

Єльнікова Н. І.,

*старша викладачка кафедри українознавства факультету № 2
Харківського національного університету внутрішніх справ*

РІЗНОВИДИ ДЕВІАНТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Ключовою комунікативною платформою в сучасному світі є інтернет, адже саме цифровізація уможливорює обмін думками щодо подій, які відбуваються, пошук нових знайомств, репрезентує людину в різних соціальних ролях, допомагає втілювати суспільно значущі проєкти. Сучасний українськомовний медіапростір максимально очищується від російських маніпулятивних впливів і дезінформації, стрімко набирає обертів українськомовний контент, який генерує соціальні, духовно-культурні й естетичні значущості. Аналіз різновидів аномативної поведінки інтернет-користувачів українськомовного медіапростору є актуальним відповідно до проблематики низки галузей сучасного мовознавства, а також у зв'язку з нагальною потребою розроблення правових рекомендацій щодо взаємодії з людьми, які порушують норми в площині мережевої інтеракції.

Одним із провідних завдань сучасних мовознавчих досліджень є студювання властивостей комунікативної поведінки мовних особистостей у різних царинах дискурсивної взаємодії (Ф. Бацевич, А. Загнітко, Т. Космеда, Л. Безугла, Л. Піхтовнікова, К. Серажим, Є. Бондаренко, І. Шевченко, Ю. Артеменко, С. Голошук, О. Дьомкіна, Д. Колесник, О. Лещенко, Ю. Стодолінська, О. Морозова, І. Колеснікова й ін.). Особлива увага приділяється дослідженню мовленнєвої діяльності в галузі інтернет-комунікації крізь призму теорії мовної особистості та лінгвоперсонології. Медіапростір за таких умов визначається не лише як інтерактивна платформа, що оперативно транслює інформацію задля комунікативних потреб, а і як виняткова комунікаційна сфера, яка утворює своєрідний тип культури, що визначає різнотипну поведінку мовних особистостей.

Психологи потрактовують девіантну поведінку як свідому активність людини або групи осіб, що не відповідає узвичаєним суспільним нормам, унаслідок чого ці норми можуть порушуватися. Якщо такі дії виявляються в мовленні, зокрема через експлікацію мовленнєвих одиниць, їх також можна тлумачити як девіантні. Фундатором учень із девіантної комунікації в українській лінгвістиці є Ф. Бацевич, який опублікував низку досліджень, присвячених

порушенню норм у комунікативній сфері. Так, у монографії «Основи комунікативної лінгвістики» автор визначає комунікативні девіації як «недосягнення адресантом комунікативної мети; відсутність взаєморозуміння і згоди між учасниками спілкування» [1, с. 214], які корелюються прагматикою спілкування, а отже, усіма компонентами комунікативного акту. Науковець пропонує комбіновану класифікацію комунікативних девіацій, беручи до уваги причини й аспекти їхньої появи в динамічному плинові виникнення елементів дискурсу. Дослідниця Л. Славова у праці «Типологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення)» диференціює девіантні комунікації як комунікативні невдачі мовного характеру, комунікативні невдачі мовленнєвого характеру, комунікативні невдачі лінгвокогнітивного характеру, а також надає системний критерій до вивчення причин порушення комунікативного акту, виокремлюючи як лінгвістичні, так і паралінгвістичні аспекти [3].

В українськомовному медіапросторі девіантну комунікацію можна трактувати як поведінку, що порушує загальновизнані норми та спричиняє гостру потребу відповідного реагування від інших учасників комунікативного акту. Завдання соціальної комунікації втілюються через медіатекст – інтегративний багатовимірний твір, який формус комунікативну цілісність різними семіотичними кодами. Як зауважує Л. Гмиря, медіатекст є «своєрідним товаром, який потрібно продати, що й зумовлює часте використання засобів девіації, які виконують атрактивну функцію» [2, с. 196]. Отже, девіантна комунікація в інтернет-просторі, яка реалізується через комунікативні стратегії й тактики, передусім має характер маніпулятивний, спонукальний і провокативний.

У сучасному українськомовному медіапросторі найпоширенішим різновидом девіантної комунікації, за нашими спостереженнями, є хейтинг – «публічне вираження негативного ставлення до певної особи чи предмету» [4, с. 2]. Хейтери (з англ. hate – ненависть) в медіапросторі – це особи, які в інтернет-комунікації з відвертою ненавистю провокують співрозмовників до агресії, використовуючи у своїх коментарях лексику знижену, ненормативну, пейоративну, суржик, емотикони як графічні засоби передання реальних емоцій. Обсценну лексику транслують прямо або вуалують символами деякі літери, щоб віртуальна мережа не заблокувала їх як користувачів. Найпоширенішими темами для хейту в Україні сьогодні є війна, мовне питання, порушення гендерної рівності, аб'юзивні стосунки, перебування чоловіків призовного віку за межами України під час воєнного стану, корупційні схеми розкрадання бюджетних коштів, випуск «шароварних» пісень, у яких принижується честь і гідність

військових. Так, на персональній інстаграм-сторінці митця Руслана Ханумака (hanumak – 124 тисячі підписників) під відео на пісню «Дика дичка» від 22.03.2023 коментатори поділилися на 2 групи. Одні підтримували виконавця, підкреслюючи, що саме такі пісні сьогодні мають лунати в Україні. Водночас інші коментатори захейтили Руслана Ханумака і його роботу: «serhio.frn: Це пизда, нашо ця вся військова тематика в бездарному виконанні з шкільним текстом! Видалить цю хуйню і запишіть вибачення» (<https://www.instagram.com/p/CqFYDrWISTY/> (дата звернення 10.10.2023)), «marianariznyk: Це вже повний піздець!! Що за дика-дичка, що це за «хрєсєнь». Таке враження, що деяким «співакам» снесло голову. Повна диградація!» (<https://www.instagram.com/p/CqFYDrWISTY/> (дата звернення 10.10.2023)), «inna_rudenko11: Не всім дано воювати, але краще б Ви сиділи, Руслан, в Омериці мовчки, як і пів війни, ніж робити «оце» 🤔👉» (<https://www.instagram.com/p/CqFYDrWISTY/> (дата звернення 10.10.2023)). Проведений аналіз цих коментарів виявив, що хейтери у своїх коментарях застосовують літературну лексику з негативно-оцінною конотацією, стилістичні маркування, що виконують функцію інвективи, обценну лексику, мовну гру, що виявляється в перифразах, okazionalizmaх, а також невербальні емотивні маркери, які сигналізують про негативне ставлення коментаторів до медіаперсони.

Ще одним різновидом девіантної комунікації в українськомовному медіапросторі є тролінг – «своєрідна гра щодо фальсифікації особистості, але без згоди більшості гравців, адже саме ігровий характер, провокація й анонімність відрізняють троля від інших комунікаторів» [5, с. 49]. Головна відмінність хейтингу й тролінгу полягає у визначенні комунікативних тактик і стратегій, які вони застосовують під час комунікації, адже головна мета тролів, на відміну від хейтерів, – це викликання емоцій, переважно негативних, в інших інтернет-комунікаторів і спостереження за бурхливими коментарями, які лишають інші інтернет-користувачі як реакцію на висловлення тролів. Так, Володимир Остапчук (український теле-радіоведучий, актор і стендап-комік) в одному з YouTube-шоу обговорював з гостями ефіру волосся на тілі жінок, їхню вагу та целюліт й оцінював зовнішність за шкалою «10 із 10». Хвиля тролінгу вилилися на його сторінку в інстаграмі (515 тисяч підписників), де коментатори не лише обурювалися такою поведінкою медіаперсони, а й провокували Володимира до подальших дій. Наприклад: «marry morgana8: Хмм цікаво давай пройдемося по списку – нагадай ти той хто вів «голодну тусу» в день пам'яті жертв Голодомору? – ти той хто нещодавно вів івент москалям? – ти той хто нав'язує тупі стандарти зовнішності

жінкам та дівчаткам? І ще звісно ти приплів ЗСУ в минулому пості
       Чоловік без мізків це 1/10. Nataliyaupyr:
    startseva md:  karina zaitseva7:    yuliiakarpenko:
 tetiana litvinovaa: А за що 1?)) marry morgan8: Ви праві! Навіть
в такій ситуації моя доброта перемогла і я дала йому 1
а не заслужені 0. g_liskovatska: Найкращий коментар   »
(<https://www.instagram.com/p/CvuIosiNYMq/>_____ (дата звернення
11.10.2023)). Експліцитні письмові форми тролінгу характеризуються
чималою кількістю лінгвоконфліктогенних компонентів дискурсу, до
яких належить інвективна лексика, пейоративи, смайлики, лайки,
пунктуаційні знаки в експресивній функції, зміна реєстрів літер,
графічне виділення слів.

Девіантна комунікація в українськомовному медіапросторі прояв-
ляється також у флеймінгу, кібербулінгу, мобінгу, ельфінгу, шеймінгу,
флудингу, блеймінгу, основна стратегія яких полягає в демонструванні
адресатові власного ставлення до нього, його дій за допомогою
оцінного впливу, спрямованого на почуття співрозмовника.

Отже, вивчення різновидів девіантної комунікації в українськомовному медіапросторі допоможе забезпечити спілкування в інтернеті, уможливить своєчасне виявлення комунікативних проявів агресії співрозмовників із подальшим вживанням відповідних заходів, збільшить мовознавчі дослідження про комунікативну поведінку користувачів інтернет-простору і стане науковим підґрунтям для створення відповідальності на юридичному рівні за такий прояв комунікації.

Список використаних джерел:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної девіатології. К. : Видавничий центр «Академія». 2004. 344 с.
2. Гмиря Л. В. Мовно-комунікативні девіації в сучасних українських інтернет-новинах. *Закарпатські філологічні студії*. Випуск 27. Том 1. 2023. С. 193–197.
3. Славова Л. Л. Типологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення) : монографія. Житомир : ЖДУ, 2005. 108 с.
4. Defining Online Hating and Online Haters / Malecki W., Kowal M., Dobrowolska M., Sorokowski P. *Frontiers in Psychology*. 2021. Vol. 12. P. 1–4. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.744614/full> (дата звернення 15.10.2023).
5. Donath J. *Identity and Deception in the Virtual Community*. London : Routledge. 1996. 246 p.