежить від дотримання всіх компонентів лінгвістичної експертизи, а саме: надання лінгвісту-експерту переліку матеріалів, формулювання запитань, на які треба дати відповіді, науково-дослідної частини та висновків експерта.

Проаналізувавши контроверсійні висловлювання Олексія Арестовича ми з'ясували, що за допомогою таких вербальних елементів, як лексеми з яскраво вираженою негативною конотацією, генералізація, іронія, демінутиви, риторичні запитання, фразеологізми, а також тактики інтимізації автор продукує заклики до негативного ставлення, спонукає до сексуального та фізичного насильства щодо жінок, принижує їх гідність. На прикладі лінгвістичної експертизи висловлювань Ірини Федишин ми визначили, що у свої висловлювання авторка залучає лексеми з негативною конотацією, багатозначні слова, прийом генералізації, фактологічні твердження з маніпулятивною метою, порівняння та паралелізми, систематично апелює до концепту «гріх». У такий спосіб уможлиблюється поширення неправдивих відомостей, а також приниження гідності представників ЛГБТ-спільноти.

Тож під час дослідження було зафіксовано, що конфліктогенним вербальним елементом є негативна оцінка, що системно досягається за

допомогою використання негативно-оцінних лексем, маніпулятивних прийомів, просторіч, обценної та розмовної лексики, жаргонізмів, сленгізмів, вульгаризмів та перифразів. На конкретному текстовому матеріалі ми довели, що ці мовні одиниці засуджують об'єкт, викликають в адресата почуття докору, прикрості, обурення. Ужиті тропи також увиразнюють негативнооцінну характеристику щодо когось або чогось, зокрема гіперболізація, порівняння, літота, сарказм, іронія, метафоризація, метонімія, неофраземи, квазіцитації. Окрім експліцитних засобів увиразнення негативної оцінки, маємо зважати на імпліцитну оцінність, що може бути відображена в еліпсисах, парцельованих реченнях та інверсії.

Наше дослідження охоплювало детальний аналіз розважальної та комунікативної підгруп медійних жанрів. Ми з'ясували, що автори гумористичних шоу досить часто залучають висміювання як стратегію дискредитації певного об'єкта. Ця стратегія реалізовується за допомогою таких прийомів: саркастичне переосмислення, іронічний натяк, іронічне прохання, іронічна порада, іронічна пропозиція, іронічний докір. Репрезентантами цих прийомів стають контекстуальні антитези, іронія та сарказм, готові мовленнєві формули з прецедентним змістом, риторичні питання, мовна гра, демінутиви, евфемізми, метафоризації, паралелізми, порівняння, повтори.

Нами проаналізовано також доволі цікаве явище конфліктогенних каламбурів, а саме навмисні девіації в мовних одиницях. Наслідком таких модифікацій стало утворення вульгаризмів та просторіч, що яскраво підкреслювали об'єкт висміювання в потрібний автору спосіб.

Аналіз комунікативної підгрупи медійних жанрів дав змогу підтвердити коректність і актуальність створеної нами класифікації екстралінгвальних факторів, що сприяють конфліктогенності в медійних текстах. З-поміж таких виокремлюємо конкуренцію за увагу аудиторію, явище кенселінгу, недостатній рівень толерантності суспільства, «позаконтекстність» та

нівелювання проукраїнських інтересів, деморалізацію суспільства. Дібрані нами приклади, а саме дописи, історії та коментарі в соціальних мережах ілюструють, що саме ці позамовні чинники сприяють виникненню конфронтацій.

Конфліктогенні тексти спонукають аудиторію формувати негативні стереотипи, адже достатньо активно автори такого контенту маніпулюють людським розумом. Маніпулятори використовують міфи, які повторювано поширюються через масові засоби комунікації. У такий спосіб формуються стереотипи. Під час дослідження ми з'ясували, що системним є транслявання гендерно орієнтованих та ксенофобних стереотипів. Такі явища ми виявили в аналізованих випусках із гумористичного шоу «Дизель шоу».

Ворожі уявлення, поляризація суспільства та агресивні реакції – це наслідки конфліктогенності, із якою, на жаль, майже щодня ми стикаємося в медіа. Такі явища провокують погіршення взаємин між індивідами, між групами та навіть спільнотами. Вплив деструктивного контенту може виходити за межі віртуального простору, провокуючи реальні конфлікти. Розуміння ознак конфліктогенності тексту та цілей авторів такого контенту дають змогу глибше аналізувати інформаційні потоки та захистити аудиторію від формування упередженого ставлення до когось або чогось. Тож розпізнавання інтралінгвальних та екстралінгвальних чинників породження конфліктів може стати важливим складником медіаграмотності реципієнтів. Адже така частина медіаосвіти враховує сприйняття, розуміння та аналіз інформації, спирається на знання про різні аспекти комунікації, допомагаючи людям розвивати критичне мислення та ефективно використовувати медіа в сучасному світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ажнюк Л. Конфліктний медійний текст як об'єкт лінгвістичної експертизи. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 27. С. 18-32.
2. Біблія або книга Святого Письма Старого і Нового Заповіту: із мови давньоєврейської й грецької на українську дослівно наново перекладена : пер. проф. Івана Огієнка. Київ : Укр. біблійне т-во, 2002. 1375 с.
3. Боднар, В. Сучасні теорії конфлікту. *Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Політологія. Соціологія. Філософія*. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2010. Вип. 15. С. 211–215.
4. Васильківський Ю., Кіца М. Патогенність рекламного тексту в українському медіапросторі: шляхи викорінення. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Львів, 2012. Вип. 36. С. 359–364.
5. Великий тлумачний словник сучасної української мови; уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
6. Верьовкін В. В. Конфліктогенний текст як предмет дослідження в політичній лінгвістиці. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. 2015. Серія 9 : Сучасні тенденції розвитку мов, Вип. 13 С. 31-36.
7. Гарбера І.В. Основи лінгвістичної експертизи тексту : Навчально-методичний посібник. Вінниця, 2020. 220 с.
8. Городецька І. В. Стилiстичні фігури як засіб маніпулятивного впливу в рекламі косметичних засобів: *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*. Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2015. Вип. 53. С.72 – 74.
9. Дащенко Н. Л. Лексико-семантичні вияви патогенності у регіональній періодиці. *Українське журналістикознавство*. 2016. Вип. 17. С. 6-12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uzhz_2016_17_3. (дата звернення: 10.03.2024).

10. Дергач Д.В. Медійна жанрологія в дискурсі сучасного філологічного знання *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. Київ : ВПЦ “Київський університет”, 2014. Вип. 28. С. 28– 35.
11. Дергач Д.В. Медійна жанрологія у сучасній науці : лінгвістична постановка питання. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. Київ: ВПЦ “Київський університет”, 2015. Вип. 31. С. 36-44.
12. Єльнікова Н. Іронія як засіб реалізації тролінгу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 41, т. 1. С. 158-162.
13. Коваль О. Тематичний словник-довідник з психології та педагогіки: навчальний посібник. Вид. 2-ге. доповнене та перероблене. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. 138 с.
14. Компанцева Л. Ф. Лінгвістична експертиза соціальних мереж : підручник. К.: НА СБУ, 2018. 318 с.
15. Компанцева Л.Ф. Принципи сугестивної лінгвістики в інтернетній комунікації: *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя: Філологічні науки*. 2013. Ніжин. Кн.3. С.13-20.
16. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. с. 141. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/> (дата звернення: 07.04.2024)
17. Кримінальний кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 25-26, ст.131. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/> (дата звернення: 15.03.2024)
18. Кузнєцова Т.В. Аксіологія соціальних комунікацій: навч. посіб. Суми: СумДУ, 2012. 300 с.
19. Кузнєцова Т.В., Писаренко Л.М. Негативно-оцінний потенціал сучасних медіа. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи* : наук.-практ. журн. 2016. № 9–10 (7). С. 16–19.

20. Кузнецова, Т.В. Аксіологічний потенціал сучасного медіатексту. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія “Соціальні комунікації”*. 2019. № 5.
21. Лінгвістична експертиза : підручник. Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов ; за ред. Л. І. Шевченко. Київ : ВПЦ “Київський університет”, 2021. 244 с.
22. Літературознавча енциклопедія: У двох томах. Т.2. Авт.-уклад. Ю.І. Ковалів. К: ВЦ “Академія”, 2007. 624 с.
23. Ліщинська Н. Патогенний текст як засіб масової маніпуляції. *Документ у збереженні індивідуальної / соціальної пам’яті*: зб. наук. пр. за мат. Всеукр. наук.-практ. конф. м. Тернопіль, 3 груд. 2015 р. Тернопіль, ТНЕУ, 2016. С. 61–67
24. Медіалінгвістика : словник термінів і понять. Л.І. Шевченко, Д.В.Дергач, Д.Ю. Сизонов; за ред. Л.І. Шевченко. Київ : ВПЦ “Київський університет”, 2014. 326 с.
25. Медіаосвіта та медіаграмотність : короткий огляд. Київ: АУП, ЦВП, 2011. 58 с.
26. Мозговий А. Міські конфлікти в інформаційну еру *Економічна та соціальна географія*: Інститут географії НАН України 2017. Київ: Вип. 78, С.18-25.
27. Онлайн-словник “Slangzone.net”. URL: <https://www.slangzone.net/word/> (дата звернення: 29.04.2024)
28. Онлайн-словник “Горох” : розділ “Фразеологія”. URL: <https://goroh.pp.ua/> (дата звернення: 10.04.2024)
29. Панько О.І. Релігійний підхід до гендерної політики. *Збірник наукових праць “Гілея: науковий вісник”*. Львів, Вип. 153, С.134-139
30. Пиголенко, І. В. Северинчик О. П., Горячева М. А. Конфліктогенні чинники в соціально-політичному просторі. *Науково практичний журнал “Актуальні проблеми філософії та соціології”*, Національний університет “Одеська юридична академія”. 2022. Вип. 38 С. 45-50.

31. Політологічний словник: навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл.: за ред. М. Ф. Головатого та О. В. Антонюка. Київ: МАУП, 2005. 792 с.
32. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст. Львів : Місіонер, 1996. 296 с.
33. Про внесення змін до Закону України “Про інформацію” : Закон України від 31.03.2023 р. № 2938-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 10.03.2024)
34. Про внесення змін до Кримінального та Кримінально-процесуального кодексів України щодо встановлення кримінальної відповідальності за наклеп : Закон України від 14.04.2022 р. №2201-XI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2201-20#Text> (дата звернення: 05.03.2024)
35. Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні : Закон України від 13.05.2014 р. №1263-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show> (дата звернення: 5.03.2024)
36. Про інформацію: Закон України від 2.10.92 р № 2658-XII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 05.04.2024)
37. Про негативне ставлення до гріха гомосексуалізму : Декларація християнських Церков України від 10 червня 2010 року. URL: <https://docs.ugcc.ua/1144/> (дата звернення: 12.03.2024)
38. Розірви коло: інформаційна кампанія з протидії насильству. *Фізичне насильство*. URL: <https://rozirvykolo.org/vidi-nasilstva/fizychne-nasylstvo> (дата звернення: 09.04.2024)
39. Розірви коло: інформаційна кампанія з протидії насильству. *Сексуальне насильство*. URL: <https://rozirvykolo.org/korysni-materialy/sho-take-seksalne-nasilstvo> (дата звернення: 09.04.2024)

40. Серажим К. С. *Журналістський текст патогенного характеру. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2010. № 2. С. 161–171.
41. Сизонов Д. Ю. Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатекстів. *Наука і освіта*. 2017. № 7. С. 82–88. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NiO_2017_7_15 (дата звернення: 5.03.2024).
42. Словник української мови : в 11 томах. Інститут мовознавства ім. О.О. Потебні АН УРСР; гол. ред. кол. І. К. Білодід. Київ: Наукова думка, 1970–1980.
43. Ставицька Л. *Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики та її відповідників*. Київ : Критика, 2008. 456 с.
44. Теорія медіалінгвістики : підручник. Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов ; за ред. Л. І. Шевченко. Київ: ВПЦ “Київський університет”, 2021. 214 с.
45. Філософський енциклопедичний словник : енциклопедія: голов. ред. В. І. Шинкарук. НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди. Київ : Абрис, 2002. 742 с.
46. Чеберяк А.М., Сербіна Т.Г. Висміювання як одна із форм реалізації стратегії дискредитації (на матеріалі відкритих листів). *Мова і культура*. 2011. Вип. 14, т. 4. С. 220-226.
47. Шевченко Л. Лінгвістична експертиза медіатексту: критерії фахової аргументації. *Одеський лінгвістичний збірник. Спецвипуск*. 2017. С. 237-239.
48. Шеренговський Д. В. *Поняття та сутність конфліктогенності міжнародних систем*. Академія. 2011. URL: <http://surl.li/ebniy> (дата звернення: 15.03.2024).
49. Юсипович, А. *Типи програм розважального телебачення України*. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2122> (дата звернення: 1.04.2024)

50. Allan Bell, Peter Garrett «Approaches to Media Discourse» Oxford ; Malden, Massachusetts : Blackwell Publishers, 1998. 287 p.
51. Donchenko N. Modern Comedy Shows on the Ukrainian Stage: the Concept of Idea and Operative Signs. *Вісник КНУКіМ. Серія : Мистецтвознавство*. 2018. Вип. 39. С. 30-35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknukim_myst_2018_39_6. (дата звернення: 2.04.2024)
52. Harbera Iryna Definition of linguistic conflictology and its implementation. *Лінгвокомп'ютерні дослідження. Збірник наукових праць*. Донецький національний університет ім. Василя Стуса. 2021. Вінниця: Вип. 14, С. 31-34.
53. Hart A. Understanding the Media. London: Routledge, 1991. 284 p.
54. Ral Dahrendorf Moderny Socialny konflikt. Bratislava: Archa, 1991. 320 s.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Зустрічаємо переможний Новий 2024 рік Дизель шоу 31.12.23 1-5 частини : гумористичне телешоу «Дизель шоу». Новорічний випуск. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ysLwbekRNhg&t=13846s> (дата звернення: 2.04.2024)
2. Ірина Федішин та Віталій Човник: про гучний скандал навколо Євробачення-2022 : відеоінтерв'ю на YouTube-каналі «Аліна Доротюк». URL: <https://www.youtube.com/watch> (дата звернення: 16.03.2024)
3. Новорічний концерт Вечірнього Кварталу 2024. Повний випуск від 31 грудня 2023, Частина 1 : гумористичне телешоу «Вечірній квартал». Новорічний випуск. URL: <https://www.youtube.com/watch> (дата звернення: 4.04.2024)
4. Семінари Арестовича: Відьма VS Богородиця, кастрація і Буратіно. Що продає школа Апейрон? : відеорозбір на YouTube-каналі «Палає». URL: <https://www.youtube.com/watch> (дата звернення: 09.04.2024)
5. Скадовськ говорить українською : відеозвернення мера Скадовська Олександра Яковлева. URL: <https://www.facebook.com/> (дата звернення: 4.04.2024)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

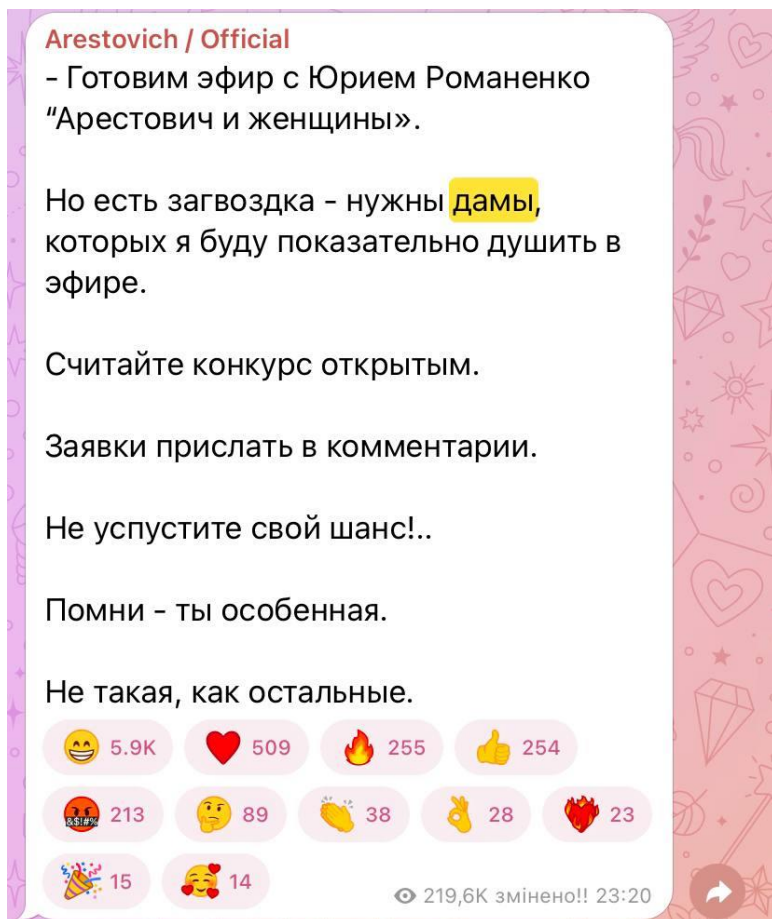
Додаток 1.1.

Копія офіційного листа судової позовної заяви про захист честі, гідності та ділової репутації представниці феміністичного руху Тетяни Маляр (прізвище та ім'я особи-позивача змінено задля збереження конфіденційності)

Я, Тетяна Маляр, представниця феміністичного руху «Рух», вважаю, що висловлювання Олексія Арестович виражені у формі публічних закликів до насилля над жінками.. Автор висловлювань ображає жінок, а також розповсюджує неправдиву інформацію щодо їх дій.

Додаток 1.2.

Скриншот коментаря-реакції Олексія Арестовича з його Telegram-каналу «Arestovich / Official»



ДОДАТОК 2

Додаток 2.1.

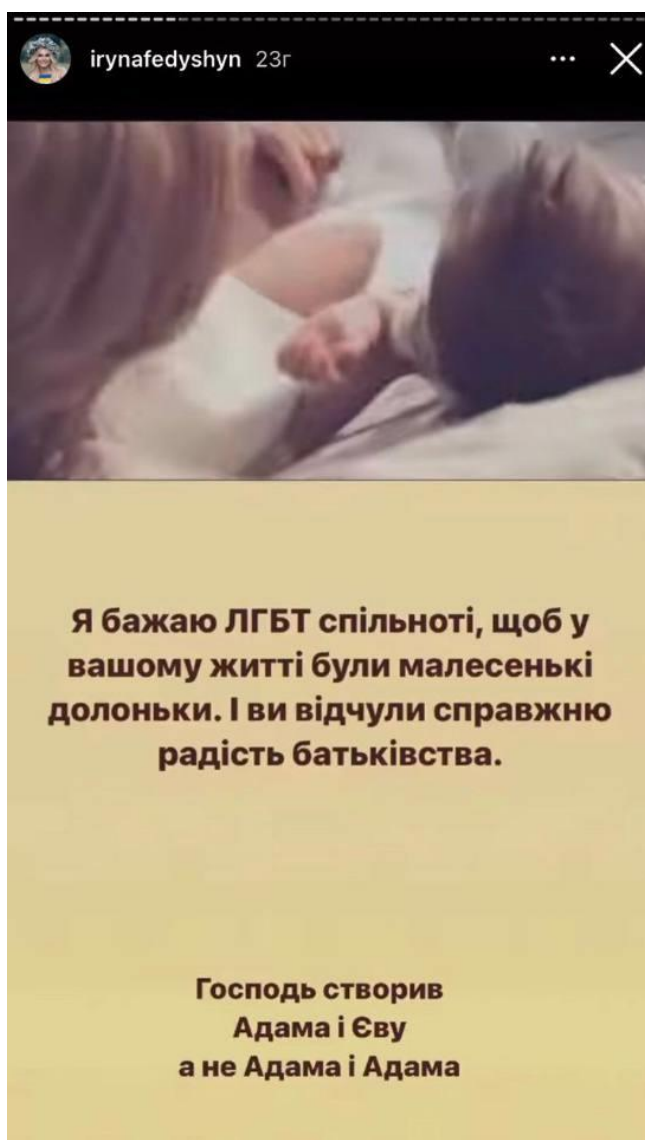
Копія офіційного листа судової позовної заяви про захист честі, гідності та ділової репутації Захара Карасійчука (*прізвище та ім'я особи-позивача змінено задля збереження конфіденційності*)

Я, Захар Михайлович Карасійчук, голова Всеукраїнської громадської організації «Гей-Альянс Україна» вважаю, що систематичні висловлювання Ірини Федішин ображають та дискредитують всіх представників ЛГБТ-спільноти. Також у висловлюваннях авторки є наклеп, що висвітлює гомосексуалів як агресивних та непорядних людей.

Додаток 2.2.

Скриншот історії із соціальної мережі Instagram Ірини Федишин

Історію опубліковано 10 березня 2022 року на сторінці @irynafedyshyn у соціальній мережі Instagram.



Додаток 2.3.

Скриншот історії з соціальної мережі Instagram Ірини Федішин

Історію опубліковано 10 березня 2022 року на сторінці @irynafedyshyn у соціальній мережі Instagram.

Ви вимагаєте толерантності до себе, натомість принижуйте людину, у якої інша думка. Гомосексуалізм - це важкий гріх! Подобається вам це чи не подобається навчіться бути толерантними з людьми, які так вважають і керуються Біблією у житті.

А далі ваша «толерантність» і цькування взагалі пробила дно. Ось так виглядає булінг у соцмережах! 🙏

Додаток 2.4.

Скриншот допису з соціальної мережі Instagram Ірини Федішин

Історію опубліковано 25 травня 2022 року на сторінці @irynafedyshyn у соціальній мережі Instagram.

irynafedyshyn Юрчику, вітаю тебе, моє сонечко, з Днем Народження ❤️ Ти наша велика радість. Ми сильно тебе любимо і вдячні Богові за тебе. Рости здоровим і щасливим! Нехай небо стане мирним і в Україні якнайшвидше настане перемога 💙💛

Тобі сьогодні виповнюється 11. Ця війна краде дитинство не тільки у тебе, а й у мільйонів українських дітей. Ви усі сьогодні дуже швидко дорослішаєте.

У свої 11-ть ти дізнався і побачив, який світ буває несправедливий і жорстокий, скільки у ньому зла і брехні. Ти дізнався, що таке веселковий прапор і його значення. Ти дізнався, що цей прапор, насправді, зовсім не веселковий. Ти побачив наскільки люди під таким прапором можуть бути агресивними, наповненні ненавистю і займатися булінгом у мережах.

Але я хочу тобі сказати, що крім світу, де панує ненависть та агресія, є світ, де панує радість, любов і мир.

Будь завжди сумлінний і чесний сам зі собою. Це допоможе тобі, навіть, у найтемніші часи не опускати руки і зберігати силу духу. Щоб там не сталося, завжди тримайся не людей, а Христа. Хай береже тебе Господь



З Днем Народження, синочку ❤️

#іринафедішин

Переглянути всі коментарі (421)

25 травня 2022 р.