

Actualization of Socio-Political Vocabulary in Everyday Discourse of the Subjects of Communication

Актуалізація суспільно-політичної лексики в побутовому дискурсі суб'єктів комунікації

Vitalii Kotsur¹

DSc. in Historical,
Assistant Professor

Віталій Коцур¹

доктор історичних наук,
доцент

E-mail: kotsurv@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-6647-7678>

Iryna Vilchynska²

DSc. in Political Studies, Professor

Ірина Вільчинська²

доктор політичних наук, професор

E-mail: pois.07@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-5388-7811>

Lesya Kotsur¹

Ph.D. in Political Studies

Леся Коцур¹

кандидат історичних наук

E-mail: dombrovska_ne@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-8996-1606>

¹*Pereiaslav-Khmelnytskyi
Hryhorii Skovoroda State
Pedagogical University*

✉ 30, Sukhomlynskyi Str.,
Pereiaslav-Khmelnytskyi, Kyiv Reg.,
Ukraine, 08401

¹*ДВНЗ «Переяслав-
Хмельницький державний
педагогічний університет
імені Григорія Сковороди»*
✉ вул. Сухомлинського, 30,
Переяслав-Хмельницький,
Київська обл., Україна, 08401

²*Kyiv University of Culture*

✉ 36, Yevhen Konovalets' Str., Kyiv,
Ukraine, 01601

²*Київський університет культури*

✉ вул. Євгена Коновальця, 36,
Київ, Україна, 01601

Original manuscript received December 25, 2019

Revised manuscript accepted September 10, 2020

ABSTRACT

The purpose of the article is to investigate the actualization of new socio-political lexical units, including occasionalisms, and their impact on the mental and intentional organization of communication subjects utterances with a projection on psycholinguistic features of verbal interaction at the private level, in particular in social networks.

The methods and techniques. Achievement of the goal of the research was realized through the use of a set of general scientific and psycholinguistic methods (observation, recording, transcription and analysis of dialogues and statements in social networks, generalization of the results), as well as discursive and intent analysis.

The results of the research. In the process of intent analysis of occasionalisms' actualization in everyday discourse, it is established that the peculiarity of their use is the lack of open intention to motivate the addressee to specific actions. The main task of the interlocutors is to change the opponent's attitudes by devaluing, humiliating or ridiculing of his or her point of view or statement. They are often used for the purpose of trolling and flame, designed for emotional reaction, inciting of confrontation and connecting to the discussion of an unlimited number of interlocutors.

The author of a provocative post, remark or comment on the Internet does not so much appeal to his or her opponents as forms an information message for possible virtual interlocutors. The absence of direct contact introduces an element of dissociation, remoteness to such a considerable distance that it is possible not to control emotions, which provokes excessive intensification of linguistic expression, in particular the pejorative connotation of utterances. For this purpose, occasionalisms are often used as inherently expressive words, as well as obsceneisms, etc., and the usual ones acquire adherent expressiveness.

The conclusions. Socio-political occasionalisms play the role of special «linguistic means» through which the message takes place and its pragmatic aspect is realized. Most of them arose and actively circulate in social networks, which is important in the formation of not only modern vocabulary and discursive space, but also new psycholinguistic features of communication. Therefore, the study of innovations, their functioning in everyday discourse expands the idea of mental-cognitive and intentional features of the socio-political context-mediated communication in social networks.

Key words: socio-political vocabulary, occasionalisms, everyday discourse, intent-analysis, discourse-analysis, intentions, communication, social networks.

Вступ

Психолінгвістика – прикладна наука, методологічний інструментарій якої використовують для аналізу широкого кола явищ, проблем, феноменів і под. Часто останні перебувають в інклюзивному зв'язку з феноменами, які зазвичай входять до предметного кола досліджень інших наукових дисциплін,

зокрема філософії, соціології, політології та ін. Це виводить психолінгвістику на новий рівень міждисциплінарної взаємодії, що загалом характерно для сучасного етапу еволюції наукового знання.

Останніми роками дедалі відчутнішим стає вплив політичних подій на різні аспекти життєдіяльності людини. Не залишаються осторонь мова, спілкування, а відповідно – сутнісні характеристики суб'єктів комунікації, що провокує істотні зміни в різних видах лексики і дискурсу.

Суспільно-політична лексика призначена «...для просування певних ідей, емоційного впливу на громадян, вироблення суспільного консенсусу, а тому динамічно відображає політичну реальність, коригується нею і водночас бере участь в її (політичної реальності) створенні та видозмінюванні» (Хома, 2015: 3). У важливі періоди суспільних трансформацій вона набуває ознак своєрідного індикатора, особливості якого, з одного боку, визначають, а з іншого – знаково маркують дійсність та характерні риси комунікування на всіх рівнях взаємодії.

Особливості суспільно-політичної комунікації зумовлюють і специфічні умови реакції на неї та особливості її вербальної презентації на приватно-побутовому рівні. Виникають нові слова, спілкування у побуті почасти набуває конотацій та колориту, опосередкованих суспільно-політичним контекстом. У свою чергу, трансформації у суспільно-політичній лексиці, відносини між «свідомостями» людей формують дискурсивно-комунікативне поле соціуму. Відтак, спілкування завжди, з одного боку, відображає дійсність, а з іншого – несе певне соціальне навантаження та відповідну інформацію, яку втримує мова, активно реагуючи на суспільно-політичні детонації.

Так лексика і суспільно-політичний дискурс стають не просто текстом або когнітивно-комунікативною подією, а й сценарієм, в якому частково вже прописано сьогодення і майбутні зміни соціуму насамперед на психоемоційному та ментальному рівнях. Не дарма Т. ван Дейк визначає дискурс як комунікативну подію, в якій задіяні не тільки мова в її фактичному використанні, а й ті ментальні процеси, які неминуче супроводжують процес комунікації (Дейк, 1989: 121).

В інформаційному суспільстві роль мови зростає у рази. Зазвичай найактивнішу участь не лише у формуванні семантичного

поля суспільного і побутового рівнів спілкування і дискурсу, а й в мовотворенні беруть засоби масової комунікації, зокрема інтернет. Так, останніми роками переважно саме завдяки інтернет-комунікації дискурсивний простір наповнювався неологізмами.

Особливу увагу серед останніх привертають індивідуально-авторські новації (оказіоналізми). Оказіоналізми – це нові мовні одиниці, що утворюються за стандартними або новими словотворчими моделями та за рахунок експресивного, інколи абстрактного забарвлення і «...семантики, залежної від конкретної комунікативної ситуації» (Карпіловська, 2005), образно інтерпретують навколишню дійсність. Вони свідчать про трансформацію суспільно-політичної мови передусім на індивідуально-побутовому рівні, оскільки значна частина таких лексичних новотворів – це продукт авторської народної творчості. Дослідники вважають, що оказіоналізми досить рідко стають загальноживаними. Проте в нашій країні спостерігалася дещо зворотна тенденція – такі неологізми активно включалися не тільки в побутовий ужиток, а й стали доречними в публіцистиці та навіть у наукових дослідженнях.

Причиною появи значної кількості індивідуально-авторських лексем, можливо, стало поєднання низки чинників: (1) динамічна зміна і почасти невизначеність фактичної соціально-політичної реальності, що призводить до актуалізації наміру її концептуалізувати і навіть видозмінити на рівні окремих лексем-новоутворень; (2) надмірна емоційність і перенасичення інформаційного простору фейковими новинами, відвертими пропагандисько-маніпулятивними конотаціями, що на індивідуальному рівні провокує бажання дати власну експресивну оцінку дійсності, інколи за рахунок стилістичного «приниження» традиційних понять, явищ і под.; (3) неформальне спілкування, зокрема в соціальних мережах, яке швидше, наприклад, на відміну від науки, реагує на суспільно-політичні детонації. У будь-якому випадку, це реакція на події, згенеровані так званим «особливим випадком», якого Україна ніколи не переживала.

Варто зазначити, що проблеми впливу суспільства і політики на когнітивно-ментальні реалії людини, мовні трансформації та психологічні особливості спілкування, зокрема у соціальних мережах, не так часто стають об'єктами досліджень сучасної науки,

зокрема психолінгвістики. Хоча власне соціолінгвістичний підхід до дослідження дискурсу актуалізований ще працями N. Fairclough (1989, 1992). W. Chafe (1992, 1994) досліджував інформаційні особливості усної та писемної мови, а також зміни дискурсу і свідомості у процесі суспільно-історичних трансформацій. E. Mishler (1975) також аналізував вплив соціального контексту на мову і комунікацію. Із останніх напрацювань можна згадати дослідження іспанців De Cock B. та González Arias C. (2018), які на прикладі політичних блогів аналізують взаємовідносини віртуальних співрозмовників – коментаторів у соціальних мережах, а також статтю дослідниці Н. Радіної (2019) про правила ведення онлайн-дискусії, зокрема використання «лайків». Н. Павлова й Т. Гребенщикова (2017a, 2017b) за допомогою інтент-аналізу досліджують зміст дискурсу, який є відгуком на політичну подію як інформаційний повід та на авторське повідомлення про неї в інтернеті.

Динаміку сучасної української суспільно-політичної лексики на прикладі ЗМІ досліджує український філолог Л. Михайленко (2009).

Основні поняття сучасної політичної лексики (усталені та неолексеми), які актуалізувалися в суспільному дискурсі нашої країни останніми роками, об'єднані в енциклопедичному словнику-довіднику за редакцією Н.М. Хоми (2015), ініційованому львівськими дослідниками і реалізованому колективом українських вчених. Серед них 200 авторів із провідних політологічних кафедр України та представники інших галузей знань. Видання є підтвердженням виникнення, функціонування і актуалізації в українському суспільно-політичному мовленні нових лексичних утворень, зокрема на побутовому рівні. Словник-довідник побачив світ на початку 2015 р. і охоплює 1200 понять, серед яких понад 70 є власне громадсько-політичним сленгом, більшість слів з якого і можна визначити як okazіоналізми.

На жаль, в українській науці, зокрема психолінгвістиці, не вистачає досліджень щодо актуалізації нових суспільно-політичних лексичних одиниць, зокрема okazіоналізмів, у побутовому дискурсі, та їх впливу на інтенційну організацію висловлювань суб'єктів комунікації.

Мета дослідження – проаналізувати ментально-інтенційні особливості використання мовних індивідуально-авторських

новотворів з проекцією на психолінгвістичні особливості вербальної взаємодії на приватно-побутовому рівні, зокрема в соціальних мережах.

Методи та методика дослідження

У процесі дослідження використовувався комплекс методів, вибір яких опосередкований такими умовами. По-перше, в організації дослідження ми послуговувалися тим фактом, що більшість сучасних мовних новотворів, зокрема індивідуально-авторських, в інформаційному просторі нашої країни виникають та циркулюють у межах приватно-побутового спілкування. По-друге, фактично «майданчиком» формування і вживання більшості прикладів такої словотворчості стало е-комунікування, зокрема соціальні мережі. Тому для отримання, опису і систематизації результатів дослідження нами використовувалися загальнонаукові методи спостереження, запис та аналіз діалогів і висловлювань у соціальних мережах, узагальнення отриманих результатів.

Серед психолінгвістичного методологічного інструментарію для дослідження нами було обрано дискурсивний та інтенційний аналізи.

О. Кубрякова пропонує розглядати дискурс як «складне комунікативне явище, яке не тільки включає акт створення певного тексту, а й відображає залежність створюваного мовного твору від значної кількості екстралінгвістичних обставин – знань про світ, думок, установок і конкретних цілей промовця» (Кубрякова, 2000: 7). Суголосною є позиція М. Макарова (2005), який визначає дискурс як «текст плюс ситуація», що можна реалізувати за допомогою повідомлення у конкретних комунікативних умовах залежно від ситуації.

У такому підході прослідковується прагнення привернути увагу до вивчення особливостей дискурсу з урахуванням зовнішніх (суспільних) і внутрішніх (психологічних) факторів. Як Л. Фуко вважав дискурс фрагментом історії, так і більшість сучасних дослідників вважають дискурсивний простір суспільно та ідеологічно навантаженим. Останнє вимагає в аналізі різних аспектів комунікування враховувати весь спектр актуалізованих у

суспільстві у даний період норм, цінностей і под. та відповідних схем, які визначають їх розуміння, інтерпретацію та трансляцію, зокрема у процесі мовлення.

Дискурс-аналіз нами застосовувався для з'ясування суспільно-політичних актуалізацій намірів комунікантів, що проектується у площину інтент-аналізу. Н. Павлова, Т. Гребенщикова визначають підхід «до вивчення психологічного змісту мовного матеріалу з метою виявлення актуальних інтенцій суб'єктів спілкування» (Павлова & Гребенщикова, 2017b: 1). Вчені фактично наголошують, що інтенційна складова є чи не найважливішим психологічним складником дискурсу. Це, у свою чергу, уможливило об'єктивацію інтенційного простору дискурсу як сукупності інтенцій та інтелектуальних структур, які становлять психологічну основу певної сфери комунікації (Павлова & Гребенщикова, 2017a, 2017b).

Також нами враховувалася емоційна маркованість висловлювань комунікантів, яка, на нашу думку, тісно пов'язана з психологічним змістом висловлювань та бажаннями, намірами, цілями співрозмовників. Крім того, саме емоційність багато в чому визначає «правильне» розуміння інтенційного сенсу висловлювання, що впливає на результати комунікації.

Нами було вибрано, а далі проаналізовано понад 60 аутентичних діалогів, представлених в усно-писемному мовленні у соціальних мережах (переважно Фейсбук).

Методика дослідження включала декілька етапів. На першому етапі діалоги копіювалися з інтернет-переписки, здебільшого під авторським постами у Фейсбуку. Далі відбувалося транскрибування такого «живого» мовлення з викладенням на папері.

У проаналізованих діалогах було виокремлено понад 40 okazionalizmів. Найбільшою особливістю є факт їх виникнення у певному суспільно-політичному контексті. Фактично вони є наперед експліцитно «навантажені» певним політичним сенсом, який почасти апріорі визначає/впливає на імпліцитні інтенції суб'єктів комунікації. Тому на наступному етапі неологізми розбивалися на певні блоки.

Далі з'ясовувалися наміри та почасти емоційні засоби їх досягнення комунікантами у процесі спілкування.

Такий комплексний підхід до дослідження потенційних інтенцій новотворів, а також комунікаторів у побутовому дискурсі,

зокрема у соціальних мережах, найбільш якісно, на нашу думку, дає змогу: з'ясувати особливості новотворів, виникнення і вживання яких безпосередньо пов'язане з конкретною ситуацією реалізації інтенцій висловлювань, опосередкованою суспільно-політичним контекстом, а відповідно – установками, патернами, стереотипами учасників спілкування; проаналізувати можливості та значення вербальної взаємодії у соціальних мережах для взаєморозуміння комунікантів; розширити знання про механізми і специфіку функціонування побутового дискурсу в соціальних мережах.

Результати та дискусії

Отже, серед окаяніалізмів ми виокремили декілька блоків.

Перший блок – це новотвори, які потрапили і прижилися в побутовому дискурсі завдяки російському інформаційному простору, зокрема активності інтернет-тролів.

Ці неологізми, у свою чергу, можна поділити на дві великі підгрупи. Призначення неологізмів з першої підгрупи (*ввічливі люди, рускій мір, російська весна, кримнаш* і под.) – пропагувати, надавати позитивну оцінку діям російської влади та об'єднувати населення, яке їх підтримує.

Приклад 1

– Скорее бы эти «вменяемые» 1% свалили и желательнo на Украину и избавили нас, россиян, от своей вони.

– Что, разрушают стройную картину «русского мира» из телевизора? Неприятно, понимаю...

– Ты определись, хлопчик или у тебя 99% ватники, или «русский мир» только в телевизоре.

– А где противоречие? Действительно, насколько я знаю, подающее большинство россиян верят в бред из телевизора, который я для простоты назвал «русским миром». От того что их много, бред бредом быть не перестает.

– Ну то есть имеем 99% населения одной части суши, которые «верят» в «бред из телевизора», что у них есть свой мир? Чтoж выходит? Территории есть, народ на них есть, общая идея у этого народа наличествует. Невписавшихся жалкий процент. Выходит, хлопчик, он таки есть этот «русский мир».

У побутовому спілкуванні зазвичай вони використовуються з метою висловити свою позицію щодо неправомірності певних ідей, спонукати візаві також змінити свою думку, а для тролінгу опонентів.

До речі, саме слово тролінг теж можна вважати неологізмом, який хоч і з'явився ще в 90-х роках ХХ століття, однак особливо популярним в україномовному інтернет-сегменті став саме в останні роки. Тролінг від англ. trolling) розуміється як форма комунікації в онлайн-дискусіях з метою провокації у учасників дискусії емоційного відгуку. Зазвичай основне завдання тролінгу – це розширення часових і просторових меж дискусії за рахунок підключення якомога більшої кількості учасників. Образливі, експресивні, у напівтонах і натяках висловлення тролів часто перетворюють спілкування у відкрите протистояння. Досягнути своєї мети тролям допомагають марнослівство і флейм (від англ. flame – вогонь), які за рахунок глузування, образ, звернення до тем, які відволікають і далекі від першопричини спілкування, розпалюють сварки, ворожнечу і под. Саме тролінг і флейм, на нашу думку, часто є основною інтенцією не тільки «професійних» інтернет-тролів, а й пересічних учасників комунікації у соціальних мережах.

Лексеми з наступної підгрупи (*бандерівці, київська хунта, уніати* та ін.) втримують намір дискредитувати українців за рахунок проведення паралелей з історичними подіями чи явищами негативного характеру. Так, слово бандерівець, як і уніати, серед російських тролів стало синонімом слова *фашист*, незважаючи на принципові відмінності у смисловому навантаженні. Використання характеристик «фашист» і «бандерівець» як синонімів взагалі є словесним ідеологізованим міфом.

Примітно, що, у свою чергу, це отримало відгук серед українців у формі okazіоналізму – *рашисти*. В ньому поєднано ідеологічно-політичний зміст і національність як атрибутивну характеристику людини. Неологізм *рашисти*, як і *ватник, вата, окупендум, зелені чоловічки, Кремлін, намкрши, кісельовщина, колоради*, створений українською аудиторією у відповідь на російську мовотворчість. Їх можна віднести до наступного блоку новотворів.

Приклад 2

- Рашисти давно перейшли вже всі межі людяності і знову це показали. Вони «шуткують» там де у здорової людини і думка не закралась би.
- Очень точное определение наследников фашистов рашисты.
- Це не вперше. Відпрацьована ними технологія.

Зазвичай використовуються для обговорення нагальних суспільно-політичних подій чи їх наслідків у негативному контексті.

А також з наміром висловити свою позицію, коли з першого слова спілкування стає зрозумілим, до якого «табору» належать учасники діалогу, а інколи й полілогу. Звертаючись до різних співрозмовників, коментатори перетворюють розділ коментарів у діалогічний простір – вимір, якого не вистачає в основних записках (Cock & González, 2018). Так використання новотворів українськими користувачами також набуває ознак тролінгу.

Приклад 3

Дмитрий: У бандеревцов история переписывается при каждой смене власти.

Андрей: О, у ватанов начало подгорать))

Алексей: почитал комментарии Дмитрия, начал собираться на факельное шествие!

До речі, лексему-кліше *бандерівці* можна вважати однією з самих «модних», хоча вона не є новою. Однак її актуальність призвела до творення українцями за аналогією слів *афробандеровець*, *жидобандеровець*, *Бандерштадт*. Ці okazіоналізми приховують інтенцію неоднозначності, однак позбавлені негативних конотацій та часто використовуються в гумористичному контексті.

Приклад 4

Виталий: Слава Україні!!!

Клим: Ох і фошиздзяка ти, бендеравец треклятай!

Така елімінація понятійного віднесення свідчить про миттєву реакцію та швидкі зміни в мовній свідомості українців на тлі формування нових предметних зв'язків і відносин об'єктивної реальності.

Утім, створення okazіоналізмів, які з гумором дають змогу тролити та критикувати самих себе – те, що взагалі вирізняє таку лексичну нормотворчість наших співгромадян. Так, на запитання суспільно-політичних конотацій у побутовому спілкуванні українці відреагували не лише новими словами. Як відомо, *украї*, *україни* – це теж продукт російського інформаційного простору. Як реакція-відповідь української аудиторії не без гумору з'явилися вислови: *«Вони хотіли поховати нас, але не знали, що ми насіння»*, *«Кріп – дієвий засіб проти колорадських жуків»*. До народної творчості долучилися опоненти Петра Порошенка – *«Ненавиджу петрушку, люблю кріп»*.

Справедливо підкреслити, що агресивна поведінка у соціальних мережах властива українцям і щодо співвітчизників.

Не дарма дослідники виділяють в українському суспільстві наявність стигматизованих груп за низкою конфліктних векторів.

Приклад 5

Oleg: Надеюсь, в аду ему дровишек подкинут.

Sergii: бомбит, вата?)

Oleg: Наверное, там, откуда ты добрел до моего Киева, не было библиотек. Поэтому мычание «вата-не-вата» – аутентично. Могу прислать список книг. Прочти хотя бы процентов пять, потом поговорим.

Sergii: «твой» Киев закончился в 91-м.

Roman: И твой, скорее, Ижевск нежели Киев. Вата.

Taras: таварищ нервується. Це тому, що підтиратися радянськими газетками в нього в крові. Варто міняти привички.

У даному прикладі промальовується інтенція за допомогою слів «вата» принизити співрозмовника та нівелювати значимість його висловлювання, підкріпити свою позицію та маніпулювати думкою опонента. При цьому з діалогу зрозуміло, що спілкуються громадяни нашої країни. Зазначимо, що до позитивного в психолінгвістичному аспекті моменту в наведених комунікативних ситуаціях можна віднести усвідомлення необхідності поваги до іншого і почасті пошуку взаєморозуміння. Співрозмовники мають приховане бажання знайти спільну мову незалежно від мови спілкування. Тема мови в Україні на побутовому рівні, як видно з наведених прикладів, не просто не політизується – співрозмовниками вільно використовується російська мова поряд з українською.

І, як бачимо, знову реалізована можливість «підключення» до розмови декількох коментаторів. Такий доступ до вільного коментування дописів у соціальних мережах дає можливість вести розмову фактично необмеженій кількості учасників, які залишають свої коментарі-повідомлення під записом ініціатора дискусії. Так вони не лише створюють нові посилання, а й, з одного боку, профілюють себе як частину групи, а з іншого – визначають «свого» співрозмовника серед необмеженої кількості інших учасників дискусії.

Наступні мовні новоутворення використовуються українцями для відвертого тролінгу, переважно своїх співгромадян: *вишиватник*, *диванна сотня*, *диванні війська*, *тилова сотня*, *ура-патріот*, *постсовок* і под.

Приклад 6

Дмитрий: Рыгайте, чмошники диванного войска!

Ирина: Дмитрий, я как ребёнок потомственных врачей, знаю, вас спасёт боярышник!!!

Дмитрий: Правильно (...) скачи выше, улыбайся, пей боярышник....

Ирина: обсценная лексика, на страницах друзей, табу)

Негативно-оцінна, грубо-просторічна і навіть обсценна лексика використовується для провокації емоційної реакції та залучення нових співрозмовників до комунікації. Також вартує уваги зауваження, що суспільно-політичний контекст у такому спілкуванні надає низці слів адгерентної експресивності. Так, висловлювання «пей боярышник», «скачи выше», на перший погляд, – така собі трагіфарсова абракадабра, зрозуміти яку можна тільки з урахуванням інспірації імпліцитних чинників.

Крім того, коментування є зворотною реакцією, яка одночасно виходить за межі «особистого» листування. Так опонент як би знеособлюється, нівелюються його «живі» якості, що, в свою чергу, дає можливість «провокатору» не особливо зациклюватися на морально-етичних аспектах своєї негуманної вербальної поведінки.

При цьому наголосимо, що деструктивні наслідки почасти агресивного спілкування у соціальних мережах виключити не можна, але воно в конкретних реаліях може швидше зіграти конструктивну стабілізуючу роль, а саме: за допомогою захисних механізмів психіки (реактивних утворень, проєкції, знецінення, раціоналізації агресії, моралізаторства і под.) знижувати емоційну напругу, направляючи негативну енергію в «знеособлений» простір, а не в середину себе або на конкретну людину.

Водночас важливими є ще декілька моментів. Характерна риса українців – іронія і самоіронія, що власне і сприяє появі та активній циркуляції багатьох okazionalizmів, зокрема в інтернеті. Крім того, більшість російських новотворів – це радше продукт офіційної пропаганди. Водночас поява українських новоутворень, зокрема їх суспільно-політичні конотації, експресивність, емоційність, виразність – часто реакція на неї. Це свідчить про громадську активність, розкріпачення українців не тільки на рівні мови і свідомості, а й на рівні суспільно-політичного життя.

Висновки

Проаналізовані суспільно-політичні лексичні новотвори відграють роль спеціальних «мовних засобів», за допомогою яких відбувається повідомлення та реалізується його прагматичний аспект.

Більшість okazіоналізмів виникли і активно циркулюють у соціальних мережах. Це, на нашу думку, має важливе значення для формування не тільки сучасної лексики та дискурсивного простору, а й нових психолінгвістичних особливостей комунікування. Так, особливістю використання okazіоналізмів у побутовому дискурсі в соціальних мережах є відсутність відкритого наміру спонукати адресата до конкретних дій. Зазвичай завдання співрозмовників – змінити установки опонента за рахунок знецінення, приниження чи висміювання його позиції чи висловлювання. Такий прийом часто використовуються з метою тролінгу і флейму, розрахованих на емоційну реакцію, розпалювання конфронтації та підключення до дискусії необмеженої кількості співрозмовників.

Автор провокаційного посту, репліки або коментаря в інтернеті, статус якого слабо диференційований, скоріше не стільки звертається до своїх опонентів, скільки формує інформаційний посил для віртуальних співрозмовників. А відсутність безпосереднього і зорового контакту вносить елемент дисоціації, віддалення на таку значну відстань чи не у буквальному сенсі, що емоції можна особливо й не контролювати. Підтвердженням зазначеному слугують факти надмірної інтенсифікації мовної виразності, зокрема пейоративна конотація висловлювань, для чого використовуються okazіоналізми як інгерентно експресивні слова, а також обценізми тощо, а звичні набувають адгерентної експресивності.

Дослідження новотворів, їх функціонування у побутовому дискурсі має важливе значення для розвитку психолінгвістики, позаяк розширює уявлення про ментально-когнітивні та інтенційні особливості спілкування, опосередковані суспільно-політичним контекстом, зокрема в соціальних мережах.

І ще раз акцентуємо, що суспільно-політична лексика дійсно стала своєрідним індикатором, який маркував побутовий дискурс України, особливо в останні роки. Щоправда, деякі тенденції

зберігають інерційність і донині, хоча можна з упевненістю говорити про завершення «активної» фази. Але це перспективна тема подальших розвідок у даному напрямі.

Література

- Дейк, ван Т.А. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация*. Санкт-Петербург: Прогресс.
- Карпіловська, Є.А. (2005). Неузале словотворення: правила «гри без правил». *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 8(1), 106–117.
- Кубрякова, Е.С. (2000). О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике. *Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты* (с. 5–13). Москва.
- Макаров, М.Л. (2003). *Основы теории дискурса*. Москва: Гнозис.
- Михайленко, Л.Л. (2009). Динаміка суспільно-політичної лексики української мови кінця ХХ – початку ХХІ століття (на матеріалі мови українських засобів масової інформації). *Дис. канд. філол. наук*. Київ.
- Павлова, Н., & Гребенщикова, Т. (2017а). *Интен-анализ: основания, процедура, опыт использования*. Москва: Институт психологии РАН.
- Павлова, Н.Д., & Гребенщикова, Т.А. (2017б). Интен-анализ постсобытийного дискурса в интернете. *Психологические исследования*, 10(52), 8.
- Радина, Н.К. (2019). Конструирование правил онлайн-дискуссии: роль «лайков». *Социальная психология и общество*, 10(4), 58–76. <https://doi.org/10.17759/sps.2019100405>
- Хома, Н.М. (Ред.). (2015). *Новітня політична лексика (неологізми, okazionalіzми та інші новотвори)*. Львів: «Новий світ-2000».
- Chafe, W. (1992). Information flow in speaking and writing. In P. Downing, S.D. Lima & M. Noonan (Eds.), *The linguistics of literacy* (pp. 19–29). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/tsl.21.05cha>
- Chafe, W. (1994). *Discourse, consciousness and time: The flow and displacement of conscious experience in speaking and writing*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cock, de B., & González, Arias C. (2018). Reference to Self and Other in the Digital Public Sphere: The Case of Political Blogs. *Psycholinguist Res*, 47, 343–354. <https://doi.org/10.1007/s10936-017-9537-4>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Mishler, E.G. (1975). Studies in dialogue and discourse: II. Types of discourse initiated by and sustained through questioning. *Psycholinguist Res*, 4, 99–121. <https://doi.org/10.1007/BF01077031>

References

- Dejk, van T.A. (1989). *Jazyk. Poznanie. Kommunikacija [Language. Cognition. Communication]*. Sankt-Peterburg: Progress [in Russian].

- Karpilovska, Ye.A. (2005). Neuzualne slovotvorennia: pravyla «hry bez pravyl» [Casual word formation: rules of «game without rules»]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho linhvistychnoho universytetu. Serii Filolohiia – Bulletin of Kyiv National Linguistic University. Philology series*, 8(1), 106–117 [in Ukrainian].
- Kubryakova, E.S. (2000). O ponjattjah diskursa i diskursivnogo analiza v sovremennoj lingvistike [On the concepts of discourse and discourse analysis in modern linguistics]. *Diskurs, rech, rechevaja dejatel'nost': funkcionalnye i strukturnye aspekty – Discourse, speech, speech activity: functional and structural aspects* (pp. 5–13). Moscow [in Russian].
- Makarov, M.L. (2003). *Osnovy teorii diskursa [Foundations of Discourse Theory]*. Moscow: Gnozis [in Russian].
- Mykhailenko, L.L. (2009). Dynamika suspilno-politychnoi leksyky ukrainskoi movy kintsia 20 – pochatku 21 stolittia (na materialu movy ukrainskykh zasobiv masovoi informatsii) [Dynamics of socio-political vocabulary of the Ukrainian language of the end of the XX – the beginning of the XXI century (on the material of the language of the Ukrainian mass media)]. *Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
- Pavlova, N., & Grebenshnikova, T. (2017a). *Intent-analiz: osnovanija, procedura, opyt ispolzovanija [Intent analysis: grounds, procedure, experience of use]*. Moscow: Institut psihologii RAN [in Russian].
- Pavlova, N.D., & Grebenshnikova, T.A. (2017b). Intent-analiz postsobytnogo diskursa v internete [Intent analysis of post-event discourse on the Internet]. *Psichologicheskie issledovanija – Psychological research*, 10(52), 8 [in Russian].
- Radina, N.K. (2019). Konstruirovanie pravil onlajn-diskussii: rol «lajkov» [Constructing Online Discussion Rules: The Role of Likes]. *Socialnaja psihologija i obshhestvo – Social psychology and society*, 10(4), 58–76. <https://doi.org/10.17759/sps.2019100405> [in Russian].
- Khoma, N.M. (Ed.). (2015). *Novitnia politychna leksyka (neolohizmy, okazionalizmy ta inshi novotvory) [Recent political vocabulary (neologisms, occasionalisms and other innovations)]*. Lviv: «Novyi svit-2000» [in Ukrainian].
- Chafe, W. (1992). Information flow in speaking and writing. In P. Downing, S.D. Lima & M. Noonan (Eds.), *The linguistics of literacy* (pp. 19–29). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/tsl.21.05cha>
- Chafe, W. (1994). *Discourse, consciousness and time: The flow and displacement of conscious experience in speaking and writing*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cock, de B., & González, Arias C. (2018). Reference to Self and Other in the Digital Public Sphere: The Case of Political Blogs. *Psycholinguist Res*, 47, 343–354. <https://doi.org/10.1007/s10936-017-9537-4>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Mishler, E.G. (1975). Studies in dialogue and discourse: II. Types of discourse initiated by and sustained through questioning. *Psycholinguist Res*, 4, 99–121. <https://doi.org/10.1007/BF01077031>

АНОТАЦІЯ

Мета статті – представити результати дослідження актуалізації нових суспільно-політичних лексичних одиниць, зокрема okazіonalізмів, та їх впливу на ментально-інтенційну організацію висловлювань суб'єктів комунікації з проєкцією на психолінгвістичні особливості вербальної взаємодії на приватно-побутовому рівні, зокрема в соціальних мережах.

Методи та методика. Досягнення мети дослідження реалізувалося за допомогою використання комплексу загальнонаукових та психолінгвістичних методів (спостереження, запис, транскрибування та аналіз діалогів і висловлювань у соціальних мережах, узагальнення отриманих результатів), а також дискурсивного та інтент-аналізу.

Результати дослідження. У процесі інтент-аналізу актуалізації okazіonalізмів у побутовому дискурсі встановлено, що особливістю їх використання є відсутність відкритого наміру спонукати адресата до конкретних дій. Основне завдання співрозмовників – змінити установки опонента за рахунок знецінення, приниження чи висміювання його позиції чи висловлювання. Часто використовуються з метою тролінгу і флейму, розрахованих на емоційну реакцію, розпалювання конфронтації та підключення до дискусії необмеженої кількості співрозмовників. Автори провокаційного посту, репліки або коментаря в інтернеті не стільки звертаються до своїх опонентів, скільки формують інформаційний посил для можливих віртуальних співрозмовників. Відсутність безпосереднього контакту вносить елемент дисоціації, віддалення на таку значну відстань, за якої можна не контролювати емоції, що провокує надмірну інтенсифікацію мовної виразності, зокрема пейоративну конотацію висловлювань. З цією метою часто використовуються okazіonalізми як інгерентно експресивні слова, а також обценізми тощо, а звичні набувають адгерентної експресивності.

Висновки. Суспільно-політичні okazіonalізми відіграють роль спеціальних «мовних засобів», за допомогою яких відбувається повідомлення та реалізується його прагматичний аспект. Більшість з них виникли і активно циркулюють у соціальних мережах, що має важливе значення у формуванні не тільки сучасної лексики та дискурсивного простору, а й нових психолінгвістичних особливостей комунікування. Тому дослідження новотворів, їх функціонування у побутовому дискурсі розширює уявлення про ментально-когнітивні та интенційні особливості опосередкованого суспільно-політичним контекстом спілкування в соціальних мережах.

Ключові слова: суспільно-політична лексика, okazіonalізми, побутовий дискурс, інтент-аналіз, дискурс-аналіз, интенції, комунікування, соціальні мережі.

Коцур Віталій, Вільчинська Ірина & Коцур Леся. Актуалізація общественно-политической лексики в бытовом дискурсе субъектов коммуникации

АННОТАЦИЯ

Цель статьи – представить результаты исследований актуализации новых общественно-политических лексических единиц, в частности окказионализмов, и их влияния на ментально-интенционную организацию высказываний субъектов коммуникации с проекцией на психолингвистические особенности вербального взаимодействия на бытовом уровне, в частности в социальных сетях.

Методы и методики. Достижение цели исследования реализовалось посредством использования комплекса общенаучных и психолингвистических методов (наблюдение, запись, транскрипция, анализ диалогов и высказываний в социальных сетях, обобщение полученных результатов), а также дискурсивного и интенмент-анализа.

Результаты исследования. В процессе интенмент-анализа актуализации неологизмов в бытовом дискурсе установлено, что особенностью их использования является отсутствие открытого намерения побудить адресата к конкретным действиям. Основная задача собеседников – изменить установки оппонента за счет обесценивания, унижения или высмеивания его позиции или высказывания. Часто используются в целях троллинга и флейма, рассчитанных на эмоциональную реакцию, разжигание конфронтации и подключение к дискуссии неограниченного количества собеседников. Авторы провокационного поста, реплики или комментария в интернете не столько обращаются к своим оппонентам, сколько формируют информационный посыл для возможных виртуальных собеседников. Отсутствие непосредственного контакта вносит элемент диссоциации, удаления на значительную расстояние, при котором можно не контролировать эмоции, что провоцирует чрезмерную интенсификацию языковой выразительности, в частности пейоративную коннотацию высказываний. С этой целью часто используются окказионализмы как ингерентно экспрессивные слова, а также обценнизмы и т. д., а привычные приобретают адгерентную экспрессивность.

Выводы. Общественно-политические окказионализмы играют роль специальных «языковых средств», с помощью которых происходит сообщение и реализуется его прагматический аспект. Большинство из них возникли и активно циркулируют в социальных сетях, а потому имеют важное значение в формировании не только современной лексики и дискурсивного пространства, но и новых психолингвистических особенностей общения. Поэтому исследования новообразований, их функционирования в бытовом дискурсе расширяет представление о ментально-когнитивных и интенционных особенностях опосредованного общественно-политическим контекстом общения в социальных сетях.

Ключевые слова: общественно-политическая лексика, окказионализмы, бытовой дискурс, интенмент-анализ, дискурс-анализ, интенции, общение, социальные сети.