

Чекиштуріна В. М.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНА МОВИ ВОРОЖНЕЧІ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглянуто проблеми пошуку витоків мови ворожнечі, досліджено варіації її проявів.

Мета статті – здійснити соціокомунікаційний аналіз мови ворожнечі, класифікувати за тематикою вислови, притаманні мові ворожнечі, провести моніторинг соціальних мереж та Інтернет ЗМІ в Україні, дослідити динаміку онлайн запитів основних синонімічних дефініцій: мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal abuse), вербальна агресія (verbal aggression), запропонувати шляхи профілактики мови ворожнечі в он-лайн просторі.

Дослідження базується на принципах і методичному апараті психосемантики, використано аксіоматичний метод, встановлено кореляцію між психосемантичною картиною світу суб'єкта та його проявами мови ворожнечі. Метод контентного аналізу статей, коментарів у соціальних мережах і ЗМІ використовувався під час проведення он-лайн моніторингу мови ворожнечі. Методи: анкетування, узагальнення даних, аналіз – використовувалися в емпіричній частині дослідження.

У ході дослідження на першому етапі було обрано три групи студентів спеціальності «Журналістика» (загальна кількість – 60 осіб) і запропоновано долучитися до моніторингу мови ворожнечі в Україні. За результатами збору інформації виявлено й розподілено за тематикою слова і фрази, які є образливими та можуть підбурювати до дискримінації. На другому етапі дослідження проаналізовано механізми протидії громадськості явищу мови ворожнечі в Інтернеті.

Виділені групи слів найчастіше зустрічаються в коментарях провокативних публікацій (національні, політичні, соціальні, медичні маркери), відносяться до поширеніших прикладів використання мови ворожнечі, що демонструє доречність пояснення виникнення витоків мови ворожнечі як належності людини до певної соціальної групи за етнічною, політичною, соціальною ознакою й наявністю у комуніканта усталеної психосемантичної моделі сприйняття соціального світу «свій» і «чужий».

Запропоновано використовувати візуальні образи соціальної реклами як засоби профілактики мови ворожнечі, проводити комплексні інформаційні кампанії для формування нової психосемантичної моделі сприйняття людиною світу як «рівний-рівному» та «я у світі рівних» з урахуванням думок кожного представника соціальної групи «людство».

Ключові слова: мова ворожнечі, психосемантика, комунікація, картина світу, вербальні образи, вербальна агресія, соціальна реклама.

Постановка проблеми. Протягом декількох десятиліть приділяється пильна увага проблематиці пошуку витоків мови ворожнечі, варіаціям її проявів, наслідкам тощо. Феномен мови ворожнечі є об'єктом досліджень різних наукових напрямів: фахівці з політології, юристи, як правило, досліджують наслідки проявів мови ворожнечі, які призвели до конфліктів; психологи вивчають витoki вербальної агресії, патерни поведінки вербального агресора й жертви; філологи приділяють увагу лінгвістичним конструкціям дискримінаційної риторики; культурологи визначають критерії громадянської та правової культури в полікультурному суспільстві, у якому мають існувати рівноправні й толерантні взаємозв'язки

між представниками різних культур; соціологи досліджують стратифікацію соціуму за різними ознаками й визначають рівні безпеки, умови комфортного існування кожної особистості; фахівці з інформаційної он-лайн безпеки визначають маркери мови ворожнечі та розробляють алгоритми виявлення й блокування проявів агресивно спрямованої письмової комунікації в соціальних мережах тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-практичному осмисленню феномену мови ворожнечі приділяють увагу фахівці різних наукових напрямів, серед них потужний вклад у статистичне узагальнення цього поняття здійснила дослідницька група А. Tontodimamma,

Е. Nissi, А. Sarra [15]. Учені провели аналіз, у ході якого «систематично відсортували відповідні міжнародні дослідження, зробивши візуальний аналіз 1614 документів, опублікованих у базі даних Scopus, і сформували велику кількість емпіричних даних та інформації, що стосуються мови ворожнечі, опублікованих у 995 різних джерелах. Ця велика кількість свідчить про широкий спектр дослідницьких тем і мультидисциплінарний характер предмета, який передбачає безліч дисциплін. Зокрема, до основних галузей публікацій належать соціальні науки, інформатика, мистецтво та гуманітарні науки, психологія». Більшість наукових статей присвячена дослідженню мови ворожнечі в Інтернеті. «В останні роки на динаміку та корисність комунікацій у соціальних мережах серйозно впливає мова ворожнечі, яка стала величезною проблемою. Увага, яка приділяється мові ненависті з боку науково-дослідницького співтовариства та політиків, є реакцією на поширення мови ворожнечі в усіх її різних формах у багатьох соціальних мережах і на інших інтернет-платформах». Дослідники також наголошують на небезпеці соціальних мереж з приводу руйнівних дискримінаційних процесів у комунікаційному середовищі. Науковці зазначають: «Обсяг наукових праць, опублікованих у репрезентативній вибірці, з 1992 по 2019 роки демонструє значне збільшення наукових публікацій після 2010 року» [15]. Таким чином, ми спостерігаємо пильну увагу науковців до цієї проблематики, що свідчить про поширення уваги суспільства до реально існуючого небезпечного явища – мови ворожнечі. Дослідницька група (А. Tontodimamma, Е. Nissi, А. Sarra) також виділяє основні два етапи еволюції досліджень мови ворожнечі в Інтернеті. «Вдалося виділити початкову стадію розвитку (1992–2010 рр.), за якою слідував швидкий розвиток (2011–2019 рр.). Виявлено, що більшість досліджень проводилося в контексті західних країн із високим рівнем доходу». Помітна кількість публікацій належить дослідникам зі Сполучених Штатів і Сполученого Королівства. Крім того, емпіричні висновки свідчать про спроможність країн побудувати значне співробітництво в галузі досліджень [15]. За результатами ґрунтовного дослідження, вчені «розділили теми на три кластери:

- основні теми мови ненависті;
- публікації, що зосереджуються на автоматичному виявленні та класифікації мови ненависті за допомогою стратегій технічних засобів;

- третій кластер фокусується на конкретних темах гендерної мови ворожнечі та кіберзнущання [15].

У дослідженні приділимо більше уваги психосемантиці проявів мови ворожнечі в інтернет-комунікаціях і зосередимося на картині ментального світу комуніканта, який відправляє дискримінаційні повідомлення.

О. Лозова розглядає психосемантику «як засіб об'єктивного виміру суб'єктивного змісту самосвідомості, психосеміотику – як засіб об'єктивного виміру знаково-символічної природи етносоціокультури, що являє собою змістове наповнення етнічної самосвідомості. Відомо, що сприймання й усвідомлення людиною світу зумовлене (й обмежене) тією конкретно-історичною системою значень, яка вбирає в себе сукупний суспільний досвід спільноти (зокрема її культури), що до неї належить людина. Звідси постульовані в психосемантиці поняття картини світу, притаманної кожній культурі, уявлення про опосередкованість людського сприймання системами значень (Л. С. Виготський, О. М. Леонтьєв, О. Р. Лурія)» [7].

Дослідниця В. Горбунова описує завдання психосемантики: «До завдань психосемантики, за визначенням В. Петренко, належить реконструкція індивідуальної системи значень, через призму якої відбувається сприймання суб'єктом світу, інших людей, самого себе, а також вивчення її генези, будови та функціонування. Психосемантика досліджує різні форми функціонування значень в індивідуальній свідомості (образи, символи, комунікативні ритуальні дії, а також мовні поняття)» [15].

Група дослідників: Н. Афанасьєва, Н. Світлична, О. Шауда – також аналізувала завдання сучасної психосемантики: «... дослідження різноманітних форм існування значень у свідомості людини (образи, символи, символічні дії, а також знакові та вербальні форми); аналіз впливу мотивації та емоцій на формування системи значень, семантичної організації знань; розкриття психологічних механізмів інтерпретації й розуміння сприйняття фактів, слів, вчинків, подій та інших людей залежно від сформованих індивідуальних значень; розвиток психічних процесів, прийняття рішень під впливом індивідуальних значень; виявлення механізмів значення й категоризації; структури множини значень і способів їх організації тощо» [1]. Учені визначають: «Основним методом експериментальної психосемантики є багатомірне шкалювання – побудова суб'єктивних

семантичних просторів. Семантичний простір є дослідницькою моделлю структури індивідуальної свідомості, на основі якої відбувається сприймання людиною об'єктів, їх класифікація та порівняння. При реконструкції категоріальних структур індивідуальної свідомості, що опосередковують сприйняття певного об'єкта, відбувається моделювання суб'єктивної картини світу (або окремої проблеми)» [1].

Реалізація психосемантичного підходу стосовно дослідження проявів використання мови ворожнечі дає змогу зануритися в семантику образів людини і знайти витoki зародження ксенофобії. О. Дробот досліджує ксенофобію як один із головних чинників виникнення ворожого ставлення «одних» до «інших». «Ксенофобію зазвичай розуміють як страх або ненависть до кого-небудь або чого-небудь чужого, незнайомого, незвичного; сприйняття чужого як незрозумілого, неосяжного, а тому небезпечного та ворожого; негативну установку, ірраціональний страх і ненависть до чужинців. Так чи інакше, джерелом ксенофобії є страх перед представниками інших груп людей. Ідеологічна обробка цього неусвідомленого почуття призвела до появи расизму – сукупності концепцій, основу яких становлять положення про фізичну або психічну нерівноцінність людських рас і вирішальний вплив расових відмінностей на історію та культуру суспільства. Поширенню ксенофобії сприяють такі психологічні чинники, як відчуття незахищеності, вразливість, відсутність можливостей до самореалізації, депресивні стани. Усі ці особистісні стани компенсуються за рахунок перенесення негативної енергії із себе на інших. Саме умовно «інші» (подібна дихотомія відбувається легше, якщо більше фіксується візуальних, очевидних відмінностей між соціальними групами) звинувачуються в усіх бідах і нещастях, уважаються джерелом усіх проблем. Таким чином, аутоагресія трансформується в агресію, спрямовану назовні, і може проявлятися в активній або пасивній формах. При цьому інтенсивність особистісних переживань буде впливати на силу ксенофобних проявів. Наявність останніх змінює й саму людину, яка їх продукує. Зростає конфліктність, кількість негативних емоційних станів, людина прагне ізолюватися від неприємної для неї категорії осіб або ж від соціуму в цілому, через що почувається самотньою, що, у свою чергу, призводить до зростання тривожності – одного з базових джерел агресії. Людина, яка є ксенофобом, має дуже жорсткі межі сприйняття осіб, яких вона відносить до чужинців. Для неї такі люди втрача-

ють персоніфікований характер і розглядаються узагальнено, згідно з наявними стереотипами, не як особистості, а як представники ворожого категорії [3]. Однак зазначимо, що людина не народжується в «чистому полі», на формування стійкого уявлення «своїї групи» впливає оточуюче середовище, у якому зростає особистість; культурні цінності, традиції, дискурс, які створюють картину світу суб'єкта.

О. Дробот також підкреслює значущість «ідеологічних та інституційних компонентів культурно-психологічної підсистеми суспільства, на які лягає фундаментальне функціональне навантаження щодо збереження власне соціальних підстав співіснування тієї чи іншої групи людей у межах певних кордонів. Завдяки життєздатності неформальних (моральних, релігійних тощо) норм, культурних традицій, естетичних уподобань, духовних засад загальносоціального дискурсу й колективно-несвідомих, архетипічних переживань забезпечується поступальність розвитку суспільства, взаємозв'язок поколінь. Завважимо, що базовим структурним компонентом поширення расизму та ксенофобії є негативна соціальна установка, яку можна уявити як відносно стійку в часі систему поглядів, уявлень про соціальний об'єкт чи подію. Провідною негативною установкою в механізмі ксенофобії є упередження, тобто негативне ставлення до представників будь-якої соціальної групи, зумовлене лише їх належністю до цієї групи» [3]. Автор приділяє певну увагу когнітивному компоненту: «Когнітивний компонент установки включає досвід, знання, переконання, уявлення, інші інтелектуальні елементи, сформовані в результаті соціального пізнання, зокрема усвідомлену індивідами «відмінність» між «нами» і «ними», яка базується на розрізненні, дуальній опозиції «свої»/«чужі». Важливе місце в такому протиставленні належить когнітивним елементам, що використовуються для категоризації соціального світу. І хоча в кожній людині чи групі є свої системи чужорідності, усі вони забезпечуються єдиним психологічним механізмом виділення розбіжностей і протиставлення. Д. Майерс, аналізуючи дослідження в царині сприйняття людьми схожостей і відмінностей між ними, доходить таких висновків: «Оцінюючи людей, ми схильні перебільшувати схожість усередині групи та відмінності між групами; сам поділ на групи часто спричиняє ефект внутрішньогрупової гомогенності – відчуття, що «всі вони» на одне лице й суттєво відрізняються від «нас»; природним наслідком цих

процесів є надання переваги своїй групі». Расистські та ксенофобські установки підтримуються негативною стереотипізацією свідомості. Під соціальним стереотипом зазвичай розуміють спрощений, схематизований, емоційно забарвлений і стійкий образ певної соціальної групи чи спільноти, що легко поширюється на всіх її представників. Стереотипи відіграють важливу соціальну роль як фактор консолідації та фіксації певної групи, вони дуже рано засвоюються, важко корегуються, є грубими й недиференційованими, легко проявляються і стають більш вразливими та ворожими в момент передконфліктності. І хоча механізм стереотипізації діє на різних рівнях і щодо різних соціальних об'єктів, асоціативними супутниками стереотипів є виділення груп за расовими, етнічними, географічно-територіальними, рідше гендерними та віковими критеріями» [3]. Т. Ісакова наголошує на соціокомунікативному аспекті мови ворожнечі: «Сутність мови ворожнечі визначає найважливіший чинник: вона ґрунтується на таких явищах, як соціальні стереотипи, упередження й дискримінація. Вона є частиною ширшого і складнішого феномена – комунікації, заснованої на упередженнях і дискримінації. Це комунікація, що ґрунтується на стереотипних когнітивних схемах, негативних установках і дискримінаційних інтенціях щодо будь-яких груп людей або окремих індивідуумів як членів цих груп» [4].

У часи Інтернет-комунікацій, де кордони не заважають спілкуванню, з'являється відкрита платформа для комунікаційної взаємодії між різними соціальними групами, і ми спостерігаємо за протистоянням різних психосемантичних моделей суб'єктів, які відносяться до різноманітних культурних, політичних, релігійних дискурсів. Саме в Інтернет-просторі людина відкрито починає висловлювати своє ставлення до інших, часто не бажаючи знаходити порозуміння, а, навпаки, використовує мову ворожнечі для піднесення своєї унікальності й належності до «правильнішої групи». Найбільш агресивно спрямовані суб'єкти об'єднуються у віртуальні товариства, уже колективно використовують дискримінаційну риторику, що породжує інформаційні війни, гібридні війни (за Г. Прищепю), які з часом переходять із «on-line» простору в «off-line». Саме тому цьому питанню приділяє велику увагу не тільки наукова спільнота, а й представництва міжнародних організацій.

Організація Об'єднаних Націй визначає: «Незалежницькою риторику є будь-якого роду комунікація в усній, письмовій або поведінкової

формі, яка має ворожий характер або використовує зневажливі або дискримінаційні формулювання щодо будь-якої особи або групи осіб за ознакою того, хто вони є, або, іншими словами, за ознакою їхньої релігії, етнічного походження, національності, раси, кольору шкіри, соціального походження, статі й інших факторів ідентичності» [11].

«Міжнародне право забороняє підбурювання до дискримінації, ворожнечі й насильства. Незалежницька риторика, яка не досягає порогу підбурювання, не є чимось, що міжнародне право вимагає від держав забороняти. Однак навіть у тих випадках, коли незалежницького риторику не заборонено, вона може завдавати шкоди» [8].

Постановка завдання. Мета статті – консолідувати міждисциплінарні знання, здійснити психосемантичний аналіз мови ворожнечі, класифікувати за тематикою вислови, притаманні мові ворожнечі, провести моніторинг соціальних мереж та Інтернет ЗМІ в Україні, дослідити динаміку он-лайн запитів основних синонімічних дефініцій: мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal abuse), вербальна агресія (verbal aggression) – як реакцію громадськості на дискримінаційні події, запропонувати шляхи профілактики мови ворожнечі в он-лайн просторі.

Методи й методики дослідження. Дослідження базується на методологічних принципах і методичному апараті соціальних комунікацій, психосемантики, що дало змогу виокремлювати функціонування значень, на яких базується свідомість індивідуумів (образи, символи, комунікативні ритуальні дії, мовні поняття тощо), змоделювати картину світу користувачів мови ворожнечі, якій притаманні розподіл оточуючих на «своїх» і «чужих».

На основі аналізу міждисциплінарних досліджень використано аксіоматичний метод, який передбачає висування положення, що не потребує доказів. У дослідницькому полі це аксіоматичне існування кореляції між психосемантичною картиною світу суб'єкта та його проявами мови ворожнечі.

Метод контентного аналізу статей, коментарів у соціальних мережах і ЗМІ використовувався під час проведення он-лайн моніторингу мови ворожнечі. Практичні методи: анкетування, узагальнення даних, аналіз популярності запитів основних дефініцій дослідження: мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal abuse), вербальна агресія, (verbal aggression), використані для ранжування за частотністю використання, описування результатів.

Виклад основного матеріалу. У ході дослідження на першому етапі було обрано три групи студентів спеціальності «Журналістика» (загальна кількість – 60 осіб) і запропоновано долучитися до моніторингу мови ворожнечі в Україні. За результатами моніторингу ЗМІ та соціальних мереж студентки і студенти заповнювали онлайн-форми, розроблені харківським офісом Моніторингової місії з прав людини ООН в Україні в рамках пілотування нових інструментів моніторингу: «Лексикон ненависницької риторики» [6], «Моніторинг ненависницької риторики» [8]. За результатами збору інформації виявлено й розподілено за тематикою слова і фрази, які є образливими та можуть підбурювати до дискримінації (загальна кількість – 70 форм), потенційно спонукати до насилля на ґрунті ненависті в Україні.

Аналіз онлайн-форм дав змогу виділити групи слів, що найчастіше зустрічаються в коментарях провокативних публікацій і якраз відносяться до поширеніших прикладів використання мови ворожнечі, що демонструє доречність пояснення виникнення витоків мови ворожнечі як належність людини до певної соціальної групи за національною, етнічною ознаками (36,4%), політичними вподобаннями (32,6%), соціальними маркерами (18%), що свідчить про наявність у комуніканта усталеної психосемантичної моделі сприйняття соціального світу.

На другому етапі дослідження проаналізовано механізми протидії громадськості явищу мови ворожнечі в Інтернеті. Виявлено, що найчастіше дискримінаційну риторику називають мова ворожнечі (hate speech), вербальні образи (verbal

№	Тематика	Приклади лексику	Показники %
1	Національність, етнічна приналежність, раса	Москаль, хохол, жид, циган, негр та ін.	36,4
2	Політична приналежність	Фашист, бандерівець, ватник, порохобот та ін.	32,6
3	Соціальні маркери	Бомж, барига, потаскуха, шльондра, байстрюк, переселенець та ін.	18
4	Інші маркери	Інвалід, наркоман, дебіл та ін	13

Рис. 1. Аналіз поточних результатів онлайн-моніторингу за анкетною «Лексикон ненависницької риторики»

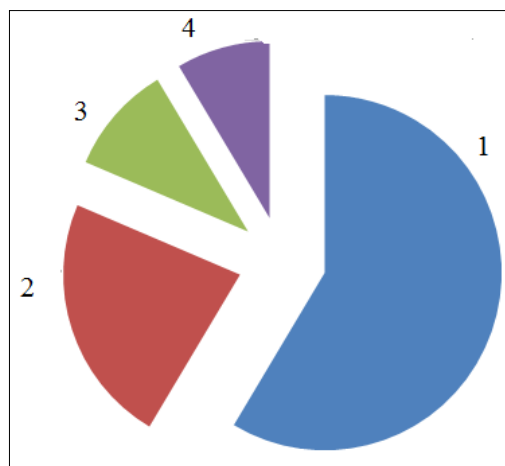


Рис. 2. Діаграма аналізу поточних результатів онлайн-моніторингу за анкетною «Лексикон ненависницької риторики»

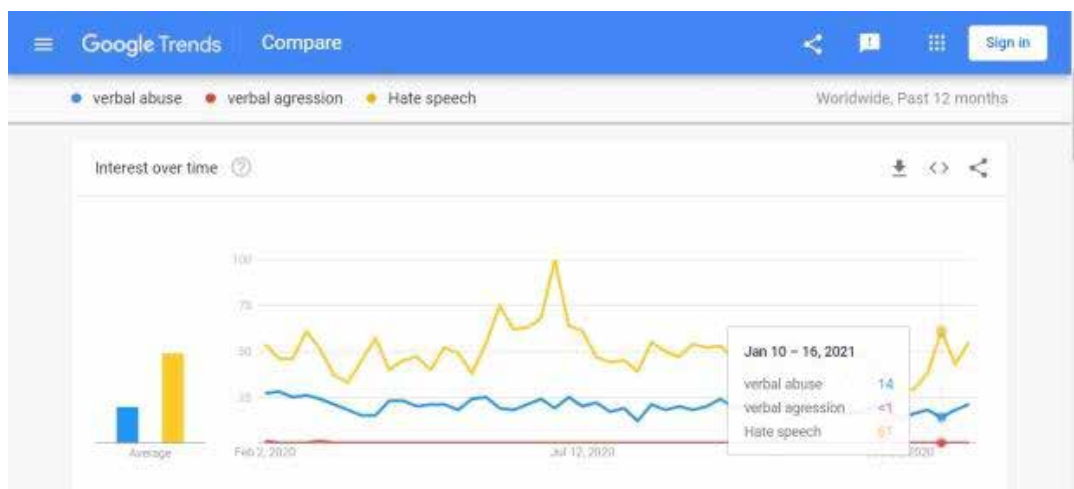


Рис. 3. Порівняння показників популярності запитів за трьома висловами «hate speech» (верхня лінія), «verbal abuse» (середня), «verbal aggression» (нижня)

abuse), вербальна агресія (verbal aggression). Однак рівень частотності використання цих маркерів ненависницької лексики є різним. На прикладі соціально активного Інтернет середовища США проаналізовано частотність запитів вищезазначених висловів за період минулого року за допомогою Google сервісу «Google.trend.com».

На цьому графіку ми можемо спостерігати підвищення популярності запитів у кризових конфліктних періодах, які вже відбувалися в офлайн просторі. Перше зростання було влітку 2020 р. у зв'язку з висвітленням у медіа багатомільйонних акцій після загибелі Джорджа Флойда, другий пік реагування й обговорення подій відбувався після захоплення Капітолію в січні 2021 р.

Отже, ці діаграми демонструють, як саме маркують прояви найнебезпечнішої ненависницької лексики в Інтернет середовищі ті, хто розуміє, до яких наслідків призводить дискримінаційна риторика. Правильне маркування дає можливість для проведення більш лінгвістично коректних превентивних заходів.

Одним із дієвих заходів профілактики мови ворожнечі, на нашу думку, є візуальні соціально-рекламні повідомлення. Соціальна реклама дає змогу через образи віддзеркалити комунікату зображення його комунікативної поведінки, безпосередньо вплинути на психосемантичну модель його уявлення самого себе.

У ході наступного етапу дослідження з групою студентів третього курсу (25 осіб), які брали участь у здійсненні вищезазначеного моніторингу, розроблено постери для спонукання певних категорій населення до замислення над моделями власної взаємодії із соціумом і мотивування їх до припинення використання мови ворожнечі.

Під час презентації рекламних постерів студенти спеціальності «Журналістика» продемонстрували глибокий інтерес до проблематики, усвідомили важливість здійснення моніторингу мови ворожнечі в Інтернеті, виявили, що слова і фрази, які є образливими, можуть підбурювати до дискримінації, потенційно спонукати до

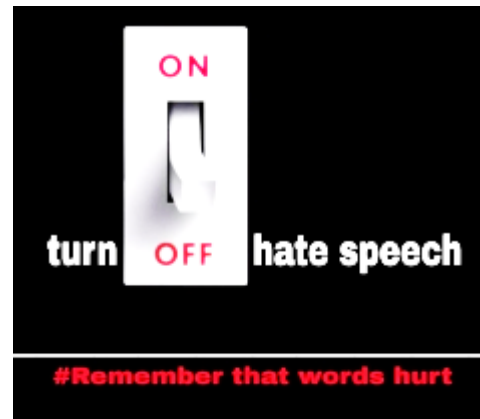


Рис. 4. Приклад постеру «Turn off hate speech» (авторка К. Манченко, студентка 3 курсу)

здійснення насилля в реальному житті на ґрунті ненависті.

Висновки і пропозиції. Отже, використання соціокомунікативного та психосемантичного підходів до аналізу феномена «мова ворожнечі» дало змогу констатувати, що формування усталеної психосемантичної моделі сприйняття суб'єктом світу як «свій» і «чужий», на цій основі розподіл людей на «своїх» і «чужих» відбувається в певному соціокомунікативному середовищі протягом життя, базуючись на культурних, політичних, соціальних стереотипах існування соціальної групи. Людина відчуває захист і підтримку певного товариства, так виправдовує власну агресивну комунікацію відстоюванням цінностей групи.

У ході отримання результатів дослідження дійшли висновків, що як засоби профілактики та корекції можуть використовуватися візуальні образи соціальної реклами, проведення комплексних інформаційних компаній, які будуть ґрунтуватися на принципах цілей сталого розвитку й формувати нову психосемантичну модель сприйняття людиною світу як «рівний-рівному» та «я у світі рівних» з урахуванням думок кожного представника соціальної групи «людство» з толерантною комунікаційною взаємодією.

Список літератури:

1. Афанасьєва Н., Світлична Н., Шайда О. Психосемантичний аналіз уявлень психологів-практиків про місце психологічного консультування. *Psycholinguistics*. 2019. № 26 (1). С. 37–50. URL: <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2019-26-1-37-50>.
2. Горбунова В. В. Структура психосемантичного дослідження. *Соціальна психологія*. 2007. № 1. С. 170–178.
3. Дробот О. Психосемантична теорія свідомості у вітчизняній психології як основа психосемантичного дослідження. *Актуальні проблеми психології*. 2013. № X (25). С. 110–120.
4. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети. Серія «Політика»*. 2016. № 4. С. 90–97. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/isakova.pdf>.

5. Кислова О., Кузіна І., Дирда І. Дослідження онлайн мови ворожнечі щодо ромської меншини в українському інтернет просторі. *Ideology and Politics Journal*. 2020. С. 252–278 URL: <https://www.ideopol.org/wp-content/uploads/2020/10/UKR.-1.13.-Kyslova-Kuzina-Dyrda-.pdf>.
6. Лексикон ненависницької риторики. URL: <https://airtable.com/shrptCJ9u8WQdf47L>.
7. Лозова О. М. Психосемантика етнічної свідомості: проблеми й тенденції розвитку. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО*. 2006. Вип. 12. С. 162–168.
8. Моніторинг ненависницької риторики. URL: <https://airtable.com/shr6TEpl4BUmc3Rs4>.
9. Прібиткова Н. О. Характеристика культурно-психологічних факторів поширення расизму та ксенофобії. *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2017. Вип. 3. С. 80–88. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnvvs_2017_3_14.
10. Прищепя Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». *Психолінгвістика*. 2017. Вип. 22 (2). С. 98–112. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/35/24>.
11. Стратегия и план действий Организации Объединённых Наций по борьбе с ненавистнической риторикой. URL: https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_RU.pdf.
12. Холод О. М. Кореляція вербальної агресії інтернет-читачів і даних електронного декларування чиновників України (в період з 23 серпня по 7 листопада 2016 року). *Психолінгвістика*. 2017. Вип. 21 (2). С. 118–150. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/62/49>.
13. Brown A. What is so special about online (as compared to offline) hate speech? *Ethnicities*. 2018. № 18 (3). P. 297–326.
14. Teh, Phoey Lee and Cheng, Chi-Bin and Chee, Weng Mun Identifying and Categorising Profane Words in Hate Speech, 2018, Association for Computing Machinery, New York, NY, USA. URL: <https://doi.org/10.1145/3193077.3193078>.
15. Tontodimamma A., Nissi E., Sarra A. et al. Thirty years of research into hate speech: topics of interest and their evolution. *Scientometrics*. 2020. URL: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03737-6>.

Chekshturina V. M. SOCIO-COMMUNICATIVE ANALYSIS OF THE PHENOMENON OF HATE SPEECH IN THE INTERNET ENVIRONMENT

The problems of searching for origins of hate speech are considered in the article, variations of its manifestations are researched.

To carry out psychosemantic analysis of hate speech, classify the expressions inherent in hate speech by subject, monitor social networks and the Internet media in Ukraine, explore the dynamics of online requests for basic synonymous definitions: hate speech, verbal aggression (verbal abuse), verbal abuse (verbal abuse) verbal aggression), to suggest ways to prevent hate speech in the online space.

The research is based on the principles and methodological apparatus of social communication and psychosemantics, the axiomatic method is used, the correlation between the psychosemantic picture of the subject's world and its manifestations of hate speech is established. The method of content analysis of articles, comments on social networks and the media was used during the online monitoring of hate speech. Methods: questionnaires, generalization of data, analysis were used during the empirical part of the research.

In the course of the research, at the first stage, three groups of students majoring in Journalism (a total of 60 people) were selected and invited to join the monitoring of hate speech in Ukraine. As a result of the collection of information, words and phrases that are offensive and may incite discrimination were identified and distributed by topic. In the second stage of the study, the mechanisms of public opposition and the phenomenon of hate speech on the Internet were analyzed.

Selected groups of words are most often found in the comments of provocative publications (national, political, social, medical markers), and are more common examples of the use of hate speech, which demonstrates the relevance of explaining the origins of hate speech as a person belonging to a particular social group by ethnic, political, social feature and the presence of the communicant's established psychosemantic model of perception of the social world "own" and "foreign".

It is proposed to use visual images of social advertising as a means of preventing hate speech, conducting comprehensive information campaigns, to form a new psychosemantic model of human perception of the world as "equal-equal" and "I am equal in the world", taking into account the views of each social group "humanity".

Key words: hate speech, psychosemantics, communication, picture of the world, verbal images, verbal aggression, social advertising.