

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**МОВА ВОРОЖНЕЧІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ
2021–2023 рр.: ЗМІНИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ**

Кваліфікаційна робота
студентки 2 курсу, групи ЛЗЖМ-21
другого (магістерського) рівня
вищої освіти
спеціальності 061 «Журналістика»
Мороз Маргарити Юріївни

Науковий керівник:
кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент
Копилова Лариса Анатоліївна

ХАРКІВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
МОВИ ВОРОЖНЕЧІ	6
1.1. Наукове опрацювання проблеми.....	6
1.2. Ключові поняття дослідження.....	8
1.3. Методологія дослідження.....	12
Висновки до РОЗДІЛУ 1.....	13
РОЗДІЛ 2	
МОВА ВОРОЖНЕЧІ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОПОЛІ 2021–2023 рр. ..	14
2.1. Методологія моніторингу контенту.....	14
2.2. Обсценна лексика як вияв мови ворожнечі.....	15
2.3. Евфемізація у контексті мови ворожнечі.....	26
2.4. Доцільність стилістично забарвленої лексики в інфопросторі.....	35
Висновки до РОЗДІЛУ 2.....	38
РОЗДІЛ 3. Вплив мови ворожнечі на сприйняття інформації	
(за матеріалами опитування)	42
3.1. Методологія опитування студентської молоді.....	42
3.2. Аналіз даних і результати опитування.....	43
Висновки до РОЗДІЛУ 3.....	51
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	67

ВСТУП

З початком повномасштабної війни росії проти України в українському інфопросторі стилістично забарвлені слова та вирази трапляються все частіше, що стало приводом для обговорення правомірності вживання такої лексики. Насамперед це виявляється у використанні засобів мови ворожнечі, що спричинено екстралінгвістичними чинниками чи передбачає досягнення певної мети.

Психологічні стани та інші комплексні процеси, негативні відчуття чи емоції, що існують у нашій свідомості, виникають протягом соціальної взаємодії та реалізуються різноманітними мовними засобами в межах усної чи письмової комунікації. Тип і сфера комунікації, суспільні цінності та норми є одними з визначних факторів рівня комунікативних можливостей мовної особистості та значення, яке вона втілює у вербальному акті.

Вибір інформаційного дискурсу українського медіапростору як сфери для досліджень зумовлений особливою роллю, яку відіграє обмін інформацією, її репрезентація та надлишок в умовах глобалізаційних процесів, розвитку сучасних інформаційних технологій, репрезентації картини світу, зокрема й війни в Україні. Ця особлива роль передусім зумовлена надзвичайно великою кількістю текстів, число яких повсякчас зростає, вони найдоступніші, забезпечують швидке інформування найчисленнішої аудиторії.

Крім цього, попри інформативну функцію, такі тексти мають потужний прагматичний і психологічний ефект, адже останнім часом медіа дуже часто використовують мову ворожнечі, щоб вплинути на свідомість аудиторії, сформуванати потрібний світогляд.

Лінгвістичні основи мови ворожнечі в медіапросторі базуються на чотирьох напрямках мовознавства: прагмалінгвістичному, лінгво-

когнітивному, структурно-семантичному та стилістичному на стику з юриспруденцією та психологією. Наше дослідження охоплює прагмалінгвістичні ознаки такого явища, як мова ворожнечі.

Актуальність наукової роботи визначається потребою дослідження лінгвістичного та позамовного аспекту мови ворожнечі в українському інфопросторі в умовах війни.

Метою наукової роботи є моніторинг контенту на наявність елементів мови ворожнечі в різних джерелах інформації, спроба класифікації засобів мови ворожнечі, виявлення особливостей сприйняття мови ворожнечі молоддю.

Для досягнення мети було поставлено низку конкретних завдань:

- узагальнити теоретико-критичну думку досліджень мови ворожнечі;
- здійснити моніторинг мови ворожнечі;
- розглянути вплив позамовних чинників на прояви мови ворожнечі;
- визначити особливості використання засобів мови ворожнечі та їх вплив на реципієнтів;
- дібрати приклади виявів мови ворожнечі в українському медіасередовищі.

Об'єктом дослідження є тексти українського медіасередовища за 2021–2023 рр., **предметом** — слова та словосполучення, що є виявами мови ворожнечі.

Під час дослідження ми використали *емпіричний метод* (протягом збору фактологічного матеріалу); *метод теоретичного дослідження* (з метою класифікації засобів мови ворожнечі); *моніторинг* (під час збору матеріалів, які репрезентують елементи мови ворожнечі); *опитування* (анкетування для збору інформації).

Матеріалами для дослідження слугували тексти новин з соціальних мереж, інтернет-джерел, реклами, творчості за період 2021 року та з 24 лютого 2022 року до жовтня 2023 року.

Практична цінність роботи полягає в тому, що поняття мови ворожнечі в сучасному медіапросторі України недостатньою мірою досліджене в прагмалінгвістичному аспекті, особливо за умов репрезентації в ньому поточних подій в Україні. Результати дослідження можуть бути використані для написання науково-дослідних робіт, вивчення стилістики української мови, прагма-, психо- та соціолінгвістики, основ журналістики та журналістської етики.

Для здійснення об'єктивного аналізу матеріалів медіа ми використовували як загальнонаціональні видання (УНІАН, «5 канал», «Голос України» тощо), так і регіональні ЗМІ («Рудана», «Патріоти України», «Лівий берег» тощо). Загалом використано понад 10 джерел.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (66 позицій) та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ ВОРОЖНЕЧІ

1.1. Наукове опрацювання проблеми

Вияви мови ворожнечі в різних сферах комунікації розглядають у своїх працях К. Серажим [52], Н. Шульжук [60], Д. Дмитренко [11]. Інвективу як ядро агресивних мовних засобів аналізують у своїх працях Т. Вейда [6, с. 75], О. Дудко [15] та інші. Більшість науковців у своїх дослідженнях висвітлюють мову ворожнечі як спосіб неякісної комунікативної взаємодії, образливе руйнівне спілкування, підкреслюють особливо негативне емоційне забарвлення таких мовних одиниць, порушення мовленнєво-поведінкових норм як характерних ознак мови ворожнечі.

Питання мови ворожнечі досліджене в працях Г. Завражиної [19], О. Кузик [26], Т. Ісакової [21], Н. Єльнікової [17], О. Попової та Л. Солодун [40]. Характеристика медіасередовища на основі опублікованих текстів агресивного спрямування представлена у працях О. Петрунько [38]. Досліджує деструктивні комунікативні наміри у формі мови ворожнечі в різних видах інтернет-спілкування Н. Волошинович [7].

О. Кузик зробила дослідження, присвячене вивченню особливостей виявів феномена мови ворожнечі в політичному дискурсі електронних видань США та Великої Британії з позицій лінгвокогнітології та теорії комунікації. У публікації, здійсненій у межах проєкту «Мова ворожнечі та упередження в українських ЗМІ: моніторинг, аналіз та запобігання», демонструють підходи медіаекспертів до мови ворожнечі, досліджують регулювання її використання в ЗМІ, а також стандарти та рекомендації щодо висвітлення різноманітних тем журналістами [25].

Зараз ми розглядаємо поняття мови ворожнечі в контексті повномасштабної російсько-української війни та порівнюємо особливості

мовної репрезентації інформації (зокрема, вживання евфемізмів та обценної лексики на позначення ворога та для опису подій) до початку повномасштабного вторгнення (2021 рік). Цей позамовний чинник значно впливає на актуальність результатів попередніх досліджень, тому, на нашу думку, потребує переосмислення та детального вивчення з урахуванням поточного стану українського суспільства та інформаційного середовища в умовах війни.

З 2014 року інформаційна складова цієї війни, значення журналістської діяльності для процесів, пов'язаних з розвитком і розв'язанням як реальних, так і віртуальних конфліктів, широко обговорюється в колах експертів. На початок відкритого військового протистояння фахівці-медійники відрегували низкою обговорень і публікацій на різних інформаційних ресурсах: «Правила репортажу Катерини Сергацкової: "Я пишу про людей, а не про кулі"» [56], «Reality-війна» (Д. Дуцик) [13], «Чи існує "баланс думок" у воєнний час?» [14], «Журналісти в зоні АТО. Практичний poradnik» [13] (М. Дорош), «Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни» [27] (І. Куляс).

Зараз ми маємо вже і велику кількість наукових досліджень феномену гібридної війни та ролі журналістики в умовах інформаційних протистоянь. Наприклад, видання Є. Магди «Гібридна війна: вижити і перемогти» [29], Г. Почепцова «Смислові та інформаційні війни» [41], «Сучасні інформаційні війни» [42], «Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії» [20] (за ред. А. Баровської), «Світова гібридна війна: український фронт» [49] (за ред. В. Горбуліна). На нашу думку, остаточні висновки в цій царині будуть зроблені лише з плином тривалого часу після завершення війни.

Так само проблема використання мови ворожнечі в сучасному світі відображена в роботах С. Жаботинської [18], Д. Янагізава-Дротта [66], В. Клемперера [64]. Особливості медіапростору як основи для породження

нових семантичних форм досліджені Г. Почепцовим.

Мову ворожнечі саме як проблему українського інформаційного простору розглядає Т. Ісакова. Вона вважає, що мова ворожнечі є частиною ширшого та складнішого феномена — комунікації, заснованої на упередженнях і дискримінації. «Це комунікація, що ґрунтується на стереотипних когнітивних схемах, негативних установках (упередженнях) і дискримінаційних інтенціях щодо будь-яких груп людей або окремих індивідуумів як членів цих груп», — зазначає дослідниця [10, с. 92].

Рекомендації щодо боротьби з мовою ворожнечі розробила Рада Європи [4]. Досвід моніторингу мови ворожнечі в українських ЗМІ представлено у виданні Одеської обласної організації ВГО «Комітет виборців України» 2017 року, що підтверджує актуальність дослідження змін та тенденцій у функціонуванні мови ворожнечі. Світові стандарти та практики функціонування мови ворожнечі висвітлено у збірнику текстів «Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи» [30].

1.2. Ключові поняття дослідження

Ми досліджуємо явище мови ворожнечі та її прояви в інформаційному просторі України в контексті російсько-української війни. Також розглядаємо інформаційний простір на присутність мови ворожнечі до початку повномасштабного вторгнення (за 2021 рік) для порівняння та виявлення змін.

Назагал агресію (від лат. *agressio* — напад) визначають як будь-який вид поведінки, що завдає шкоди іншому, зокрема дії, що порушують фізичну чи психічну цілісність іншої людини, заподіюють їй матеріальну шкоду, заважають здійсненню нею своїх намірів. Відповідно поняття агресії має широку сферу вжитку.

Важливим є той факт, що психологи розрізняють типи агресії за

сферами, формами та методами її реалізації. Наприклад, Г. Бенеш розрізняє три рівні, на яких виявляється агресія, — мислення, мовлення і діяльність [2, с. 234].

Останніми роками спостерігається активне використання поняття «мовленнєва агресія» стосовно мови засобів масової інформації, де воно набуває нового, розширеного значення — «мова ворожнечі».

Словосполучення «мова ворожнечі» є аналогом англійського терміна “hate speech”, що виник у США та Європі в 50-х роках ХХ століття. Мову ворожнечі як феномен сучасної комунікації вивчають у різних гуманітарних галузях знань, що визначає можливість дослідити це явище міждисциплінарно, з позиції юриспруденції, лінгвістики, психології, соціології, конфліктології, етнології, культурології, філософії та інших дисциплін. Термін “hate speech”, що використовують у науково-дослідній практиці, перекладається як «мова ворожнечі» або «мова ненависті». Перший варіант є найбільш популярним у науковій літературі.

О. Попова та Л. Солодун говорять про те, що попри безліч термінів, які використовують науковці для позначення негативних висловлювань («словесний екстремізм», «мовна (мовленнєва) агресія», «мовленнєва демагогія», «мовленнєвий (мовний) конфлікт», «мовленнєве насильство», «мовна (мовленнєва) маніпуляція»), жоден з них не є адекватним синонімом терміну «мова ворожнечі», оскільки позначає або явище в окремому випадку, або поняття, ширше за обсягом [40].

Мова ворожнечі стала однією з технологій і лінгвістичних маркерів так званої «гібридної війни», коли образ опонента позбавляють рис та наділяють абсолютно не властивою людині поведінкою, руйнують способи ідентифікації особистості в соціальній групі, що призводить до зміни самоідентифікації.

За визначенням Г. Прищепи «мова ненависті» є технологією, спрямованою на зміну ціннісних установок різних груп суспільства, на

формування уявлень як про ворога, так і про співгромадян, які «інші». Мова ворожнечі — це своєрідна «м'яка сила» ведення «гібридної війни», що формує певні лінгвокультурні, когнітивно-прагматичні установки та має за мету очорнення культури й ідеалів учасника протилежного боку конфлікту [43, с. 107].

Таким чином мову ворожнечі розглядаємо як сукупність мовних явищ, прагматична функція яких полягає у створенні пейоративного експресивного ефекту, у наданні повідомленню негативних оцінних конотацій, які уможливлуються завдяки використанню цілого комплексу спеціально напрацьованих засобів мови та риторичних прийомів. У такій інтерпретації мова ворожнечі працює як маніпулятивний засіб: свідоме вживання певної мови для прихованого контролю над іншими.

На думку Л. Біловус [3], центром інформаційного простору є суб'єкт, який створює, накопичує, передає, зберігає інформацію, тобто всі, хто користуються можливостями сучасних інформаційних технологій. Інформаційний простір не має тих обмежень, які властиві фізичному простору. Але все ж його обмежують певні особливості, пов'язані з державною чи воєнною таємницею, правом на недоторканність приватного життя, — так звані конвенціональні межі [3, с. 189].

Л. Біловус також наголошує на тому, що інформаційний простір держави — це дуже важлива складова, яка є одним з пріоритетних завдань державної політики після державної незалежності. Україні слід забезпечити формування та функціонування свого інформаційного простору в інтересах держави та своїх громадян [3, с. 190].

У правовому полі А. Семенов [51] визначає інформаційний простір як територію поширення інформації за допомогою певних складових системи інформації та зв'язку, діяльність якої повинна мати гарантоване правове забезпечення. Спеціальними параметрами інформаційного простору можуть бути: загальна кількість засобів масової комунікації, загальний обсяг

продукованих матеріалів, що поширюють і приймають на певній території; опосередкована фіксація результатів взаємодії реципієнтів з продукцією засобів масової комунікації [4, с. 91–93].

Інформаційний простір — це сукупність усіх форм, засобів та ресурсів, які використовують для передачі, обміну та поширення інформації в суспільстві, зокрема мас-медіа, соціальні мережі, інтернет, телебачення, радіо, преса та інші засоби комунікації.

Інформаційний простір у прагмалінгвістичному аспекті відіграє важливу роль у сприйнятті та розумінні мовлення, комунікації та передачі інформації в суспільстві. Цей концепт поєднує в собі також і психологічні аспекти, враховуючи вплив мовленнєвих процесів на сприйняття, усвідомлення та інтерпретацію інформації.

Сучасний комунікативний простір перебуває у постійній трансформації та розвитку. Глобалізація, технологічний прогрес, соціально-політичні орієнтири суспільства зумовлюють динаміку комунікативних процесів. Важливими є функції, які виконують ЗМІ, оскільки це не лише первинні для мови інформаційна, комунікативна та емоційно-експресивна функції, а й сугестивна, маніпулятивна, когнітивна, аналітична, розважальна та інші [10, с. 29–30].

Новини — це нові відомості, звістки, повідомлення про найважливіші події в країні та світі [58, с. 124]. За спільністю функціональних критеріїв, функцій, мовних особливостей, типами та формами реалізації у ЗМІ новини належать до інформаційних жанрів. Серед них також інформаційна стаття, інформаційне інтерв'ю, бліц-опитування, оголошення, замітка, афіша. Метою цих жанрів є швидке інформування реципієнтів про ситуацію, подію, питання, яке передбачає відсутність будь-якої суб'єктивізації та аналітичного складника пропонованої інформації.

Новини є основою для всіх інформаційних жанрів. Реципієнт у пошуках оперативної інформації про останні події відкриває соціальні мережі,

онлайніві видання чи вмикає телевізор. Новинна інформація має мати всі головні характеристики традиційних інформаційних жанрів: актуальність, оперативність, лаконічність, соціальна значущість [55, с. 207]. Тексти інформаційних жанрів кількісно є основною частиною потоків масової інформації, у медіа це головні носії оперативної інформації.

Після 24 лютого 2022 року незаконна анексія Криму, Донбасу та Луганщини стала повномасштабною кривавою війною XXI сторіччя на території України. Відповідно суспільство вже другий рік знаходиться у найвищих станах стресу та напруги від подій, які щодня майже кожен моніторить у ЗМІ. Українське суспільство має бути сильним, мати критичне мислення та більше приділяти уваги перевірці правдивості інформації, знати про можливі маніпуляції, не піддаватися бурхливим настроям. Адже в такому стані людина є надзвичайно вразливою до різних маніпуляцій.

1.3. Методологія дослідження

Протягом нашого дослідження ми використали **емпіричний метод** для збору фактологічного матеріалу, визначення джерел і прикладів для аналізу.

Метод теоретичного дослідження застосували для ідентифікації засобів мови ворожнечі в українському інформаційному просторі, аналізу концепцій, що стосуються мови ворожнечі, розробки та застосування теоретичних моделей для класифікації мови ворожнечі.

Методом моніторингу ми добирали матеріали, які репрезентують елементи мови ворожнечі й екстралінгвістичні особливості функціонування та використання елементів мови ворожнечі в інформаційному просторі України з початку повномасштабного вторгнення РФ і за 2021 рік.

Метод опитування використали для анкетування студентської молоді з метою збору інформації, аналізу та репрезентації результатів опитування.

Висновки до РОЗДІЛУ 1

Дослідження причин використання, засобів прояву та наслідків функціонування мови ворожнечі сьогодні є надзвичайно актуальним. З початком повномасштабної війни відбувається переосмислення мовних норм, усталених понять і принципів, які ми знаємо.

Ненависть, боротьба та жага до перемоги відкривають нові грані людської свідомості, що знаходить своє відображення й у мові, інформаційному просторі та медіа українців. Тому метою нашого дослідження є визначення особливостей, причин, наслідків і доцільності функціонування обценної лексики та евфемізмів в українському медіадискурсі.

Інформаційний простір і подання інформації є визначальними чинниками у сприйнятті та розумінні повідомлення, комунікації та передачі інформації в суспільстві. Це поєднання психологічних та лінгвістичних аспектів, які визначають вплив мовленнєвих процесів на сприйняття, усвідомлення та інтерпретацію інформації.

Актуальність дослідження зумовлена специфікою сучасного комунікативного простору, що перебуває у постійній трансформації, розвитку та переповнений інформацією, зокрема фейками, під час російсько-української війни. Глобалізація, технологічний прогрес, соціально-політичні орієнтири суспільства впливають на динаміку комунікативних процесів.

Суспільство вже другий рік знаходиться у найвищих станах стресу та напруги від новин про події, зокрема перебіг російсько-української війни. Українське суспільство має бути сильним, мати критичне мислення та більше приділяти уваги перевірці правдивості інформації, знати про можливі маніпуляції, не піддаватися бурхливим настроям.

РОЗДІЛ 2

МОВА ВОРОЖНЕЧІ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОПОЛІ

2021–2023 РР.

2.1. Методологія моніторингу контенту

У ході нашої роботи методом моніторингу ми добирали матеріали, які репрезентують елементи мови ворожнечі й аналізували екстралінгвістичні особливості функціонування та використання елементів мови ворожнечі в інформаційному просторі України з початку повномасштабного вторгнення РФ та за 2021 рік.

Україна в останні роки стала свідком важливих історичних подій, зокрема анексії Криму та війни, яка розпочалася на Сході країни через втручання російської федерації. Ці події суттєво вплинули на інформаційний простір України, особливо з початком повномасштабного вторгнення. Інфополе стало ареною для розповсюдження мови ворожнечі та екстралінгвістичних особливостей, спрямованих на дестабілізацію суспільства.

Одним із завдань нашого дослідження є використання методу моніторингу для виявлення та аналізу елементів мови ворожнечі на позначення ворога (чи на адресу країни-агресора) в інформаційному просторі України під час повномасштабної війни та за 2021 рік.

Для визначення елементів мови ворожнечі ми провели аналіз наукової літератури, щоб визначити основні елементи мови ворожнечі та їхні особливості в інформаційному контексті.

Для моніторингу контенту ми вибрали різні джерела інформації, які є показовими в репрезентації мови ворожнечі в суспільстві (новини, соціальні мережі, інтернет-джерела, реклама, творчість), для подальшого аналізу на предмет наявності елементів мови ворожнечі.

Основою методики моніторингу стало виявлення та оцінка вмісту досліджуваних джерел щодо наявності мови ворожнечі, яка позначає чи адресується ворогу та презентована обценною лексикою чи евфемізмами.

Протягом проведення моніторингу здійснено оцінку екстралінгвістичних особливостей використання елементів мови ворожнечі, тобто соціально-політичної ситуації, воєнного стану в країні, та їх вплив на сприйняття аудиторією.

Підсумком моніторингу мови ворожнечі в контексті російського вторгнення в українському інфопросторі стали висновки щодо розповсюдження мови ворожнечі в інформаційному просторі України під час війни й у 2021 році, її впливу на суспільство. Також запропонована класифікація засобів мови ворожнечі.

Моніторинг контенту в контексті дослідження елементів мови ворожнечі в інформаційному просторі України під час війни та у 2021 році є важливим для розуміння впливу воєнних конфліктів на інформаційну сферу. Аналіз таких елементів мови ворожнечі дозволяє виявити підходи до маніпуляції громадською думкою та вплив на сприйняття подій. Метод моніторингу в цьому контексті стає важливим інструментом для науковців і журналістів, які вивчають вплив інформації на суспільство в умовах конфлікту.

2.2. Обценна лексика як вияв мови ворожнечі

Мова ворожнечі «спирається» на емоційно-експресивний фонд мови та виражається за допомогою стилістично маркованих мовних одиниць — просторіччя, жаргону, обценної лексики.

Обценна лексика — це табуована (неприпустима) лексика, яку носії мови сприймають як відразливу, непристойну. Це може бути блюзнірство, прокльони та лайка. Така мова перебуває поза нормальним стилем

спілкування [1].

Обсценна лексика є сегментом лайливої лексики різних мов, зокрема невічливі, непристойні, вульгарні та лайливі вирази. Використання обсценної лексики має чіткі національні, культурні й соціальні ознаки та суттєво відрізняється залежно від культури та національної групи. Кожне суспільство визначає окремо, що належить до ненормативної лексики або лайки, і формулює своє ставлення до неї. У багатьох країнах світу існують закони, які обмежують використання такої лексики у публічному житті, у ЗМІ тощо.

Обсценна лексика є соціальним фактом, адже вона присутня у всіх культурах і має функціональне призначення. Неоднозначність в оцінках розповсюдження цього явища потребує розгляду його функцій. Фахівці називають різні функції вживання обсценної лексики, а саме:

- підвищення емоційності спілкування, забезпечення більшої лаконічності та гостроти;
- розрядка, зняття психологічної напруги, виплеск негативної енергії;
- образа, приниження опонента, спосіб домінування;
- демонстрація розкутості, незалежності мовця;
- демонстрація зневажливого ставлення до системи заборон;
- демонстрація приналежності мовця до «своїх», особливої неформальної групи;
- як слова-зв'язки, слова-паразити [8, с. 213].

Вивчення особливостей вживання обсценної лексики важливе не тільки з погляду формування мовної культури, але й у контексті соціально-психологічних процесів — це індикатор психоемоційного напруження в суспільстві та маркер індивідуально-особистісної кризи конкретної особистості.

Сьогодні лихослів'я є масовим явищем, що розповсюджується серед осіб різного віку та статі, рівня освіти та професійної приналежності.

Обсценна лексика як зворотний бік мовної норми еволюціонує, розвивається разом із загальним розвитком суспільства. Від початку це був лише засіб висловлення агресії (більш ритуалізований і символічний, ніж пряма фізична агресія), своєрідна форма протистояння співрозмовнику або цілій спільноті (наприклад, «Енеїда» І. Котляревського). Згодом обсценна лексика перейшла й у неконфліктну взаємодію, почала вживатися для «збагачення мови», передачі думок та емоцій — такий стиль популярних творів Леся Подерв'янського.

Сьогодні обсценна лексика міцно вплелася в сучасне мистецтво, у побутове і навіть офіційне спілкування українців. Зміна суспільних настроїв знайшла відображення у ставленні науковців до цієї проблеми. Якщо до середини ХХ ст. використання обсценної лексики визначали як альтернативу формі фізичної агресії, різновид регресивного психологічного захисту та показник деградації особистості, то вже на початку 90-х з'являються міркування про «поетику низького», про лайку як ефективний спосіб подолати біль і стрес, навіть ознаку щирості, відкритості та природності людини [63; 65].

У.-Н. Супрун стверджує, що наука має чимало аргументів за обсценну лексику, адже влучно і точно застосована лайка, що описує наше ставлення до ситуації та не спрямована образити співрозмовника, корисна для здоров'я. Вона наголошує на тому, що дослідження показують, що саме така обсценна лексика і застосовується в побуті найчастіше. Вона призводить до нейтральних чи позитивних наслідків [54].

Якщо ми реагуємо обсценною лексикою на складну ситуацію, а не на людину, то відчуваємо полегшення. Це може бути обурення новинами, біль при тренуванні, травмі, тривожність, подив чи переляк, що знаходять миттєве та досить точне вираження, на що мозок реагує виділенням ендорфінів.

Ці нейромедіатори беруть участь у знеболенні чи задоволенні. Дослідження показали ефективність обсценної лексики в зменшенні болю,

посиленні серцебиття та підвищенні больового порогу. Якщо людині важко, й вона одним словом це висловила, мозок сприймає це як запуск програми захисту та нападу, команду «триматися» [61].

Важливо, що лайкою слід послуговуватися саме в найпотрібніший момент, а не розмовляти так постійно. Адже мозок звикає та перестає сприймати лайку як щось екстраординарне.

Розуміти та висловлювати свої емоції — корисно для здоров'я та спілкування. Тому звичайне мовлення та обценна лексика — це окремі речі з точки зору нейрофізіології [54].

Обценна лексика виконує викривальну функцію та функцію засудження. А. Давиденко, досліджуючи ненормативну лексику в прагматичному аспекті, пропонує умовний поділ лексем на три категорії: власне образи, слова зневажливого забарвлення та лексеми, що можуть використовуватися для акта образи [9].

2022 рік приголомшливо змінив мовні норми українського суспільства. Обценна лексика, яка ввійшла до крилатих фраз і виразів часів російсько-української війни, перестала бути ознакою нестриманості та малокультурності.

На тлі російської агресії в Україні «напівлегалізувалися» деякі обценні слова та фрази, які активно використовують офіційні представники держави, медіа та користувачі соцмереж. Проблема публічного вживання обценної лексики дуже гостра — у ній є й ті, хто розуміє глибокі емоції народу, який протистоїть російській агресії, але є й мовні «пуристи», які вважають таку лексику чимось «імпортованим» з російської мови та не властивим для українського стилю спілкування.

Слід зауважити, що обценні слова загалом легалізувалися в медійному просторі не з лютого 2022 року, коли росія вторглася до України. Ще раніше — з 2014 року — коли Москва анексувала Крим і розпочала війну на Донбасі, фанати харківського футбольного клубу «Металіст» запустили наспів

«путін — ху***», який набув миттєвої популярності. Таким чином спостерігаємо функціонування обценної лексики на позначення ворога в інформаційному просторі й до початку повномасштабного вторгнення.

«Російський військовий корабель, йди ...» — сьогодні цей вислів, безперечно, є класикою. Фразу, що стала гаслом воєнного часу, можна побачити скрізь, її повторюють навіть діти. Ця крилата фраза стала мемом, вона з'явилася в ЗМІ, на білбордах на вулицях українських міст та вздовж автострад.



Ілюстрація 2.1. Приклад використання вислову з обценною лексикою на банері.

Джерело: <https://ternopoliany.te.ua/zhittya/67387-u-ternopoli-ziavylysia-bilbordy-dlia-okupantiv-fotofakt#>



Ілюстрація 2.2. Приклад використання вислову з обценною лексикою на одязі.

Джерело: <https://dubhumans.com/womens-sweatshirt-russian-warship-black-m/>

Речення стало повноцінним комерційним мерчем, який наноситься на футболки, чашки, сумки. Навіть у деяких висловлюваннях посадові особи пропонують очільникам кремля, російським солдатам іти «у напрямку російського корабля».



Ілюстрація 2.3. Приклад використання вислову з обценною лексикою на наліпках.

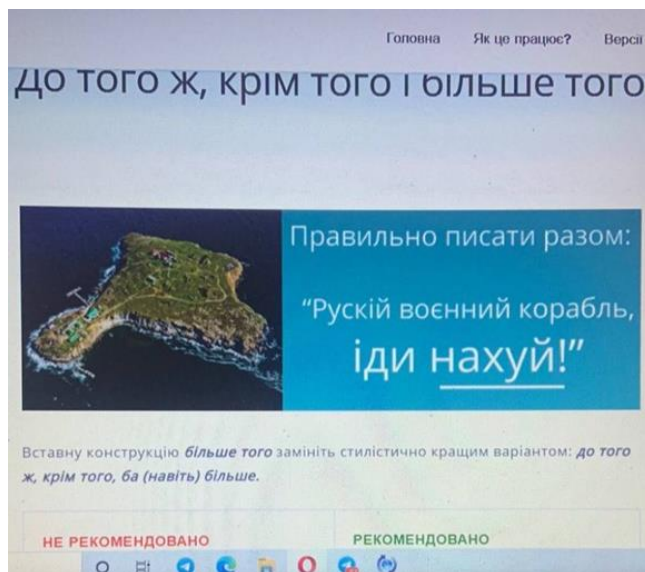
Джерело: <https://pokrovsk.prom.ua/ua/Naklejki-s-ukrainskoj-simvolikoj.html>



Ілюстрація 2.4. Приклад використання вислову з обценною лексикою на шкарпетках. Джерело: https://stylus.ua/noski-ecosocks-seriya-russkiy-voennyi-korabl-40-44-sinie-00-02-p1006882c14314.html?sc_content=22390_r963v1317

Через кілька тижнів після початку нинішньої російської агресії в Україні набула розголосу скарга до Комісії з журналістської етики (КЖЕ) від приватного заявника, який нарікав на плашку на телеекрані одного з каналів зі словами: «Рускій солдат, іди ...» Заявник вважав, що в такий спосіб телеканал порушив етичні та моральні норми, прийняті в українському суспільстві. КЖЕ відповіла, що з огляду на воєнний стан та на те, що українські медіа зараз перебувають у напруженому робочому режимі, наживо висвітлюючи російську воєнну агресію в Україні, комісія вирішила не звертатися до каналу щодо скарги — тобто фактично підтримала медійників [12].

Так само резонансною була дискусія: як у випадку з російським кораблем правильно писати — окремо («на х*й») чи разом («нах*й»). Порадившись, мовознавці вирішили, що разом, бо це радше «позначає напрямок руху».



Ілюстрація 2.5. Приклад використання вислову з обценною лексикою на сайті.
Джерело: <https://onlinecorrector.com.ua/uk/>

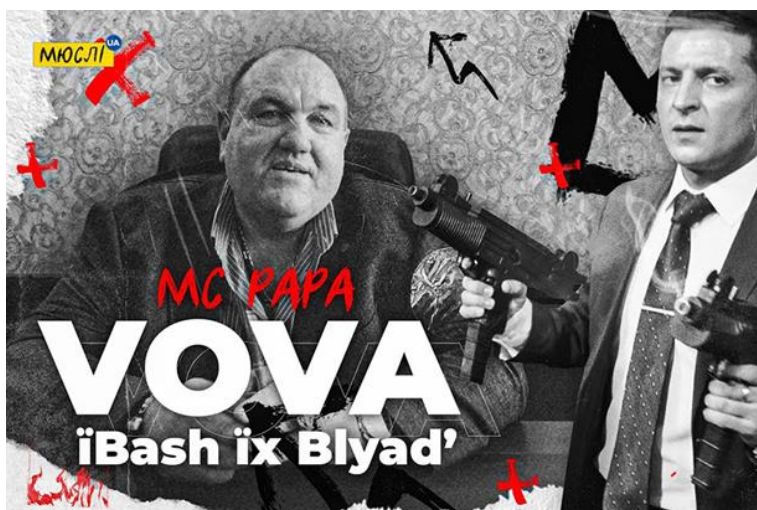
Але крім певного напрямку, який вказав прикордонник острова Зміїний російським військовим, зараз у побутовому спілкуванні можна почути безліч іншої обценної лексики. Навіть ті, хто розуміє нинішній спалах вживання

обсценної лексики через війну та озлобленість на адресу російського агресора, кажуть, що, можливо, з білбордів варто було б усунути такі вислови, бо на них дивляться діти.

«Русні пи*да» — так традиційно підсумовує ситуацію на лінії зіткнення та загалом долю російських загарбників військовий, волонтер, голова фонду «Повернись живим» Тарас Чмут у своєму подкасті «Право на поплаву».

Протягом повномасштабного вторгнення українці не лише відчувають і розуміють одне одного з пів слова, а й послуговуються різними влучними висловами, які можуть передати весь спектр емоцій у контексті різних ситуацій і подій. Ці фрази, утворені випадково, гарячково вимовлені або написані навмисне кимось, свідчать про віру українців у перемогу, ненависть до загарбників і хвилювання за свій народ.

«Вова, їб*ш їх, бл*ть» — ці слова з відеозвернення президента ФК «Інгулець» Олександра Поворознюка до Президента України Володимира Зеленського облетіли соціальні мережі та стали основою для відповідного однойменного записаного треку.



Ілюстрація 2.6. Обкладинка треку, в назві якого є обсценна лексика на адресу ворога. Джерело: <https://music.youtube.com/watch?v=Tqmlxi3WGUY>

«Летить бл*діна». Яюсь у гуманітарній допомозі блогерка та волонтерка Меланія Подоляк знайшла упаковки дитячого харчування бренду

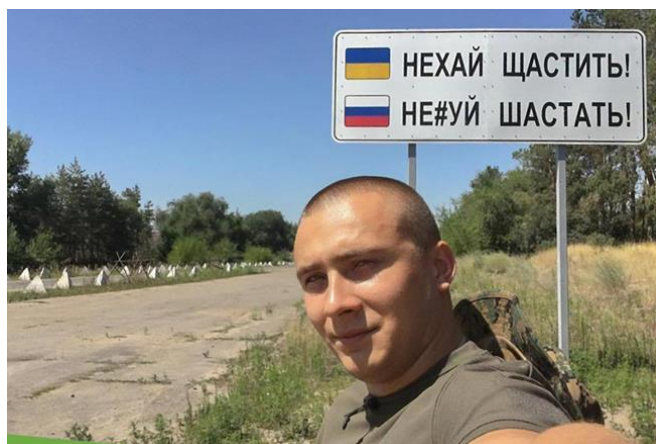
Bledine. Вона почала робити відповідні твіти про повітряні тривоги, тому цей вислів швидко став вірусним.



Ілюстрація 2.7. Скріншот з додатку «Повітряна тривога»

«Не сцим, стоїм, їб*шим» — цією фразою блогер і журналіст Тарас Білка закінчує всі відео на своєму каналі в ютубі «Не сцять», де він робить аналіз психологічного, емоційного стану українців ще з перших тижнів початку повномасштабного вторгнення.

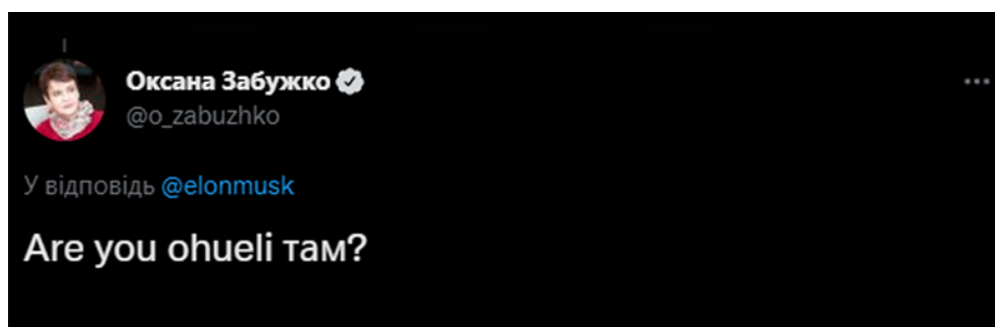
«Нех*й шастать»: для українців це сталий вираз — «Нехай щастить», тобто побажання удачі.



Ілюстрація 2.8. Приклад використання вислову з обценною лексикою на дорожньому знаку. Джерело: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/sud-perenes-oglashenie-prigovora-sternenko-po-po-378669/>

Для росіян це стало вказівником, який визначає для них напрямок руху вслід за їхнім кораблем, що стало актуальним з початком вторгнення, коли дорожні знаки почали прибирати, щоб заплутати ворога.

“Are you ahueli tam?” — це відомий двомовний вислів, яким українці коротко й вичерпно реагують на все, що відбувається, зокрема на те, що вчиняє російська армія.

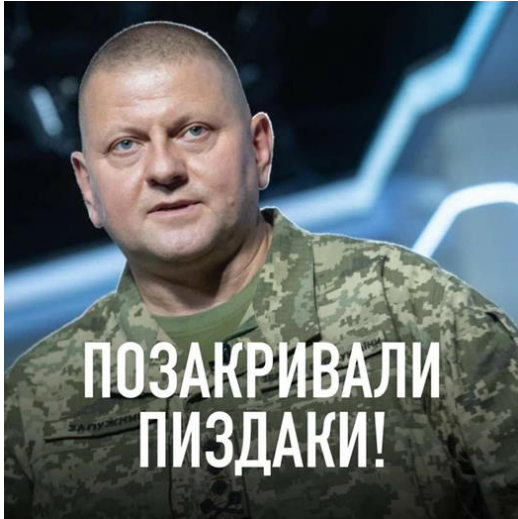


Ілюстрація 2.9. Приклад використання вислову з обценною лексикою публічною людиною в соціальних мережах. Джерело: https://twitter.com/o_zabuzhko

Навіть письменниця Оксана Забужко саме таким чином дала відповідь на загальновідоме скандальне опитування Ілона Маска в твіттері про умови миру України з рф. У 2021 році вона так само зреагувала щодо анкети про творчість і самовираження митців.

«Позакривали п*здаки!» — репліка з відео, яке вийшло у 2015 році, де чоловік за кадром заспокоює «дресированих свиней», знову стала актуальною. Вона використовується для висміювання російських пропагандистів, а також для створення мемів з Головнокомандувачем ЗСУ Валерієм Залужним.

Головним сенсом такого використання цієї фрази є те, щоб українці, зокрема медійники, не дозволяли собі розповсюджувати інформацію про події з лінії фронту раніше за Генштаб.



Ілюстрація 2.9. Приклад використання вислову з обценною лексикою в соціальних мережах. Джерело: https://twitter.com/elias_times/status/1665377635562561538

Таким чином спостерігаємо певну закономірність: чим більше людина відчуває дестабілізацію, розгубленість, певну дезорієнтацію у реаліях сьогодення, тим частіше вдається до вживання обценної лексики. Але така лексика у воєнний час та під час нормального мирного життя несе у собі різне смислове навантаження. Війна — це обставини реальної загрози життю, тому в такому випадку лайка може допомогти зібратися, активізувати сили та простимулювати негайне прийняття рішення для порятунку життя. Звичайно, що це не стосується слів-паразитів. Йдеться лише про висловлювання, які мають відповідний контекст і характеризують конкретну ситуацію.

Отже, обценна лексика як вияв мови ворожнечі має функціональну особливість. Семантика та способи її репрезентації, зокрема в мові медіа, потребують ретельного вивчення, оскільки це дасть змогу проаналізувати нові тенденції в її використанні. Аналіз прагматичного застосування цих мовних одиниць потребує уважного лінгвістичного осмислення та розширення напрямів подальшого дослідження. Також зауважуємо поступове унормування використання обценної лексики на позначення ворога в інформаційному просторі ще до початку повномасштабного вторгнення.

Воєнна обсценна лексика зникає, коли ситуація стабілізується та стає безпечною для життя. Війна винесла на поверхню глибокі емоції та вони — після перемоги України — унормалізуються. Але та ж фраза про «руській корабль» залишиться в історії. І сама дискусія про мову під час війни свідчить радше про нормальність українського суспільства попри важкі воєнні часи.

2.3. Евфемізація у контексті мови ворожнечі

Сучасні мовні тенденції характеризуються більш частотним уживанням таких лексем, які пом'якшують, завуальовують або маскують реальність. У лінгвістиці такі процеси прийнято називати евфемізацією. Можна узагальнити, що евфемізм є двозначним перифрастичним висловом, який використовується для заміни неприємних для мовця виразів.

Для уникнення конфліктів у процесі комунікації найкращим варіантом є саме використання евфемізмів, тобто евфемістична заміна. Евфемізми як одиниці вторинної номінації дозволяють мовцю вуалювати або маскувати об'єкти, предмети чи явища дійсності. Як підсумок, визначальною функцією евфемізмів є нейтралізація істинного сенсу прямих найменувань, його пом'якшення.

Варто зауважити, що деколи евфемістичні найменування можуть виконувати функції впливу чи маніпуляції. Маніпуляція за допомогою евфемізмів відбувається завдяки тому, що вони вуалюють або приховують неприємне й неприйнятне в явищі та подають його крізь адаптацію до більш нейтральної чи позитивної конотації. Пересічний реципієнт зазвичай не встигає або не в змозі виокремити й осмислити евфемізм у потоці інформації.

Люди схильні не називати речі, які нам неприємні або загрозові, прямо. Для них ми вигадуємо евфемізми — інші назви, які одомашнюють їх до певної міри та роблять їх для нас більш зрозумілими.

Так само нацистів в роки Другої світової війни, у котрих ідеологія будувалася на ідеї расової вищості, називали «гунами». Це було подвійне приниження з апеляцією до історії, тому що «гуни» слугували історичним прикладом загрози в німецькій пропаганді. Сьогодні з росіянами ми робимо подібну річ.

«Мокшани»

Крім того, що росіян називають мокшанами, часто їх ще й називають фіно-уграми. Це не образа, просто фіно-угорські племена — інша група етносів. Мокша, ерзя та інші численні племена колонізовані росією, яка намагається їх (як і намагалася нас) століттями асимілювати.

Це так само недоречно, як якщо б поляки у ХІХ столітті в часи своїх антиросійських повстань всіх росіян називали «хохлами» або українцями. У цих групах навпаки має зростати власне усвідомлення як когось відмінного від росії. Тому вживати цю назву не бажано.



Ілюстрація 2.10. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 10.10.2022. Джерело: <https://zbirna.com/>

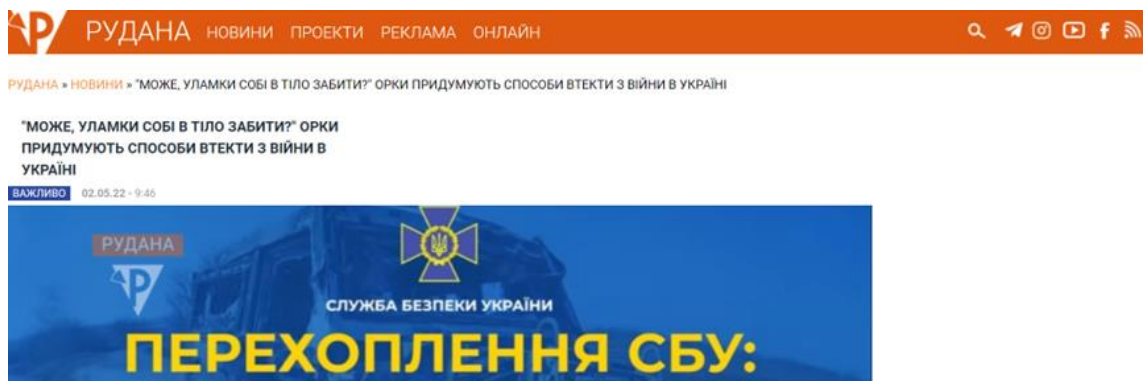
Відмовляти росіянам у слов'янськості, намагаючись образити їх ім'ям народу, який вони колонізували, — це насамперед приниження для колонізованих.

За 2021 рік у матеріалах медіа слово «мокшани» зустрічаємо лише для позначення народу. На адресу всієї рф ця лексема використовується у цитатах і спілкуванні в коментарях.

«Орки»

Більшість людей, які вживають цей термін, знають, що це відсилка до Джона Толкіна та його персонажів з трилогії «Володар перснів». З культурного погляду це дуже цікавий феномен, адже орки колись були ельфами, яких потім захопили та катували сили зла, аж доки вони не втратили будь-якої людської подобі. Ця назва характерна ще й тим, що орки ненавидять та бояться темну силу, котра зробила їх такими. Водночас вони не знають жодних інших емоцій, тому їхня агресія сублімується у злість на все живе.

У цьому евфемізмі є дуже глибока логіка, адже завдяки своєму культурному коду він передає більшість тих сенсів, які ми зараз бачимо у сучасній росії та намагаємось якось концептуалізувати. Недолік такого називання полягає в тому, що ми ніби так прибираємо частину провини самих росіян, розмиваємо образ ворога. За 2021 рік не зафіксували використання цієї номінації для позначення росіян.

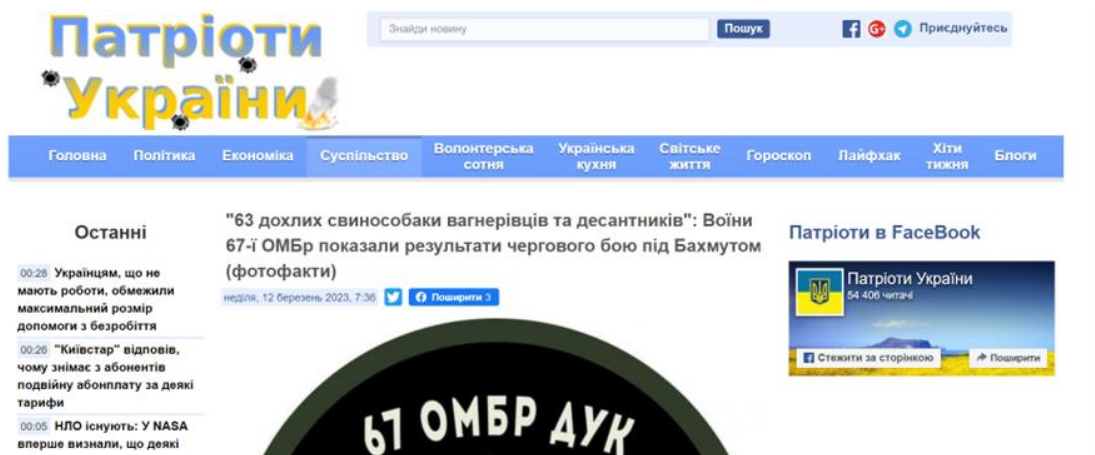


Ілюстрація 2.11. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 02.05.2022. Джерело: <https://rudana.com.ua/>

«Свинособаки»

Ця назва — не винахід українців. Німецькою це термін “Schweinhunden” — давно сформована образа, яка не містить у собі жодних прихованих сенсів, окрім назв двох тварин, яких асоціюють з нечистими істотами. У багатьох культурах свиню вважають досить брудною твариною, а собаками зазвичай

називають тих, хто бреше. Образа виникла достатньо давно, тому втратила більшість тих сенсів, які мала. Водночас сьогодні цей евфемізм чітко закріпився за росіянами.

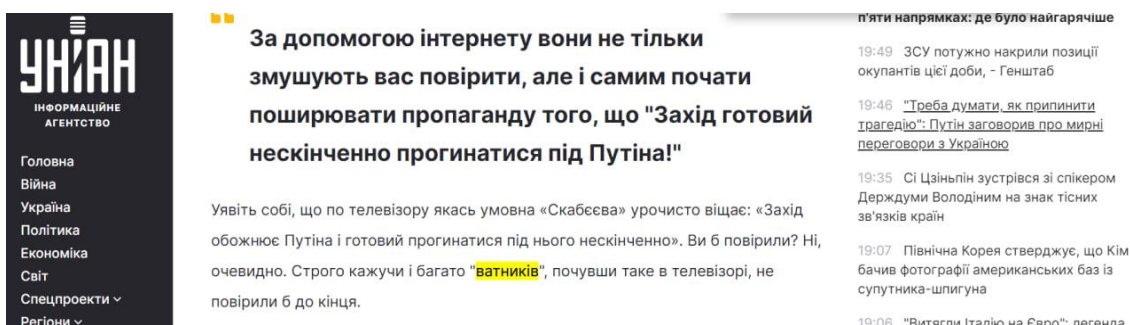


Ілюстрація 2.12. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 12.03.2023. Джерело: <https://patrioty.org.ua/>

За 2021 рік використання цієї лексеми на позначення ворога в матеріалах медіа не зафіксовано.

«Ватники»

Загалом «ватник» — це людина з (пост)радянською ментальністю, яка через систематичний довгий вплив маніпуляцій і пропаганди заперечує та не розуміє існування нашої країни як окремої держави. В Україні це слово почали вживати з часів збройного вторгнення росії на нашу територію в березні 2014 року. Тому спостерігаємо частотне вживання цієї лексеми не лише у 2022–2023 роках.

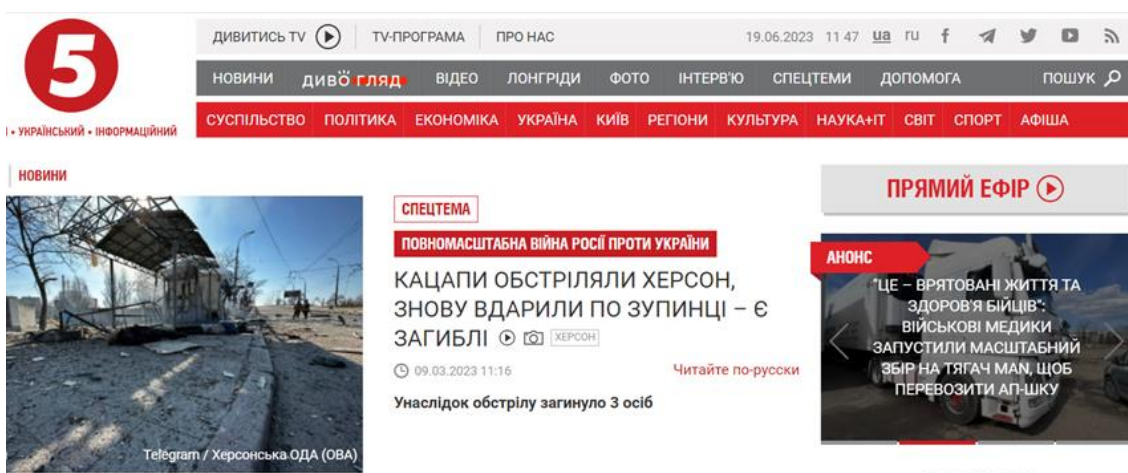


Ілюстрація 2.13. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 06.07.2021. Джерело: <https://www.unian.ua/>

Евфемізм побудований на основі іменування популярного теплового одягу для бідних середньостатистичних радянських людей. Для позначення групи таких людей можемо спостерігати використання збірного іменника «вата».

«Кацапи»

Це слово викликає в колах мовознавців дискусії, адже більшість людей стверджує, що воно утворене від вислову «как цап» (тобто як козел). Пов'язують це з тим, що росіяни мали бороди, а українці — ні. Проте утворення евфемізму на основі вживання цієї фрази не підтверджено. Слід зазначити, що українці так само носили бороди. Навряд чи це могло стати причиною для розрізнення двох народів та формування евфемізму від цього вислову.



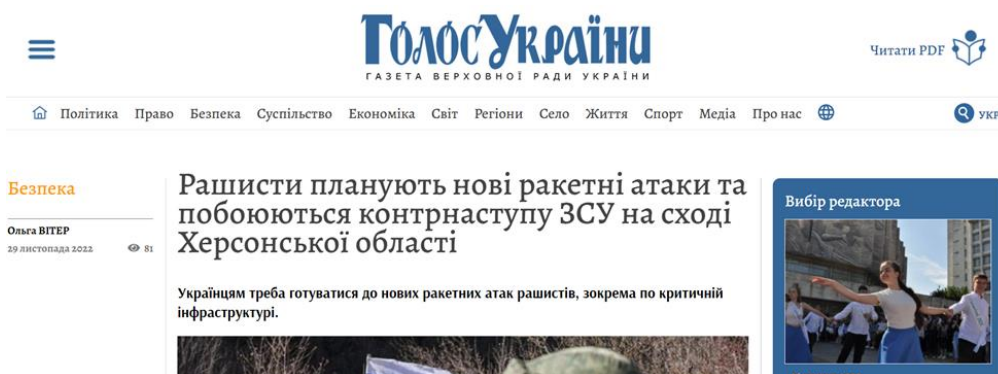
Ілюстрація 2.14. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 09.03.2023. Джерело: <https://www.5.ua/>

Найлогічнішим вважаємо пояснення про те, що це тюркське слово «касап», яке має значення «м'ясник» або «різник» в дуже поганому сенсі. З часом це значення забувалося і згодом слово «кацап» стало позначати звичайного росіянина. Та зараз, на жаль, знаходимо цю семантику досить актуальною. Адже спираючись на цю етимологію можемо простежити зв'язок цього значення з тим, які злочини та масові безжальні вбивства вчиняють росіяни на тимчасово окупованих територіях під час російсько-української війни.

За 2021 рік слово «кацап» для позначення росіян у медіа не використовується, проте активно вживається користувачами інтернету на особистих сторінках та у блогах.

«Рашисти»

Цей евфемізм можемо вважати варіацією слова «ватник». Він вживається для позначення людини, для якої російська ідеологія є сенсом існування та більше нагадує фашистську концепцію, яка має на меті об'єднати всіх в одну спільну територію (союз, імперію) без права голосу та вибору, без свободи волі. Таким чином рашисти фактично пропагують фашистську ідеологію, тому що вважають росію вищою та кращою за інші держави.



Ілюстрація 2.15. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 29.11.2022. Джерело: <http://www.golos.com.ua/>

На нашу думку, так доцільно називати всю сучасну російську ідеологію. Вона має яскраво виражені ознаки фашизму, який підкріплюють власне російські історично сформовані проблеми, маскування та маніпуляція вірою, тобто фактична легітимізація, підтримка церквою вбивств і війни. Основною метою цього російського фашизму (або рашизму) є підкорення та знищення всіх інших, не «руських», хто знаходиться довкола.

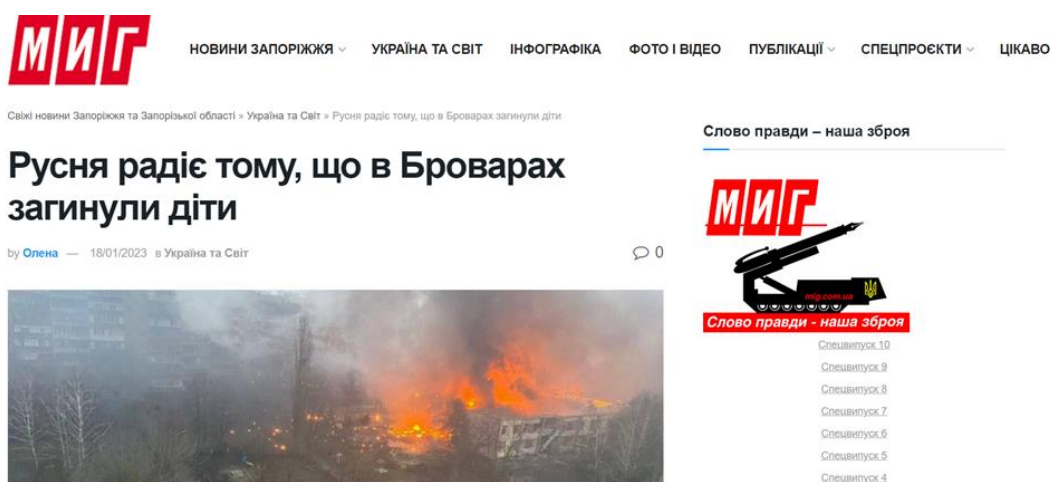
У 2021 році таке слововживання не зафіксували.

«Русня»

З одного боку, дехто заперечує вживання цього евфемізму на позначення ворога через зв'язок, який мають українці з коренем -рус-. Тому

що кілька століть тому наші предки називалися не «українцями», а «русинами». Але з іншого боку, евфемізм «русня» можемо класифікувати як похідний від слова «русский» з негативною та висміювальною конотацією.

Варто зазначити, що таким чином це в деякій мірі дискредитує й українське самоусвідомлення та ідентичність. Адже знаємо напевне, що Русь виникла та тривалий час існувала саме на наших землях. Тому людей, які живуть на території України, довго називали «русин», «русак» тощо. Але сьогодні у свідомості більшості українців корінь -рус- асоціюється саме з росією.



Ілюстрація 2.16. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 18.01.2023. Джерело: <https://mig.com.ua/>

За 2021 рік ця лексема на позначення ворога вживається користувачами інтернету на особистих сторінках та у блогах.

«Москалі»

Можемо стверджувати, що початково ця номінація означала солдата російської армії. Слово «москалі» є історично українським терміном, що походить від стародавньої назви московії, яка постійно втручалася та впливала на перебіг української історії. Сьогодні, особливо у контексті давньої історії та культурних зв'язків, називати так росіян, які вторглися на нашу територію, — є абсолютно виправданим.

Коли вже закінчатся москалі? Питання-відповідь з Олегом Покальчуком

Ми відкриваємо нову постійну рубрику "питання-відповідь" з військовим психологом, експертом у сфері інформаційно-психологічних операцій і контррозвідального захисту **Олегом Покальчуком**. Щодня він буде давати одну відповідь на одне наше питання, а ми публікуватимемо цю відповідь на сайті.

 **Вікторія Гуєрра**, журналістка, заступниця головного редактора

ПУБЛІКАЦІЇ



Олена Струк
"Ви звертаєтесь до ШІ, як до такого оракула. А він не відстрілює, що говорить"

Олексій Молчановський про технологію штучного інтелекту і ризики, пов'язані з ним.

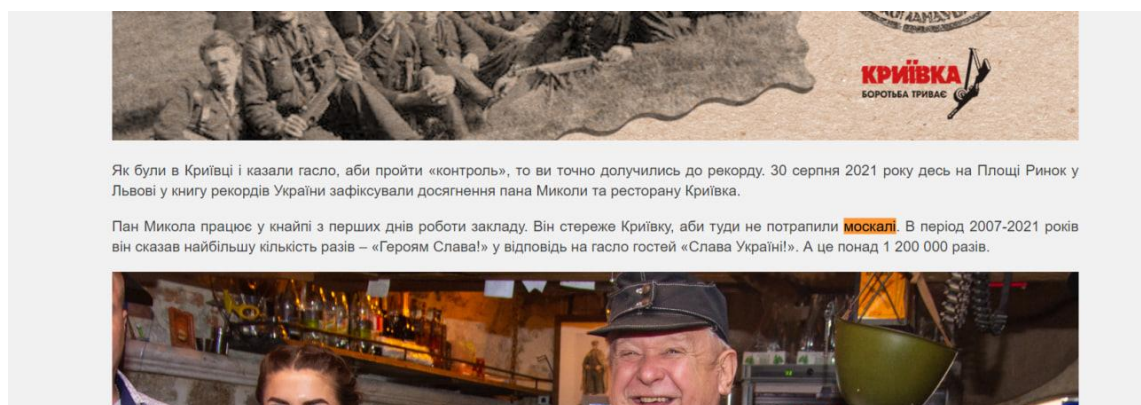


Вікторія Максимова
Гроші на рекламу. Хто і скільки витрачає у Facebook і Google?

Ілюстрація 2.17. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 15.03.2022. Джерело: <https://lb.ua/>

Також маємо показові приклади у фразеології та в літературі. Наприклад, приказка «лається як москаль». А у творах Котляревського зустрічаємо випадки, коли письменник використовує слово «москаль» винятково у значенні «груба невихована людина». Тож загалом українці мають довгу традицію функціонування цього слова.

Зокрема, фіксуємо таке слововживання в матеріалах медіа і до початку повномасштабного вторгнення.



Ілюстрація 2.18. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 30.08.2021. Джерело: <https://www.fest.lviv.ua/uk/>

«Ваньки»

У часи Другої світової війни ім'я Фріц, скорочення від Фрідріх, було досить поширеним німецьким коротким ім'ям, а також слугувало загальною

назвою для німецьких солдатів. Бідняків, які пережили велику французську революцію, наприклад, тодішні дворяни називали Жаками, що теж було поширеним ім'ям.

Так само, якщо переглянути російські анекдоти, в них використовують типове українське ім'я — Микола. Насамперед це пов'язано з тим, що воно дуже відрізняється від свого російського відповідника, і в російській писемності його подають через «ы», тому це також виглядає трохи неприродно.

Сьогодні, коли ми вживаємо типове російське ім'я Іван, зводячи його до напівпринизливого Ваньки, це є продовженням традиції перейменування (евфемізації) багатотисячної ворожої армії ім'ям, яке не викликає жодної поваги. Це природна спроба звести велику армію до цілком зрозумілої фігури безіменного незначущого солдата.

У 2021 році таке слововживання в медіа на позначення ворога не зафіксували.

Новини · Війна читати на русском >

Ваньки вже не встаньки: у ЗСУ назвали кількість ліквідованих за добу росіян (інфографіка)

Олександр Топчій 08:22, 06.03.23 2 хв. 15323

Загальні втрати серед особового складу російських військ за час повномасштабного вторгнення значно перевищили 153 тисячі осіб.

ПІДТРИМАЙТЕ НАС

ОСТАННІ НОВИНИ >

- 12:07 Зґвалтована і задушена: на Прикарпатті по-звірячому вбили 9-річну дівчинку (фото)
- 12:07 На Тернопільщині "намаїнили" мільйонні статки на крадіжці електрики (фото)
- 12:02 АНАЛІТИКА Сильні духом: як рятуються від війни люди з інвалідністю
- 12:00 До кінця тижня в Україні влупить спека до +34° - прогноз (карта)
- 11:58 Україна тимчасово від'єдналась від енергомережі з Молдовою: що сталося

Ілюстрація 2.19. Приклад використання евфемізму в іменуванні ворога в матеріалах новинного сайту за 06.03.2023. Джерело: <https://www.unian.net/>

Варто зазначити, що евфемізми як вторинні одиниці номінації є важливим засобом поповнення словникового запасу мови, тобто ми можемо

розглядати евфемізми як засіб синонімії, що пов'язаний із синхронічним підходом, оскільки сам евфемізм та значення початкової лексеми перебувають у синонімічному протиставленні.

Порівнявши наявність обценної лексики й евфемізмів на позначення ворога в матеріалах медіа у 2021 році та з початку повномасштабного вторгнення, можемо підсумувати, що частина номінацій увійшла до вжитку з 2014 року, коли росія розпочала вторгнення на сході України.

Проте з 24 лютого 2022 року ці номінації набувають нових форм, мають більш частотне вживання та постійно доповнюються новими лексемами й висловами.

2.4. Доцільність стилістично забарвленої лексики в інфопросторі

З початком повномасштабної російсько-української війни в українських медіа стилістично забарвлена лексика часто зустрічається не лише в довільному спілкуванні, наприклад, у соціальних мережах, а й у новинних заголовках: «Рашисти обстрілюють Миколаїв», «Пригоди “орків” у Чорнобаївці». Доцільність використання такої лексики є дискусійним питанням у журналістських колах.

Експерти Комісії з журналістської етики зауважують, що такі терміни, як «рашизм», «рашисти» та слова, які походять від них, зазвичай з негативною конотацією позначають синоніми до виразів: окупаційні війська російської федерації, військові загарбники, російські окупанти, військові країни-агресора тощо [46].

Вживання такої лексики в медійних матеріалах не є дискримінацією громадян росії за їхньою національною приналежністю. Маємо на увазі не національну ознаку росіян, а приналежність до системи, метою якої є знищення українського народу, підтримка російсько-фашистської ідеології та відповідні дії.

Спостерігаємо активне тлумачення терміну «рашизм», що вживають як скорочену назву «російського фашизму», вітчизняними й іноземними науковцями. Загалом цей термін не є незвичним для середовища фахівців. У комісії зазначають, що використання слів «рашизм», «рашисти» на адресу ворога не є порушенням. Проголошення російського режиму як фашистського є важливим для об'єднання всіх антивоєнних сил і знищення будь-яких зв'язків з державою-терористом [46].

У той же час комісія попереджає про те, що не варто вживати ці терміни для позначення всієї етнічної групи громадян російської федерації.

Крім того, Комісія з журналістської етики осуджує використання обценної лексики в матеріалах медіа. Рекомендаціями журналістам є утримання від використання образливих виразів та обценної лексики, якщо це не обґрунтовується контекстом, і навіть тоді слід обмежити часте вживання такої лексики [46]. У матеріалах, які присвячені висвітленню відповідальності країни-терориста та російських військових за скоєні воєнні злочини та порушення прав людини, варто вживати термінологію, що засвідчена в українському законодавстві та міжнародному праві.

Щодо вживання слова «орки» як синонімічної лексеми до сполук слів типу «російські окупанти», «російські військові», «російські воєнні злочинці» тощо Комітет рекомендує не використовувати цей термін в інформаційних матеріалах медійників. Натомість слід називати російських загарбників — російськими воєнними злочинцями, окупантами, без використання евфемізмів [28].

Якщо важливо зберегти юридичну точність термінології в новинних текстах (наприклад, в інформаційних матеріалах про відповідальність за російські воєнні злочини), медійники повинні дотримуватися лексики з нейтральною конотацією за допомогою термінів, які визначені українським законодавством і термінологією міжнародного права.

Також у рекомендаціях комісія пропонує звернути увагу й на написання

власних назв, які пов'язані із країною-агресором (Росія/росія, «Путін/путін»), оскільки тенденція написання власних імен з малої літери розповсюдилася з початком повномасштабної війни росії проти України [46]. Зокрема цю тенденції підтримали навіть офіційні інтернет-представництва української влади.

Написання відповідних власних назв з великої чи малої літери Комісія з журналістської етики рекомендує визначати згідно з рішенням і політикою редакції. Якщо медіа прожовжуватиме дотримуватися правил щодо написання власних назв з великої букви, то це забезпечуватиме нейтральне стилістичне забарвлення тексту, зокрема новинних матеріалів [36].

Також використання ЗМІ маленьких букв на початку власних назв на адресу ворога як стилістичного прийому може бути усвідомленим рішенням медіа та, зокрема, визначатися контекстом інформації. У такому випадку редакції слід обґрунтувати такий вибір і його причини [46].

Українська аудиторія відчуває глибоку обуреність, ненависть і ворожість щодо дій російської федерації в Україні. Тому вживання стилістично забарвленої лексики, яка підкреслює агресивний характер російських дій, може відповідати настроям і поглядам багатьох громадян. Така лексика мобілізує громадянську активність та підтримує українську національну єдність у відстоюванні своїх інтересів.

Використання стилістично забарвленої лексики допомагає формувати громадську думку щодо росії як країни-агресора. Евфемізми, обценна лексика створюють відповідний емоційний настрій серед аудиторії, можуть викликати відразу, гнів, обурення та інші емоції, які активізують громадянську активність та мобілизують суспільство в опозицію до агресора.

Серед позитивних аспектів використання стилістично забарвленої лексики можемо виокремити відображення настроїв і почуттів українського суспільства щодо російської агресії. Також вона може підтримувати громадянську активність та об'єднання українців у боротьбі за національні

інтереси.

Серед негативних аспектів можемо виділити розмивання образу ворога, правові й історичні неточності, політизацію мовного простору, «унормування» обсценної лексики.

Висновки до РОЗДІЛУ 2

Зазвичай вплив мас-медіа на суспільство зростає в період соціальних катаклізмів, різких змінах у житті людей, що зараз і відбувається в Україні та світі загалом. У сучасних умовах ми маємо бурхливе зростання кількості ЗМІ, появу нових, нетрадиційних видань, телевізійних форматів, що супроводжуються різкою конкурентною боротьбою для виживання медіа та подолання економічних труднощів.

Суспільно-політична ситуація, яка є в Україні, породжує нові підходи до вивчення масового комунікаційного процесу. Медійні ресурси є великою силою, що впливає на суспільство, тому існує потреба у вивченні різних шляхів оптимізації мас-медійного процесу, оновленні наукових знань, дослідженні наявних теорій і їх модернізації.

Український інфопростір під час воєнного стану може бути вкрай складним і напруженим, що впливає на використання обсценної лексики та процеси евфемізації. Обсценна лексика відображається у вживанні словесних виразів, які мають непристойний або вульгарний характер. У періоди, коли суспільство зазнає важкостей і загроз, така лексика може стати поширеною.

Також зауважуємо поступове унормування використання обсценної лексики на позначення ворога в інформаційному просторі ще до початку повномасштабного вторгнення.

Наявність обсценної лексики й евфемізмів на позначення ворога в медіаджерелах зфіксовано у 2021 році, але з початку повномасштабного вторгнення ці номінації набувають нових форм, активно використовуються та постійно доповнюються новими оцінними мовними одиницями.

Одна з основних особливостей функціонування обценної лексики й евфемізмів в українському інфопросторі воєнного часу полягає в тому, що вони можуть стати частиною воєнної пропаганди або виявляти невдоволення, стрес, агресію чи неприйняття ситуації, в якій опинилося населення. У таких випадках обценна лексика може використовуватися як засіб вираження емоцій та знак протесту.

Також важливо зазначити, що під час війни змінюється соціальне середовище та взаємини між людьми. Стрес, тривога, страх і незвичена ситуація можуть сприяти збільшенню функціонування обценної лексики як засобу вираження негативних емоцій і незадоволення.

Важливо враховувати, що використання обценної лексики може мати негативні наслідки, зокрема призводити до виникнення конфліктів, посилювати напруженість та враження невпевненості в суспільстві.

Найчастіше виникнення та становлення виразів у суспільстві пов'язане з:

- військовою пропагандою — у межах пропагандистських кампаній можуть з'являтися матеріали з використанням обценної лексики для зміцнення агресивного образу ворога або для мобілізації підтримки серед військових і населення;
- соціальними медіа — у воєнний період у соціальних медіа можуть з'являтися загострені обговорення, де обценна лексика використовується для вираження невдоволення, гніву або негативних емоцій щодо стану подій;
- воєнними коментарями та дописами — у коментарях під воєнними новинами або постами в соціальних мережах можуть зустрічатися обценні висловлювання від людей, які висловлюють свої погляди та думки.

Варто пам'ятати, що використання обценної лексики в інфопросторі може мати як позитивні, так і негативні наслідки, і воно пов'язане зі

специфічними ситуаціями та контекстом, в якому перебуває суспільство.

За допомогою методу теоретичного аналізу та моніторингу ми ідентифікували та проаналізували засоби мови ворожнечі в українському інформаційному просторі. Тому пропонуємо наступну класифікацію засобів мови ворожнечі (зокрема, евфемізмів та обсценної лексики) на позначення ворога.

- За емоційністю:

- пасивна мова ворожнечі: слова та вислови, де агресія виражається непрямими, завуальованими мовними одиницями (евфемізми русня, орки тощо);

- активна мова ворожнечі: відкрите висловлення агресії, грубості та образ (обсценна лексика).

- За спрямованістю:

- особиста: зосереджена на конкретній особі (путін — ху***);

- групова: агресія до певної групи людей.

- За метою (у контексті):

- маніпулятивна: спрямована на досягнення певних цілей чи маніпулювання (наприклад, використання евфемізму «орки» з метою розмивання образу ворога, відходу від усвідомлення окупантів як саме росіян й ототожнення їх з вигаданими істотами, чимось абстрактним);

- експресивна: вираження особистих негативних почуттів та емоцій.

Журналістські стандарти та етичні принципи під час війни суттєво не відрізняються від стандартів та етичних норм у мирні часи. Крім того, саме через війну журналісти та редакції мають посилювати свою пильність до стандартів достовірності й точності, подаючи матеріали в ефіри телеканалів, радіо чи онлайн.

Брехати задля перемоги, приховувати правду — так само згубно, як вводити в оману заради будь-якої іншої мети, якою шляхетною вона б не видавалася. Пам'ятаємо про важливість використання нейтральної лексики

журналістами при підготовці власних матеріалів, уникнення оціночних формулювань і суджень, а також не використання мови ворожнечі, як би складно це не було в умовах війни.

Вибір лексики, яка є стилістично забарвленою, має бути підкріпленим жанром матеріалу, темою та цільовою аудиторією. Зловживання такою лексикою неприпустиме — наприклад, використання лише цих слів у заголовках новин.

Не варто вживати обценну лексику в журналістських матеріалах і в етерах. Медійникам слід обмежуватися від використання образливих виразів, обценної лексики. Протилежне можливе, якщо це є виправдане контекстом, хоча й у такому випадку варто уникати частотного використання відповідної мови.

Редакції медіа повинні інформувати аудиторію про причини, які зумовлюють системне вживання певних стилістичних прийомів (наприклад, написання власних назв «росія» і «путін» з маленької літери). Таке обґрунтування можна опублікувати окремим блоком або в розділі політики сайту, ЗМІ, редакції. Це стане демонстрацією усвідомленого й аргументованого рішення редакції.

У медійних матеріалах, які присвячені висвітленню відповідальності країни-загарбника та її військових за скоєні воєнні злочини та порушення прав людини, слід вживати винятково термінологію законодавства України та міжнародного права.

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ МОВИ ВОРОЖНЕЧІ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ОПИТУВАННЯ)

3.1. Методологія опитування студентської молоді

У ході роботи ми сформувавши гіпотези, які допоможуть дослідити вплив мови ворожнечі на сприйняття інформації:

- студентська молодь звертає увагу на мову ворожнечі в інформаційному потоці;
- студентська молодь надає перевагу репрезентації інформації з використанням мови ворожнечі для позначення ворога;
- використання мови ворожнечі в інформаційних матеріалах не сприяє формуванню довіри до джерела інформації.

Для підтвердження або спростування цих гіпотез ми використали опитування як метод збору інформації про вплив мови ворожнечі на студентську молодь під час опосередкованого (анкетування) соціально-психологічного спілкування шляхом реєстрації відповідей респондентів на сформульовані питання.

Для одержання достовірної інформації ми розробили питання, завдяки яким респондент має можливість:

- сприйняти потрібну інформацію, правильно її зрозуміти;
- згадати, де необхідно, про події минулого;
- вибрати адекватну відповідь на поставлене питання.

За **характером взаємозв'язку** дослідника та респондента опитування передбачає заочне анкетування.

За **ступенем охоплення сукупності**, яка досліджується, це репрезентативне вибіркоче опитування. Використання певної кількості прикладів, показових для випадків використання мови ворожнечі, дає змогу

досягти більшої точності в результатах.

За **ступенем формалізації** це стандартизоване анкетування, яке передбачає використання заздалегідь підготовлених питань, за **частотою проведення** — одноразове.

Анкетування містить питання, на які респондент дає відповідь без присутності дослідника, тобто **заочно (онлайн-опитування)**. За **формою проведення (кількістю респондентів)** воно є груповим. Респондентами анкетування обрано студентів Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Загалом анкета містить 9 питань, головні з яких сформульовані та пов'язані тематикою мови ворожнечі.

За **змістом питань** ми ставили питання про особистість респондента (вік, заклад освіти, напрям навчання); про факти свідомості (виявлення думок, побажань); про факти поведінки (вчинки, дії).

За **структурою** анкетування містить змішані відкриті та закриті альтернативні й неальтернативні питання.

За **формою** це прямі питання, які дозволяють отримати пряму інформацію від респондента.

За **функціями** питання є основними, тобто спрямованими на збір інформації про зміст досліджуваного явища.

Ця методологія опитування дозволяє нам отримати глибше розуміння впливу мови ворожнечі на студентську молодь і перевірити наші гіпотези [47].

3.2. Аналіз даних і результати опитування

Анонімне анкетне опитування проводилося з 12 до 19 листопада 2023 року серед студентів Харківського національного університету імені

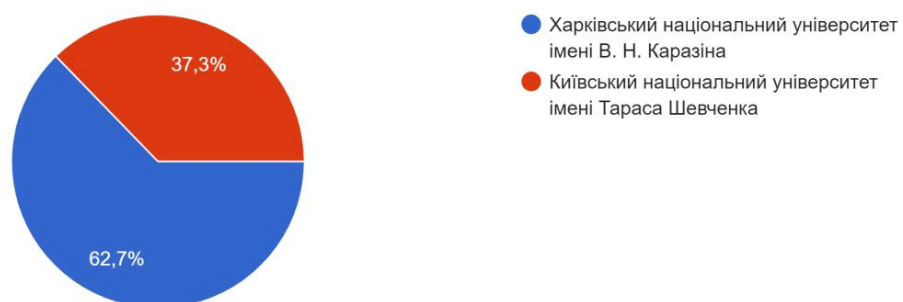
В. Н. Каразіна та Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Метою анкетування стало дослідження впливу мови ворожнечі на сприйняття інформації студентською молоддю з початку повномасштабного вторгнення рф, доведення або спростування запропонованих гіпотез:

- студентська молодь звертає увагу на мову ворожнечі в інформаційному потоці;
- студентська молодь надає перевагу репрезентації інформації з використанням мови ворожнечі для позначення ворога;
- використання мови ворожнечі в інформаційних матеріалах не сприяє формуванню довіри до джерела інформації.

Протягом вказаного періоду студентам Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна та Київського національного університету імені Тараса Шевченка в соціальних мережах ЗВО (телеграм, інстаграм) була запропонована анонімна онлайн-анкета (гугл-форма) для заповнення.

Усього в опитуванні взяли участь 110 респондентів: 69 представників Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (62,7 %) та 41 — Київського національного університету імені Тараса Шевченка (37,3 %).

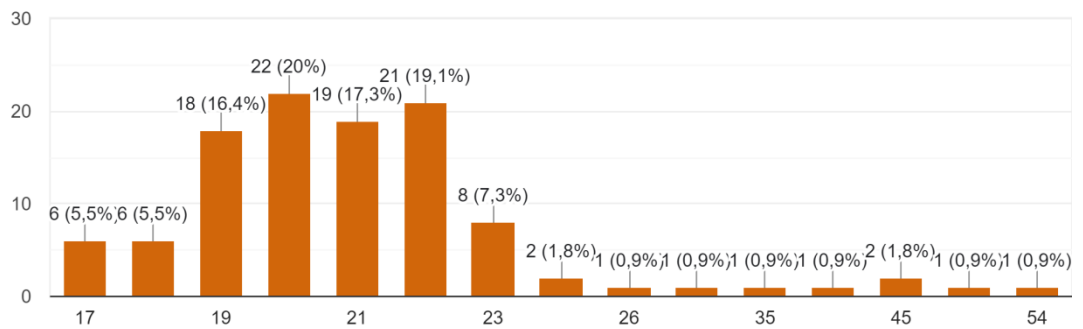
Оберіть заклад освіти, у якому навчаєтеся.
110 відповідей



Діаграма 3.1. ЗВО респондентів опитування

Вік переважної більшості опитуваних коливався від 17 до 23 років (100 респондентів). Також свої відповіді надали представники ЗВО у віці 24 (2), 26 (1), 32 (1), 35 (1), 37 (1), 45 (2), 47 (1), 54 (1) років.

Скільки вам років?
110 відповідей



Діаграма 3.2. Вік респондентів опитування

Дослідження є вибіркоvim, оскільки ми вивчали частину представників студентської молоді, тому має похибку вибірки — $\sqrt{1/110} \approx 0,09 = 9\%$. Відповідно точність дослідження складає 91%.

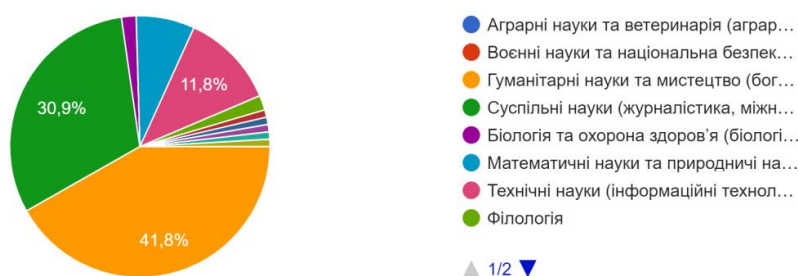
Оскільки об'єктом дослідження ми обрали студентську молодь України, а об'єктами репрезентації, тобто безпосередніми джерелами інформації, стали представники одних з найбільших університетів України, то вважаємо, що висновки, отримані в результаті вивчення вибіркової сукупності, можуть бути поширені на генеральну сукупність. Тому вибірка є репрезентативною.

Переважна більшість опитуваних навчається за наступними напрямками:

- гуманітарні науки та мистецтво (богослов'я, гуманітарні науки, культура і мистецтво) — 41,8%;
- суспільні науки (журналістика, міжнародні відносини, освіта/педагогіка, право, соціальна робота, соціальні та поведінкові науки, сфера обслуговування, публічне управління та адміністрування) — 30,9%;

- технічні науки (інформаційні технології, електроніка та телекомунікації, архітектура та будівництво, електрична інженерія, механічна інженерія, автоматизація та приладобудування, транспорт, хімічна та біоінженерія, виробництво та технології) — 11,8 %;
- решта — 15,5 %.

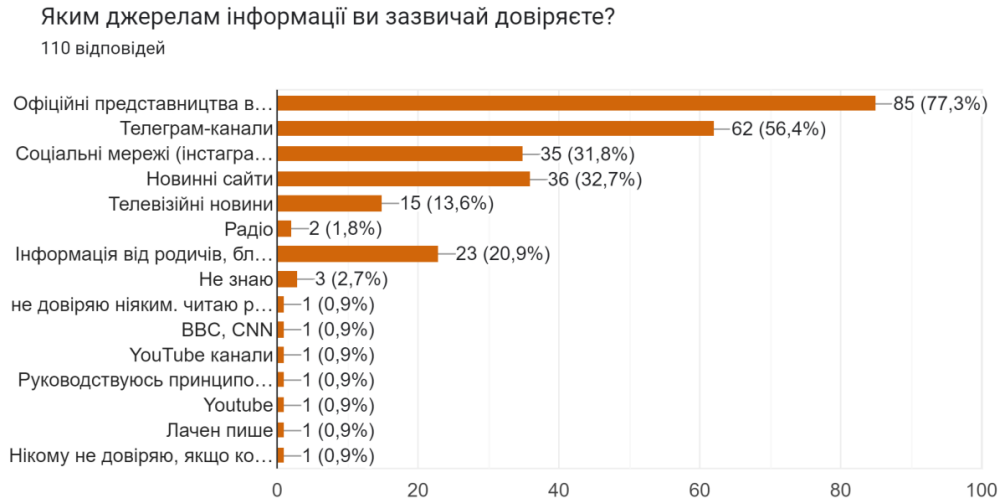
Оберіть напрям освіти, яку здобуваєте.
110 відповідей



Діаграма 3.3. Напрямок освіти респондентів опитування

Серед джерел інформації, яким довіряють студенти, вони могли обрати декілька варіантів. Зокрема, найбільше довіру викликають:

- офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа) — 77,3 %;
- телеграм-канали — 56,4 %;
- новинні сайти — 32,7 %;
- соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо) — 31,8 %;
- інформація від родичів, близьких, друзів — 20,9 %;
- телевізійні новини — 13,6 %.

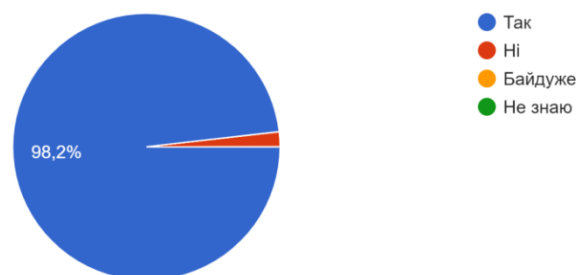


Діаграма 3.4. Джерела інформації, яким довіряють респонденти опитування

Двоє опитуваних зазначили, що не довіряють нікому (респондент 79, 109, див. Додаток А). Також вказали такі варіанти, як BBC, CNN (респондент 70), ютуб-канали (респондент 65).

На питання щодо того, чи помітили студенти з початку повномасштабного вторгнення збільшення кількості мови ворожнечі на позначення ворога в інфопросторі, 98,2 % опитуваних відповіли ствердно, і лише 1,8 % обрали відповідь «ні».

З початку повномасштабного вторгнення чи помітили ви збільшення кількості мови ворожнечі на позначення ворога (лайливі слова,... новинах, рекламі, на банерах, у соцмережах)?
110 відповідей



Діаграма 3.5. Чи збільшилась кількість мови ворожнечі на думку респондентів опитування

Серед двох запропонованих новин, основою яких був один інфопривід, переважна більшість студентів 83,6 % надали перевагу тексту без мови ворожнечі.

Якому поданню текстової інформації надасте перевагу?
110 відповідей



Діаграма 3.6. Вибір респондентів новини з мовою ворожнечі або без

Так само в іншому питанні серед двох запропонованих новин, основою яких був один інфопривід, перевагу більшість студентів (71,8 %) надала тексту без мови ворожнечі.

Який текст вам подобається більше?
110 відповідей



Діаграма 3.7. Вибір респондентів новини з мовою ворожнечі або без

Серед номінацій ворога, які необхідно вживати в інформаційному просторі, студенти обрали наступні:

- росіяни — 65,5 %;
- рашисти — 50,9 %;

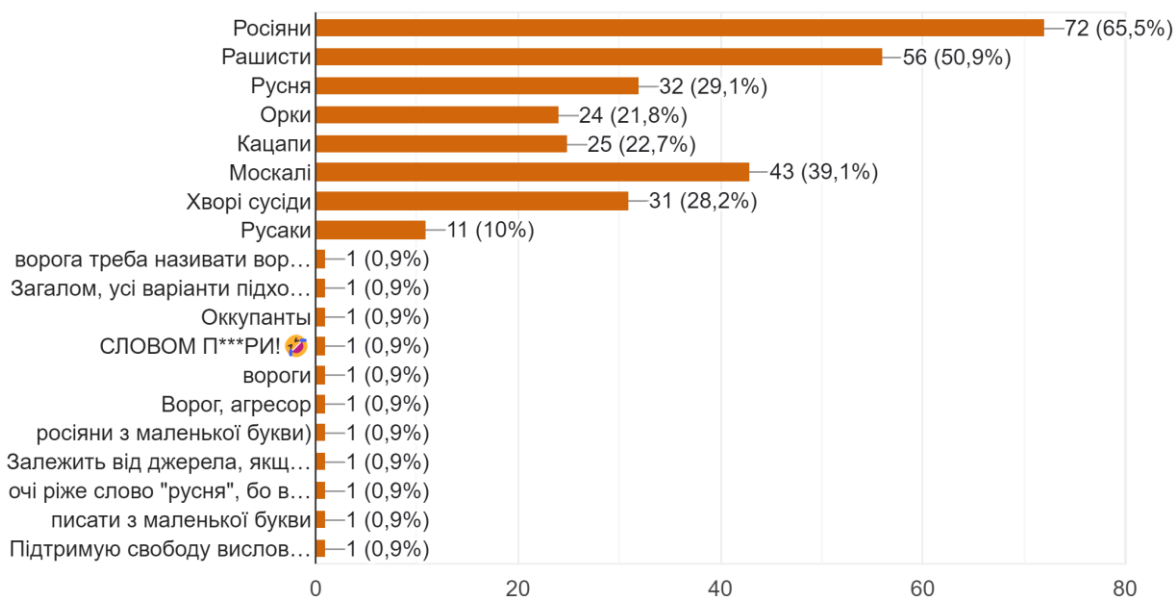
- москалі — 39,1 %;
- русня — 29,1;
- хворі сусіди — 28,2 %;
- кацапи — 22,7 %;
- орки — 21,8 %;
- русаки — 10 %.

Також студенти мали можливість висловити свої думки щодо цього питання. Зокрема, троє опитуваних зазначили, що росіян треба називати «ворог» (респондент 79, 92, 95, див. Додаток А), двоє — писати з маленької букви (респондент 7, 33).

Один із респондентів навіть припустив, що слово «росіяни» стане історизмом: «Загалом, усі варіанти підходять, але, на мою думку, кожне із цих слів має своє семантичне навантаження (не впевнена, чи правильний термін вжито). Це особисто моє спостереження. Так, рашистами ми переважно називаємо росіян, які по росТБ принижують українців, руснею та москалями — росіян загалом, коли вони роблять щось дивне у себе в недодержаві, кацапами, коли вони на території якихось інших держав поводяться як бидло, орками ми називаємо руснявих солдатів. Б'юся об заклад, скоро слово “росіяни” стане історизмом» (респондент 9).

Як, на вашу думку, слід називати ворога в інформаційному просторі України?

110 відповідей



Діаграма 3.8. Номінації ворога в інфопросторі, обрані респондентами

Таким чином на основі відповідей респондентів доводимо гіпотезу про те, що студентська молодь звертає увагу на мову ворожнечі в інформаційному потоці.

Гіпотеза про те, що студентська молодь надає перевагу репрезентації інформації з використанням мови ворожнечі для позначення ворога, спростована згідно з результатами опитування.

На питання щодо того, чи подобається студентам використання лайливих слів для позначення ворога в медійних матеріалах, 39,1 % опитуваних відповіли, що їм байдуже, 31,8 % респондентів зазначили, що не подобається, 13,6 % відповіли позитивно.

Чи подобається вам, коли в інформаційних матеріалах медіа використовують лайливі слова для позначення ворога?
110 відповідей



Діаграма 3.9. Ставлення респондентів опитування до мови ворожнечі в медійних матеріалах

Також студенти висловлювали свої думки, зокрема що це залежить від офіційності медіаджерела (респондент 15, 39, 65, 93, див. Додаток А), так краще передаються емоції (респондент 105), сумніви в правдивості інформації (респондент 7, 77, 93).

Таким чином згідно з результатами опитування доводимо гіпотезу про те, що використання мови ворожнечі в інформаційних матеріалах не сприяє формуванню довіри до джерела інформації серед студентської молоді.

Висновки до РОЗДІЛУ 3

На нашу думку, опитування (анкетування) є важливим елементом дослідження для всебічного висвітлення та аналізу функціонування мови ворожнечі в інформаційному просторі України в умовах воєнного стану. Оскільки при створенні, функціонуванні інформації ми маємо відштовхуватися від цільової аудиторії, її інтересів і світогляду, передбачати вплив цього контенту на реципієнта.

Для розуміння впливу мови ворожнечі (номінації ворога) на сприйняття інформації студентською молоддю у ході роботи ми сформуливали гіпотези:

- студентська молодь звертає увагу на мову ворожнечі в інформаційному потоці;
- студентська молодь надає перевагу репрезентації інформації з використанням мови ворожнечі для позначення ворога;
- використання мови ворожнечі в інформаційних матеріалах не сприяє формуванню довіри до джерела інформації.

Для підтвердження або спростування цих гіпотез ми використали опитування як метод збору інформації про вплив мови ворожнечі на студентську молодь під час опосередкованого (заочне анкетування) соціально-психологічного спілкування шляхом реєстрації відповідей респондентів на сформульовані питання.

Для одержання достовірної інформації ми розробили питання, завдяки яким респондент мав можливість сприйняти потрібну інформацію та правильно її зрозуміти, проаналізувати свою ставлення та вибрати доцільну відповідь або висловити свою думку в довільній формі.

Респондентами анкетування стали 110 представників Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна та Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Дослідження є вибіркоvim, оскільки ми вивчали частину представників студентської молоді, тому має похибку вибірки — 9 %. Відповідно точність дослідження складає 91 %.

Оскільки об'єктом дослідження ми обрали представників українського студентства, а об'єктами репрезентації, тобто безпосередніми джерелами інформації, стали представники одних з найбільших ЗВО України, то вважаємо, що висновки, отримані в результаті вивчення вибіркової сукупності, можуть бути поширені на генеральну сукупність. Тому вибірка є репрезентативною.

Загалом анкета містила 9 питань, головні з яких сформульовані та пов'язані тематикою мови ворожнечі.

Ця методологія опитування дозволила нам отримати глибше розуміння впливу мови ворожнечі в медійних матеріалах на студентську молодь і перевірити наші гіпотези.

На основі відсоткового співвідношення відповідей респондентів нам вдалося довести гіпотези про те, що студентська молодь звертає увагу на мову ворожнечі в інформаційному потоці, а також про те, що використання мови ворожнечі в інформаційних матеріалах не сприяє формуванню довіри до джерела інформації серед студентської молоді.

Гіпотеза про те, що студентська молодь надає перевагу репрезентації інформації з використанням мови ворожнечі для позначення ворога, спростована згідно з результатами опитування.

Отримані результати підтверджують теоретичну частину нашої роботи. Однією з тенденцій інформаційного простору України воєнного часу є збільшення кількості мови ворожнечі в інформаційних матеріалах. Проте студентська спільнота України надає перевагу новинам без використання мови ворожнечі навіть на позначення країни-агресора та її мешканців. Вони допускають використання відповідної лексики в особистому спілкуванні, неофіційних джерелах інформації, розважальному контенті. Також студенти зазначили, що використання мови ворожнечі в медійному матеріалі викликає сумніви щодо правдивості інформації та надійності її джерела.

Рекомендації щодо використання мови ворожнечі в інформаційних матеріалах можуть бути наступними: це усвідомлене й обґрунтоване рішення медіа та, зокрема, визначається контекстом інформації, особисте спілкування, неофіційні джерела, розважальний контент. Вибір лексики, яка є стилістично забарвленою, має бути підкріпленим жанром матеріалу, темою та цільовою аудиторією. Зловживання такою лексикою неприпустиме — варто уникати частотного використання відповідної мови.

Не варто вживати обценну лексику в журналістських матеріалах і в етерах. Медійникам слід обмежуватися від використання образливих виразів,

обсценної лексики.

У медійних матеріалах, які присвячені висвітленню відповідальності країни-загарбника та її військових за скоєні воєнні злочини та порушення прав людини, слід вживати винятково термінологію законодавства України та міжнародного права.

Ми провели експериментальне опитування для збирання та аналізу даних. Таким чином нам вдалося перевірити гіпотези, спробувати виявити закономірності та тенденції, надати рекомендації, а також сформулювати висновки на основі отриманих результатів.

ВИСНОВКИ

У роботі здійснено теоретичний та емпіричний аналіз сутності поняття мови ворожнечі в контексті повномасштабної російсько-української війни та порівняння особливостей мовної репрезентації інформації (зокрема, вживання евфемізмів та обценної лексики на позначення ворога та для опису подій) до початку повномасштабного вторгнення (2021 рік). Цей позамовний чинник має значний вплив на актуальність результатів попередніх досліджень, тому, на нашу думку, потребував переосмислення та детального вивчення з урахуванням поточного стану українського суспільства та інформаційного середовища в умовах війни.

Мову ворожнечі розглянули як сукупність мовних явищ, прагматична функція яких полягає у створенні пейоративного експресивного ефекту, у наданні повідомленню негативних оцінних конотацій, які уможливорюються завдяки використанню цілого комплексу спеціально напрацьованих засобів мови та риторичних прийомів. Тому метою нашого дослідження стало визначення особливостей, причин, наслідків і доцільності функціонування обценної лексики та евфемізмів в українському медіадискурсі.

За допомогою методу моніторингу контенту ми виявили та надали оцінку матеріалам, які репрезентують елементи мови ворожнечі (обценна лексика й евфемізми), й екстралінгвістичним особливостям функціонування (соціально-політична ситуація воєнного стану в країні) та використання елементів мови ворожнечі в інформаційному просторі України з початку повномасштабного вторгнення рф.

Моніторинг мови ворожнечі в українському інфополі в контексті повномасштабного російського вторгнення та порівняння її наявності в матеріалах медіа у 2021 році дозволили з'ясувати, що частина номінацій увійшла до вжитку з 2014 року, коли росія розпочала вторгнення на сході

України. Проте з 24 лютого 2022 року ці номінації набувають нових форм, мають більш частотне вживання та постійно доповнюються новими лексемами й висловами.

Аналіз евфемізмів, обценної лексики засвідчив, що такі мовні одиниці створюють відповідний емоційний настрій серед аудиторії, можуть викликати відразу, гнів, обурення та інші емоції, які активізують громадянську активність та мобілізують суспільство в опозицію до агресора, та поступове унормування мови ворожнечі на позначення ворога в інформаційному просторі ще до початку повномасштабного вторгнення. Адже наявність обценної лексики й евфемізмів на позначення ворога в медіаджерелах зафіксовано у 2021 році, але з початку повномасштабного вторгнення ці номінації набувають нових форм, активно використовуються та постійно доповнюються новими оцінними мовними одиницями.

Проблематикою функціонування мови ворожнечі в українському інфопросторі воєнного часу визначили можливість її використання як частини воєнної пропаганди, виникнення конфліктів, посилення напруженості та відчуття невпевненості в суспільстві. Тому журналістам необхідно уникати вживання образливих виразів, обценної лексики, зокрема в медійних матеріалах, які присвячені висвітленню відповідальності країни-загарбника та її військових за скоєні воєнні злочини та порушення прав людини, слід вживати винятково термінологію законодавства України та міжнародного права.

У роботі запропонована класифікація засобів мови ворожнечі (зокрема, евфемізмів та обценної лексики) на позначення ворога.

- За емоційністю:
 - пасивна мова ворожнечі: слова та вислови, де агресія виражається непрямими, завуальованими мовними одиницями (евфемізми русня, орки тощо);
 - активна мова ворожнечі: відкрите висловлення агресії, грубості та образ

(обсенна лексика).

- За спрямованістю:
 - особиста: зосереджена на конкретній особі (путін — ху***);
 - групова: агресія до певної групи людей.
- За метою (у контексті):
 - маніпулятивна: спрямована на досягнення певних цілей чи маніпулювання (наприклад, використання евфемізму «орки» з метою розмивання образу ворога, відходу від усвідомлення окупантів як саме росіян й ототожнення їх з вигаданими істотами, чимось абстрактним);
 - експресивна: вираження особистих негативних почуттів та емоцій.

Використовуючи метод опитування, в межах роботи ми здійснили анкетування студентської молоді з метою всебічного висвітлення та аналізу функціонування мови ворожнечі в інформаційному просторі України в умовах воєнного стану, оскільки при створенні, функціонуванні інформації враховуємо особливості інтересів і світогляду цільової аудиторії, її реакцію.

Дослідження є вибіркоvim, оскільки ми вивчали частину представників студентської молоді, тому має похибку вибірки — 9 %. Відповідно точність дослідження складає 91 %. Оскільки об'єктом дослідження ми обрали представників українського студентства, а об'єктами репрезентації, тобто безпосередніми джерелами інформації, стали представники одних з найбільших ЗВО України (110 респондентів), то вважаємо, що висновки, отримані в результаті вивчення вибіркової сукупності, можуть бути поширені на генеральну сукупність. Тому вибірка є репрезентативною.

На основі відсоткового співвідношення відповідей респондентів нам вдалося виявити тенденції в інформаційному просторі України воєнного часу та надати рекомендації щодо використання мови ворожнечі, а також довести гіпотези про те, що студентська молодь звертає увагу на мову ворожнечі в інформаційному потоці, та про те, що використання мови ворожнечі в інформаційних матеріалах не сприяє формуванню довіри до джерела

інформації серед студентської молоді.

Гіпотеза про те, що студентська молодь надає перевагу репрезентації інформації з використанням мови ворожнечі для позначення ворога, спростована згідно з результатами опитування.

Отримані результати дослідження та рекомендації можуть бути використані для написання науково-дослідних робіт, вивчення стилістики української мови, прагма-, психо- та соціолінгвістики, основ журналістики та журналістської етики. Сучасний комунікативний простір перебуває у постійній трансформації та розвитку, переповнений інформацією (зокрема й фейками), тому важливо продовжувати подальші дослідження цієї проблематики, що дозволить у майбутньому провести порівняння та відслідкувати, які зміни відбулися в інформаційному просторі України щодо використання мови ворожнечі та її сприйнятті студентською молоддю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕД

1. Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2002. № 453. 153 с.
2. Бенеш Г. Психологія : довідник / пер. з нім. В. О. Васютинського. Київ, 2007. 510 с.
3. Біловус Л. І. Український інформаційний простір: сьогодення та перспективи. *Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКІМ*. 2013. № 1, ч. 1. С. 188–191.
4. Боротьба з мовою ворожнечі : рекомендації / Рада Європи, 2022. 49 с.
5. Ваньки вже не встаньки: у ЗСУ назвали кількість ліквідованих за добу росіян (інфографіка). *УНІАН* : вебсайт. URL: <https://www.unian.ua/war/vanki-vzhe-ne-vstanki-u-zsu-nazvali-kilkist-likvidovanih-za-dobu-rosiyan-infografika-12168540.html> (дата звернення: 05.11.2023).
6. Вейда Т. Інвектива як засіб вербальної агресії та сугестивного впливу у сучасних українських ЗМК. *Семантика мови і тексту* : матеріали XI Міжнародної наук. конф., 26–28 верес. 2012 р. Івано-Франківськ, ПНУ, 2012. С. 75–77.
7. Волошинович Н. В. Мовленнєва агресія в інтернет-комунікації. *Науковий журнал*. 2016. №4. С. 35–39.
8. Гончаров С. О. Причини та небезпека вживання ненормативної лексики. *Актуальні проблеми сучасної науки і правоохоронної діяльності* : матеріали XVII науково-практичної конференції курсантів та студентів. Харків : ХНУВС, 2010. С. 212–213.
9. Давиденко А. О. Лінгвістичні аспекти перекладу ненормативної лексики. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2015. В. 19. Т. 2. С. 145–147.

10. Дергач Д. В. Медійна жанрологія в дискурсі сучасного філологічного знання. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2014. Вип. 28. С. 26–35.
11. Дмитренко Д. Ю. Мовленнева агресія: причини виникнення. *Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи* : вебсайт. URL: <http://elar.naiu.kiev.ua/bitstream/123456789.pdf> (дата звернення: 17.10.2023).
12. До КЖЕ поскаржились на 5 канал через «Рускій солдат, иди на х*й». Ось що відповіла Комісія. *Детектор медіа* : вебсайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/197346/2022-03-10-do-kzhe-poskarzhylys-na-5-kanal-cherez-ruskiy-soldat-ydy-na-khy-os-shcho-vidpovila-komisiya/> (дата звернення 10.10.2023).
13. Дорош М. Журналісти в зоні АТО. Практичний порадник. *Детектор медіа* : вебсайт. URL: <https://ms.detector.media/how-to/post/11543/2014-08-08-zhurnalisty-v-zoni-ato-praktychnyy-poradnyk/> (дата звернення: 05.10.2023).
14. Дорош М. Чи існує «баланс думок» у воєнний час? *Детектор медіа* : вебсайт. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/563/2014-06-07-chy-istuie-balans-dumok-u-voiennoy-chas/> (дата звернення: 05.10.2023).
15. Дудко О. Л. Інвективна лексика в сучасних українських засобах масової інформації. *Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи* : вебсайт. URL: <http://elar.naiu.kiev.ua/bitstream/123456789.pdf> (дата звернення: 18.10.2023).
16. Дуцик Д. Reality-війна. *Детектор медіа* : вебсайт. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/11358/2014-09-03-reality-viyna/> (дата звернення: 05.10.2023).
17. Єльнікова Н. І. Лінгвістичні аспекти вивчення мовленнєвої агресії в українськомовному медіапросторі. *Секція 10. Мова і засоби масової комунікації* : вебсайт. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-263-3/29> (дата звернення: 17.10.2023).

18. Жаботинська С. А. Мова як зброя у війні світоглядів Майдан-Антимайдан: словник-тезаурус лексичних інновацій. Україна, грудень 2013 – грудень 2014 : вебсайт. URL: <https://eprints.cdu.edu.ua/442/1/0aa5f48e-3eda-482b-b8fb-d63c8b0b5074.pdf> (дата звернення: 10.10.2023).

19. Завражина, Г. В. Мовленнева агресія та засоби її вираження в масмедійному політичному дискурсі України (на матеріалах російськомовної газетної комунікації) : автореф. дис. ... канд. філолог. наук : 10.02.02. Київ, 2008. 22 с.

20. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської. Київ : НІСД, 2016. 109 с.

21. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети. Стратегічні комунікації*. 2016. № 4 (41). С. 90–96.

22. Кацапи обстріляли Херсон, знову вдарили по зупинці — є загиблі. *5 канал* : вебсайт. URL: <https://www.5.ua/regiony/katsapy-obstrilialy-kherson-znovu-vdaryly-po-zupyntsi-ie-zahybli-300837.html> (дата звернення: 10.11.2023).

23. Коли вже закінчатся москалі? Питання-відповідь з Олегом Покальчуком. *Лівий берег* : вебсайт. URL: https://lb.ua/society/2022/03/15/509586_koli_vzhe_zakinchatsya_moskali.html (дата звернення: 22.10.2023).

24. Криївка на Площі Ринок увійшла до книги рекордів України. *Холдинг емоцій “!FEST”* : вебсайт. URL: <https://www.fest.lviv.ua/uk/news/456-kryyivka-na-ploshchi-rynok-uviyshla-do-knyhy-rekordiv-ukrayiny/> (дата звернення: 22.10.2023).

25. Кузык О. А. Когнітивні та комунікативні особливості мовленнєвої агресії в політичному дискурсі (на матеріалах електронних видань США та Великої Британії) : вебсайт. URL: https://lnu.edu.ua/uploads/2019/04/dis_kuzyk.pdf (дата звернення: 21.10.2023).

26. Кузык О. А. Мовленнева агресія: лінгво-риторичний аспект. *Наукові*

записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка : матеріали п'ятої Міжнародної науково-практичної конференції «Мови і світ: дослідження та викладання». 2011. Вип. 96 (1). С. 457–461.

27. Куляс І. Стандарти й етика журналістів в умовах неоголошеної війни. *Детектор медіа* : вебсайт. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/11691/2014-10-30-standarty-y-etyka-zhurnalistyky-v-umovakh-neogoloshenoj-viyny/> (дата звернення: 05.10.2023).

28. Лексика війни: чи можна журналістам вживати слова "рашисти", "орки" та інші фрази : вебсайт. URL: <https://www.6262.com.ua/news/3405085/leksika-vijni-ci-mozna-zurnalistam-vzivati-slova-rasisti-orki-ta-insi-frazi> (дата звернення: 20.10.2023).

29. Магда Є. Гібридна війна. Вжити і перемогти. Харків : Віват, 2015. 320 с.

30. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи / за ред. О. Бондаренко, М. Буткевича, І. Федорович. Київ. 2015. 63 с.

31. «Може, уламки собі в тіло забити?» Орки придумують способи втекти з війни в Україні. *Рудана* : вебсайт. URL: <https://rudana.com.ua/news/mozhe-ulamky-sobi-v-tilo-zabyty-orky-prydumuyut-sposoby-vtekty-z-viyny-v-ukrayini> (дата звернення: 06.11.2023).

32. Мюслі UA — Вова, їб*ш їх бл*ть. *Music Youtube* : вебсайт. URL: <https://music.youtube.com/watch?v=Tqmlxi3WGUY> (дата звернення: 11.10.2023).

33. Наклейки з українською символікою. *Prom* : вебсайт. URL: <https://pokrovsk.prom.ua/ua/Naklejki-s-ukrainskoj-simvolikoj.html> (дата звернення: 27.10.2023).

34. Носки Ecosocks. *Stylus* : вебсайт. URL: https://stylus.ua/noski-ecosocks-seriya-russkiy-voennyu-korabl-40-44-sinie-00-02-p1006882c14314.html?sc_content=22390_r963v1317 (дата звернення:

23.10.2023).

35. Оксана Забужко. *Twitter* : вебсайт. URL: https://twitter.com/o_zabuzhko (дата звернення: 11.10.2023).

36. «Орки» і «рашисти»: в КЖЕ пояснили, чи варто вживати стилістично забарвлену лексику в матеріалах про війну : вебсайт. URL: <https://zmina.info/news/u-kzhe-rozpovily-chy-varto-zhurnalistam-vzhyvaty-stylistychno-zabarvlenu-leksyku-v-materialah-pro-vijnu/> (дата звернення: 11.10.2023).

37. Офіційно. В українській розвідці розповіли, як мокшани вмовляють білорусів взяти участь в активній фазі війни проти нашої країни. *Zbirna.com* : вебсайт. URL: <https://zbirna.com/post/oficiino-v-ukrayinskii-rozvidci-rozpovili-yak-mokshani-vmovlyayut-bilorusiv-vzyati-uchast-v-aktivnii-fazi-viini-proti-nashoyi-krayini> (дата звернення: 15.10.2023).

38. Петрунько О. В. Агресивне медіа-середовище: проблема визначення поняття. *Наукові студії із соціальної та політичної психології* : збірник статей. АПН України, Ін-т соціальної та політичної психології. 2008. Вип 19 (22). 321 с.

39. Писати правильно — легко. *OnlineCorrector* : вебсайт. URL: <https://onlinecorrector.com.ua/uk/> (дата звернення: 17.10.2023).

40. Попова О. М. Солодун Л. М. Прояви вербальної агресії у ЗМІ. *Молодий вчений. Соціальні комунікації, МДУ*. 2016. № 3 (30). С. 654–657.

41. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21–27.

42. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : НаУКМА, 2015. 497 с.

43. Прищепа Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». *Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics*. 2017. Вип. 22 (2). С. 98–112.

44. Путінський Зомбіленд. Чому перетворення «шампанського» на

«ігристе вино» зробило з опонентів Кремля його вірних пособників. *УНІАН* : вебсайт. URL: <https://www.unian.ua/world/putinskiy-zobilend-chomu-peretvorenniya-shampanskogo-na-igryste-vino-zrobilo-z-oponentiv-kremlya-yogo-virnih-posobnikiv-novini-svitu-11473558.html> (дата звернення: 11.11.2023).

45. Рашисти планують нові ракетні атаки та побоюються контрнаступу ЗСУ на сході Херсонської області. *Голос України* : вебсайт. URL: <http://www.golos.com.ua/article/366432> (дата звернення: 11.11.2023).

46. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо вживання стилістично забарвленої лексики в журналістських матеріалах про війну : вебсайт. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vzhyvannia-stylistychno-zabarvlenoi-leksyky-v-zhurnalistskykh-materialakh-pro-viynu/> (дата звернення: 07.10.2023).

47. Роль, види та методи соціологічного опитування : вебсайт. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/12369/> (дата звернення: 10.11.2023).

48. Русня радіє тому, що в Броварах загинули діти. *Газета МИГ* : вебсайт. URL: <https://mig.com.ua/rusnia-radiie-tomu-shcho-v-brovarakh-zahynuly-dity/> (дата звернення: 11.11.2023).

49. Світова гібридна війни: український фронт : монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. Київ : НІСД, 2017. 496 с.

50. Світшот жіночий «Рускій корабль». *Дабх'юманс* : вебсайт. URL: <https://dubhumans.com/womens-sweatshirt-russian-warship-black-m/> (дата звернення: 10.11.2023).

51. Семенов А. Захист національного інформаційного простору Великої Британії. *Політична праксеологія: безпека, технології, комунікації* : матеріали Міжнар. конф. Київ : ВАПН, 2016. 117 с.

52. Серажим К. С. Засоби впливу агресії в політичному медійному дискурсі в Україні. *Соціальні комунікація Scientific Journal "ScienceRise"* №1/1(6)2015. С. 61–63.

53. Суд переніс оголошення вироку Стерненку щодо викрадення ним

депутата на 23 лютого. *Delo.ua* : вебсайт. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/sud-perenes-oglashenie-prigovora-sternenko-po-po-378669/> (дата звернення: 11.10.2023).

54. Супрун У.-Н. В чому користь ненормативної лексики : вебсайт. URL: <https://suprun.doctor/kultura/v-chomu-korist-nenormativnoyi-leksiki.html?page706> (дата звернення: 05.10.2023).

55. Тонкіх І. Ю. Специфіка подання новин в українських Інтернет-ЗМІ. *Психолінгвістика*. 2011. Вип. 8. С. 205–210.

56. Тулуп М. Правила репортажу Катерини Сергацкової: «Я пишу про людей, а не про кулі». *Детектор медіа* : вебсайт. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/11575/2014-10-14-pravyla-reportazhu-kateryny-sergatskovo-ya-pyshu-pro-lyudey-a-ne-pro-kuli/> (дата звернення: 05.10.2023).

57. У Тернополі з'явилися білборди для окупантів (фотофакт). *Тернополяни* : вебсайт. URL: <https://ternopoliany.te.ua/zhittya/67387-u-ternopoli-znavylysia-bilbordy-dlia-okupantiv-fotofakt#> (дата звернення: 11.11.2023).

58. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.

59. «Шістдесят три дохлих свинособаки вагнерівців та десантників»: Воїни 67-ї ОМБр показали результати чергового бою під Бахмутом (фотофакти). *Патріоти України* : вебсайт. URL: <https://patrioty.org.ua/society/63-dokhlykh-svynobaky-vahnerivtsiv-ta-diesantnikov-voiny-67-i-ombr-pokazaly-rezultaty-cherhovoho-boiu-pid-bahmutom-fotofakty-458396.html> (дата звернення: 06.11.2023).

60. Шульжук Н. В. Комунікативно-прагматичні виміри конфлікту як результату мовленнєвої агресії. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія- «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 13(81). С. 346–350.

61. Bergland C. Swearing Can Boost Strength and Reduce the Sensation of Pain : вебсайт. URL: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-athletes-way/201705/swearing-can-boost-strength-and-reduce-the-sensation-pain> (дата звернення: 10.10.2023).

62. Elias. *Twitter* : вебсайт. URL: https://twitter.com/elias_times/status/1665377635562561538 (дата звернення: 11.10.2023).

63. Kish L. Survey Sampling. *John Wiley and Sons, Inc.* New York, 1965.

64. Klemperer V. Language of the Third Reich: LTI: Lingua Tertii Imperii. New edition: 2006. 288 p.

65. Stephens, R., Atkins, J., & Kingston, A. Swearing as a response to pain. *NeuroReport*, 20. 2009 : вебсайт. URL: <https://doi.org/10.1097/WNR.0b013e32832e64b1> (дата звернення: 15.11.2023).

66. Yanagizawa-Drott D. Propaganda and conflict: evidence from the Rwandan genocide. August 2014 : вебсайт. URL: <http://qje.oxfordjournals.org/content/early/2014/08/21/qje.qju020>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Респонденти анонімного анкетного опитування «Мова ворожнечі в інформаційному просторі України» (довільні варіанти відповіді)

№	Яким джерелам інформації ви зазвичай довіряєте?	Як, на вашу думку, слід називати ворога в інформаційному просторі України?	Чи подобається вам використання лайливих слів для позначення ворога в медіа?
1	Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни, Рашисти, Кацапи, Москалі	Не знаю
2	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Рашисти, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди	Байдуже
3	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти, Телевізійні новини, Інформація від родичів, близьких, друзів	Рашисти, Орки, Хворі сусіди	Не знаю
4	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Росіяни	Ні
5	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни, Рашисти	Ні
6	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали,	Росіяни	Ні

	Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти		
7	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти, Руководствуюсь принципом довіряй та перевіряй)	Росіяни, росіяни з маленької букви)	Ні, бо надання будь-якої суб'єктивної оцінки дискредитує інформацію для мене
8	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни	Байдуже
9	Телеграм-канали, Телевізійні новини	Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки, Загалом, усі варіанти підходять, але на мою думку, кожне із цих слів має своє семантичне навантаження (не впевнена, чи правильний термін вжито). Це особисто моє спостереження. Так, рашистами ми переважно називаємо росіян, які по роСТБ принижують українців, руснею та москалями - росіян загалом, коли вони роблять щось дивне у себе в недодержаві, кацапами, коли вони на території якихось інших держав поведуться як бидло, орками ми називаємо руснявих солдатів. Б'юся об заклад, скоро слово 'росіяни' стане історизмом (®)	Так

10	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Москалі	Байдуже
11	Телеграм-канали, Новинні сайти, Телевізійні новини	Рашисти, Русня, Орки, Москалі	Байдуже
12	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти	Росіяни, Рашисти	Ні
13	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Росіяни, Рашисти, Русня	Байдуже
14	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни, Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди	Не знаю
15	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Рашисти	Залежить від інформаційного джерела; часом, доречно, в інших випадках – ні
16	Не знаю	Росіяни	Байдуже
17	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти, Телевізійні новини	Росіяни	Ні
18	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти	Росіяни	Байдуже
19	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка	Росіяни, Рашисти	Байдуже

	платформа), Новинні сайти, Інформація від родичів, близьких, друзів		
20	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни, Москалі, Хворі сусіди	Байдуже
21	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти	Росіяни, Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Так
22	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни	Ні
23	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни, Москалі	Ні
24	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти	Росіяни, Рашисти	Так
25	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телевізійні новини	Рашисти	Байдуже
26	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни, Рашисти, Москалі, Хворі сусіди	Байдуже
27	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни	Байдуже
28	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали,	Росіяни, Хворі сусіди	Ні

	Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Інформація від родичів, близьких, друзів		
29	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Росіяни, Москалі	Ні
30	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Росіяни, Русня, Кацапи, Москалі	Так
31	Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни	Байдуже
32	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Рашисти, Русня, Кацапи, Хворі сусіди	Байдуже
33	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Інформація від родичів, близьких, друзів	писати з маленької букви	Байдуже
34	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Рашисти	Байдуже
35	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Рашисти, Русня, Кацапи	Не знаю
36	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Не знаю

37	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Русня	Ні
38	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Росіяни	Байдуже
39	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Рашисти	Дивлячись які, їх частота та джерело з якого надається ця інформація (офіційні портали чи якісь опосередковані)
40	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни, Рашисти, Русня, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Так
41	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни, Рашисти	Ні
42	Інформація від родичів, близьких, друзів	Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди	Так
43	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти	Росіяни	Ні
44	Не знаю	Орки	Байдуже
45	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка	Хворі сусіди	Байдуже

	платформа), Інформація від родичів, близьких, друзів		
46	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти	Росіяни, Рашисти, Русня, Орки	Байдуже
47	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни	Ні
48	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Росіяни	Ні
49	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Росіяни	Байдуже
50	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти	Рашисти, Русня, Орки	Так
51	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Так
52	Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни	Ні
53	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни	Байдуже

54	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Рашисти, Русня, Хворі сусіди	Так
55	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Русня, Москалі	Байдуже
56	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти, Радіо	Росіяни	якщо це "кацап", "москаль", "русня/росня", такі варіанти мають право на існування, оскільки це образливі назви, які чітко вказують на росіян. якщо йдеться про евфемізми, які можна застосувати до кого завгодно (зокрема "підори"), такий слововжиток засуджую
57	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти, Телевізійні новини	Рашисти, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди	Так
58	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Росіяни, Рашисти, Русня, Кацапи, Москалі, Русаки	Ні
59	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Рашисти, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Так
60	Офіційні представництва влади, державних органів та	Рашисти, Орки	Байдуже

	установ тощо (будь-яка платформа)		
61	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Росіяни, Рашисти, Русня, Орки, СЛОВОМ П***РИ! 🇷🇺	У деяких випадках це доречно. У залежності від повідомлюваного.
62	Телеграм-канали	Росіяни	Ні
63	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Телевізійні новини	Росіяни, Рашисти, Орки, Москалі	Так
64	Телеграм-канали	Росіяни	Ні
65	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти, YouTube канали	Росіяни, Рашисти, Русня, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди	В залежності від "офіційності" медіа
66	Телеграм-канали, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни	Ні
67	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Русня, Кацапи, Москалі	Байдуже
68	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни, Рашисти, Москалі, Хворі сусіди	Ні
69	Новинні сайти	Росіяни	Не знаю
70	ВВС, CNN	Росіяни	Ні
71	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Орки	Ні
72	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти,	Рашисти, Орки, Хворі сусіди	Байдуже

	Телевізійні новини		
73	Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни	Ні
74	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Росіяни	Байдуже
75	Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Рашисти	Не знаю
76	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни, Рашисти	Ні
77	Телеграм-канали, Новинні сайти	Росіяни	Я вважаю це неприпустимим. Новини повинні бути сухими фактами. Якщо у новинах присутня емоційність, то вони вже не можуть вважатися об'єктивними і, відповідно, достовірними.
78	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни, Рашисти, Русня, Орки, Москалі, Хворі сусіди	Байдуже
79	не довіряю ніяким. читаю різні	ворога треба називати ворогом	Ні
80	Телеграм-канали, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни	Ні
81	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали	Рашисти, Русня, Москалі	Байдуже
82	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка	Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Байдуже

	платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти, Телевізійні новини		
83	Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни	Ні
84	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі	Байдуже
85	Телеграм-канали	Кацапи, Москалі	Так
86	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Інформація від родичів, близьких, друзів	Рашисти, Русня, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Так
87	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти, Радіо	Росіяни, Кацапи, Москалі	Ні
88	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Москалі, Хворі сусіди	Ні
89	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо)	Росіяни, Рашисти, Русня, Москалі, Хворі сусіди	Не знаю
90	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка	Росіяни, Рашисти, Русня, Москалі	Байдуже

	платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти		
91	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Рашисти, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Ні
92	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телевізійні новини	Рашисти, Хворі сусіди, вороги	Байдуже
93	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти	Росіяни, Рашисти	Залежить від "солідності" джерела: вважаю це доречним у дописах в телеграм-каналах, але використання емоційно забарвлених слів, наприклад, у газеті чи в офіційному звіті змусила б сумніватися в правдивості інформації.
94	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Новинні сайти, Телевізійні новини	Росіяни, Рашисти, Хворі сусіди	Байдуже
95	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа)	Росіяни, Ворог, агресор	Байдуже
96	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Інформація від родичів, близьких, друзів, Лачен пише	Росіяни	Ні
97	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телевізійні новини	Росіяни	Ні

98	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телевізійні новини	Рашисти, Москалі, очі ріже слово "русня", бо воно від слова русь, ало. "росня" - правильний варіант□	Байдуже
99	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Рашисти, Русня, Хворі сусіди	Байдуже
100	Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Телевізійні новини, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Рашисти	Байдуже
101	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Інформація від родичів, близьких, друзів	Рашисти, Русня, Кацапи, Москалі	Байдуже
102	Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти, Телевізійні новини, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі	Ні
103	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Youtube	Росіяни, Рашисти, Русня, Кацапи, Москалі, Залежить від джерела, якщо це неофіційне лице, а блогер, то можна і з мовою ворожнечі	Байдуже
104	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни	Ні

105	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Новинні сайти	Росіяни, Москалі, Хворі сусіди	Як на мене за допомоги мови ворожнечі краще передаються емоції, хоч і бездумне "пхання" я не підтримую. Усьому має бути межа, віддаючи перевагу звичному стандарту
106	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти, Інформація від родичів, близьких, друзів	Росіяни, Рашисти, Орки, Москалі	Байдуже
107	Не знаю	Москалі	Байдуже
108	Офіційні представництва влади, державних органів та установ тощо (будь-яка платформа), Телеграм-канали, Соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, твітер тощо), Новинні сайти	Росіяни, Рашисти, Русня, Орки, Кацапи, Москалі, Хворі сусіди, Русаки	Ні
109	Нікому не довіряю, якщо коротко. Аналізую інформацію з багатьох джерел. Не вважаю за недолік висвітлення фактів з приміском власного аналізу, почуттів автора, бо це надає додаткову інформацію про джерело. Більше інформації - краще.	Підтримую свободу висловлювання. Але політики мають притримуватись існуючих практик дипломатичного протоколу.	Байдуже
110	Телеграм-канали	Оккупанти	Так